

**SKRIPSI**

**PEMANFAATAN INTERNET DIKALANGAN PENGUNJUNG CAFE  
STARBUCK KOTA SURABAYA**



Disusun oleh :

Sakswita Afriati Adiningrum  
071211631005

DEPARTEMEN ILMU INFORMASI DAN PEPRUSTAKAAN  
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK  
UNIVERSITAS AIRLANGGA  
SURABAYA  
2016  
Semesteter Genap 2015/2016

## PERNYATAAN TIDAK PLAGIAT

Bagian atau Keseluruhan isi Skripsi ini tidak pernah diajukan untuk mendapatkan gelar akademis pada bidang studi dan/ atau universitas lain dan tidak pernah dipublikasikan/ditulis oleh individu selain penyusunan kecuali bila dituliskan dengan format kutipan dalam Skripsi

Apabila ditemukan bukti bahwa pernyataan saya tidak benar, maka saya bersedia menerima sanksi sesuai ketentuan yang berlaku di Universitas Airlangga

Surabaya, 13 Juni 2016

Yang Menyatakan,



**Sakswita Afriati Adiningrum**

**071211631005**

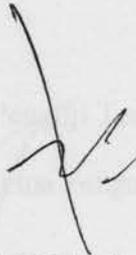
**Halaman Persetujuan Pembimbing**

**PEMANFAATAN INTERNET DIKALANGAN PENGUNJUNG CAFE  
STARBUCK KOTA SURABAYA**

Skripsi ini telah memenuhi persyaratan dan disetujui untuk diujikan

Surabaya, 14 Juni 2016

Dosen Pembimbing



(Yunus Abdul Halim, S.Si., M.Kom)

NIP.197501232008121002

HALAMAN PENGESAHAN PANITIA PENGUJI

Skripsi ini telah diujikan dan disahkan dihadapan komisi penguji

Program Studi Ilmu Informasi dan Perpustakaan

Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik

Universitas Airlangga

Pada Hari : Selasa

Tanggal : 28 Juni 2016

Pukul : 07:30

Ruang : A. 205

Komisi Penguji Terdiri Dari

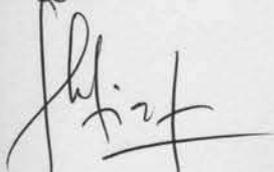
Ketua Penguji



Drs. Koko Srimulyo, M.Si

NIP. 196602281990021001

Anggota I



Fitri Mutia, A. KS., M.Si

NIP.197510022008012011

Anggota II



Yunus Abdul Halim, S.Si., M.Kom

NIP.197501232008121002

## Halaman persembahan

Skripsi ini kupersembahkan untuk kedua orang tuaku, orang tua paling hebat yang selalu mengabdikan keinginanku:

*Papa Ki (Serma Sakri)*

*Dan*

*Mama Mi (Kenami)*

## Thanks To:

1. Allah SWT yang mana atas limpahan taufik dan hidayahNya sehingga penulis diberikan kemudahan, kelancara serta nikmat sehat hingga akhirnya dapat menyelesaikan Skripsi ini.
2. Adikku yang paling aku cintai dan aku sayangi Raja Bima & Satria Ragil yang selalu menemaniku saat penulisan Skripsi.
3. Dosen pembimbing Skripsiku Bpk Yunus meskipun sering PHP tapi selalu membimbing dengan sabar hingga penulisan Skripsi ini terselesaikan.
4. Dosen- dosen Ilmu Informasi dan Perpustakaan trimakasih nilai yang sudah di berikan selama 4 tahun ini, ilmu-ilmu yang bermanfaat.
5. Sahabat- sahabat penulis Rista, Ambar dan Dhela trimakasih atas dukungannya nasihat-nasihatnya, teman seperjuangan skripsi, teman seperjuangan dikala banyak revisi. Semoga kita menjadi sahabat sehidup semati amin.
6. Teman-teman angkatan 2012 yang tidak bisa disebutkan satu persatu.
7. Teman seperjuangan bimbingan skripsi lovi, fauzan, devi, elisa yang selalu setia memacu untuk mengerjakan skripsi.
8. Kucingku Tercinta yang paling aku sayangi Lion walaupun kamu telah meninggalkanku tapi aku masih menyanyangimu, dona dan ayu penghibur disaat kejenuhan dalam penulisan skripsi.
9. Trimakasih juga kepada kekasih penulis ♥FAIZAL♥ yang berperan penting dalam penyelsaian penulisan skripsi ini, meskipun keberadaanmu selalu aku anggap salah tapi trimakasih banyak atas bantuannya,trimakasi atas hari-harinya untuk menghibur.♥☺
10. Trimakasih pada benda yang tak bergerak yang mendukung pengerjaan skripsi ini seperti laptopku tercinta meskipun lemot tapi masih bisa di andalkan, kamar sejuta inspirasiku, kamar jeruk, rumah faisal, perpustakaan unair yang selalu mengiringi penulis dalam mengerjakan skripsi

11. Trimakasih juga pada keluarga besar faizal yang selalu memberikan semangat dalam mengerjakan skripsi ini.
12. Trimakasih pada sahabatku monyong yang sudah menghibur dikala kebuntuan dalam mengerjakan skripsi.

## ABSTRAK

Internet pada era globalisasi saat ini semakin mendarah daging dengan kehidupan masyarakat Indonesia dari berbagai golongan, tingkat penggunaan dan frekuensi pemanfaatannya sudah tergolong tinggi. Bahkan pengunjung cafe starbuck saat ini sudah merambah pada golongan menengah, sering mengunjungi cafe hanya sekedar untuk nongkrong menghabiskan waktu luang, pengunjung cafe starbuck tidak semata-mata menghabiskan waktu luang begitu saja akan tetapi sembari meminum kopi mereka memanfaatkan internet ketika nongkrong. Bukan hal mewah lagi nongkrong pada cafe yang memiliki nilai prastice yang tinggi bagi masyarakat perkotaan, bagi masyarakat perkotaan saat ini nongkrong dengan memanfaatkan internet yang ada merupakan kebutuhan yang wajib.

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengkaji dan meneliti kegiatan pengaksesan dan pemanfaatan internet pada kalangan pengunjung cafe starbuck Kota Surabaya. Penelitian ini dilakukan dengan menggunakan metode kuantitatif deskriptif. Dengan teknik pengambilan sampel secara acak (*Random Sampling*). Dengan mengambil sampel sebanyak 100 responden.

Dari analisa yang diperoleh dapat diketahui bahwa pemanfaatan internet pada pengunjung cafe starbuck digunakan untuk berbagai kepentingan, misalnya seperti mencari informasi, mengisi waktu luang, sebagai media interaksi, dan lain-lain. Selain itu sebagian besar pengunjung cafe starbuck sebagian besar adalah mahasiswa dan dapat diketahui penyebab terjadinya fenomena tersebut adalah para remaja menjadi *Hyperconnected* yang dimana aktivitas mereka terpaku dengan *gadged* dalam segala aktivitas yang dilakukan.

Kata kunci: Internet, Gadged, Cafe

## ABSTRACT

The internet in the era of globalization when is getting our meat with lives of many Indonesians of of various groups , the use of and frequency of its use is considered to be high .Even visitors cafe starbucks are now expanded in the middle group , frequents cafe was really intended to hang out spent leisure , visitors cafe starbucks not only spent leisure just but while drink coffee they using internet when hang out .Not a fancy again hang out in cafe having the value prastice high for the urban , for the urban now hanging out with using internet that is was the which should be.

The purpose of this research is to study and research activities pengaksesan and use of the internet in the visitors starbucks surabaya cafe city.The study is done by using descriptive quantitative methods.To technique the random samples ( random sampling ).By taking samples from 100 respondents.

From analysis obtained it is known that the use of the internet in visitors cafe starbucks used to different interests , for example like seeking information , fill leisure , as a media interaction , and lain-lain .Besides most of the cafe starbucks visitors are mostly students and it can be seen the cause of this event is teenagers be hyperconnected where their activity only chase the gaded in all activities performed .

Kata kunci: Internet, Gaded, Cafe

## KATA PENGANTAR

Assalamualaikum Wr. Wb,

Segala puji dan syukur penulis panjatkan kehadirat ALLAH SWT atas segala limpahan rahmat dan karunia-NYA, yang telah memberikan kemudahan dan kekuatan kepada penulis sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul **“PEMANFAATAN INTERNET DIKALANGAN PENGUNJUNG CAFE STARBUCK”**

Adapun tujuan dari penulisan skripsi ini merupakan syarat untuk menyelesaikan studi S1 program studi Ilmu Informasi dan Perpustakaan, fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Airlangga. Dalam menyusun skripsi ini penulis menyadari kekurangan dari penulisan ini dan penulis juga menyadari bahwa skripsi ini jauh dari kata sempurna.

Terima kasih saya sampaikan kepada Bapak / Ibu dosen serta teman-teman dan semua pihak yang telah membantu dan memberikan dukungan dalam penulisan dan penyusunan skripsi ini hingga pada akhirnya dapat terselesaikan dengan baik dan tepat waktu.

Surabaya, 14 Juni 2016

Penulis

## DAFTAR ISI

<b>HALAMAN JUDUL .....</b>	<b>i</b>
<b>HALAMAN PERNYATAAN TIDAK PLAGIAT .....</b>	<b>ii</b>
<b>HALAMAN JUDUL DALAM .....</b>	<b>iii</b>
<b>HALAMAN PERSEMBAHAN .....</b>	<b>iv</b>
<b>THANKS TO.....</b>	<b>v</b>
<b>HALAMAN PERSETUJUAN .....</b>	<b>vii</b>
<b>HALAMAN PENGESAHAN .....</b>	<b>vii</b>
<b>ABSTRAK .....</b>	<b>ix</b>
<b>ABSTRACT .....</b>	<b>x</b>
<b>KATA PENGANTAR .....</b>	<b>x</b>
<b>DAFTAR ISI .....</b>	<b>xii</b>
<b>DAFTAR TABEL .....</b>	<b>xvi</b>
<b>DAFTAR BAGAN .....</b>	<b>xviii</b>
 <b>BAB 1 : PENDAHULUAN</b>	
I.1 Latar Belakang Masalah.....	I - 1
I.2 Rumusan Masalah.....	I - 5
I.3 Tujuan Penelitian.....	I - 5
I.4 Manfaat Penelitian.....	I - 5
I.4.1 Manfaat Akademis.....	I - 5
I.4.2 Manfaat Praktis.....	I - 5
I.5 Kajian Pustaka.....	I - 5
I.5.1 Internet.....	I - 6
I.5.2 Prilaku Pemanfaatan Internet Remaja Urban.....	I - 6
I.5.3 Manfaat dan Fungsi Internet Bagi Pengunjung Cafe Starbuck..	I - 7

I.5.4 Akses Internet Via Mobile.....	I - 8
I.5.5 Penggunaan Internet Ditinjau dari Teori <i>Use and Gratificatio</i> .....	I - 8
I.6 Variabel Penelitian.....	I – 13
I.6.1 Definisi Konseptual.....	I - 13
I.6.2 Definisi Operasional.....	I - 15
I.7 Metode dan Prosedur Penelitian.....	I - 17
I.7.1 Metode Penelitian.....	I - 17
I.7.2 Lokasi Penelitian.....	I - 17
I.7.3 Populasi.....	I - 18
I.7.4 Teknik Pengambilan Sampel.....	I - 18
I.7.5 Teknik Pengumpulan Data.....	I - 19
I.8 Teknik Pengolahan Data dan Analisis Data.....	I - 19
1.8.1 Teknik Pengolahan Data.....	I - 19
1.8.2 TekniK Analisa Data.....	I – 19
1.8.3 Alat Pengukur Variabel.....	I - 21

## **BAB II : DESKRIPSI LOKASI PENELITIAN**

II.1 Masyarakat Kota Surabaya dan Coffe Shop .....	II - 1
II.2 Seputar Cafe Starbuck.....	II-3
2.2.1 Sejarah Singkat Starbuck .....	II - 3
2.2.2 Fasilitas Starbuck .....	II - 4
2.2.3 Gaya Hidup Konsumen Starbuck .....	II - 6
2.2.4 Lokasi Starbuck .....	II - 6

## **BAB III : TEMUAN DATA**

### **KARAKTERISTIK RESPONDEN**

III.1.1 Jenis Kelamin.....	III - 1
III.1.2 Usia Responden.....	III - 2
III.1.3 Tingkat Pendidikan Terakhir .....	III - 2
III.4 Status Sosial Responden.....	III- 3

**MENGENAL DAN MEMANFAATKAN INTERNET**

III.5 Alasan Menggunakan Internet .....	III - 4
III.6 Aktifitas yang Dilakukan Ketika Menggunakan Internet.....	III - 6
III.7 Mengenal Internet .....	III - 7
III.8 Lingkungan Pertama Kali Mengenal Internet .....	III - 10

**PEMANFAATAN**

III.9 Tujuan Memanfaatkan Internet Saat Nongkrong.....	III - 11
III.10 Informasi yang Sering dicari pada Internet .....	III - 12
III.11 Manfaat yang di dapat dari Memanfaatkan Internet .....	III- 13
III.12 Tempat paling sering digunakan untuk mengakses internet	III - 14

**INDIVIDUAL NEEDS**

III.5.1 Kebutuhan Kognitif .....	III - 16
III.5.2 Kebutuhan Afektif .....	III - 19
III.5.3 Kebutuhan Intregasi Pribadi .....	III – 21
III.5.4 Kebutuhan Intregasi Sosial .....	III - 24
III.5.5 Kebutuhan Pelarian .....	III- 26

**MEDIA GRATIFICATION**

III.6.1 Pengawasan .....	III - 28
III.6.2 Pengalihan .....	III - 29
III.6.3 Identitas Pribadi atau Psikologi Individu .....	III - 31
III.6.4 Hubungan Sosial .....	III - 33

**BAB IV : ANALISIS DATA**

IV.1 Pemanfaatan Internet dikalangan pengunjung.....	IV - 1
IV.2 Pemanfaatan Internet Berdasarkan Karakteristik Responden.....	IV - 2
IV.3 Alasan Responden Menggunakan Internet berdasarkan Karakteristik Usia.....	IV - 3
IV.4 Kepentingan Penggunaan Internet Pada Kalangan Pengunjung.....	IV-5
IV.5 Orang yang Berperan Penting Mengajari Responden Menggunakan	

Internet.....	IV - 8
IV.6 Manfaat Mengakses Informasi di Internet.....	IV - 8
IV.7 Hal-hal yang Membuat Pengunjung Cafe Tertarik menggunakan internet.....	IV - 9
IV.8 Media Gratification .....	IV - 10
IV.8.1 Pengawasan.....	IV - 11
IV.8.2 Pengalihan.....	IV - 11
IV.8.3 Identitas Pribadi atau Psikologi Individu .....	IV - 12
IV.8.4 Hubungan Sosial .....	IV - 13
IV. 9 Teori Use and Gratification.....	IV - 14

## **BAB V : PENUTUP**

V.1 Kesimpulan.....	V - 1
V.2 Saran.....	V - 2

## **DAFTAR PUSTAKA**

## **LAMPIRAN**

**DAFTAR TABEL**

Tabel 3.1 Jenis Kelamin .....	III - 1
Tabel 3.2 Usia Responden .....	III - 2
Tabel 3.3 Tingkat Pendidikan Terakhir .....	III - 2
Tabel 3.4 Status Sosial Responden .....	III - 3
Tabel 3.5 Alasan Menggunakan Internet .....	III - 4
Tabel 3.6 Aktifitas Yang dilakukan ketika menggunakan internet .....	III - 6
Tabel 3.7 Mengenal Internet .....	III - 8
Tabel 3.8 Lingkungan Pertama Kali Mengenal Internet .....	III - 10
Tabel 3.9 Tujuan Memanfaatkan Internet Saat nongkrong .....	III - 12
Tabel 3.10 Informasi yang Sering dicari Pada Internet .....	III - 13
Tabel 3.11 Manfaat yang di Dapat dari Memanfaatkan Internet .....	III - 14
Tabel 3.12 Tempat Paling Sering digunakan untuk mengakses Internet....	III - 15
Tabel 3.13 Kebutuhan Kognitif .....	III - 16
Tabel 3.14 Skala Likert Kognitif .....	III - 19
Tabel 3.15 Kebutuhan Afektif .....	III - 20
Tabel 3.16 Skala Likert Kebutuhan Afektif .....	III - 21
Tabel 3.17 Kebutuhan Intregasi Pribadi .....	III - 21
Tabel 3.18 Skala Likert Kebutuhan Intregasi Pribadi .....	III - 24
Tabel 3.19 Skala Likert Kebutuhan Intregasi Sosial .....	III - 26
Tabel 3.20 Kebutuhan Pelarian .....	III - 26
Tabel 3.21 Skala Likert Kebutuhan Pelariana .....	III - 27
Tabel 3.22 Pengawasan .....	III - 28
Tabel 3.23 Skala Likert Pengawasan .....	III - 29
Tabel 3.24 Pengalihan .....	III - 29
Tabel 3.25 Skala Likert Pengalihan .....	III - 30

Tabel 3.26 Identitas Pribadi atau Psikologi Individu .....	III - 31
Tabel 3.27 Skala Likert Identitas Pribadi atau Psikologi .....	III - 32
Tabel 3.28 Hubungan Sosial .....	III - 33
Tabel 3.29 Skala Likert Hubungan Sosial .....	III - 34
Tabel 3.30 Hasil Keseluruhan Skala Likert .....	III - 35
Tabel <i>Cross Tab</i> 3.31 Usia dan Alasan Memanfaatkan Internet .....	III - 36
Tabel <i>Cross Tab</i> 3.32 Usia dan Mencari Berita Terbaru di Internet.....	III - 37
Tabel <i>Cross Tab</i> 3.33 Usia dan Internet Menukar Informasi Terkait dengan Hobbi .....	III- 37

**DAFTAR BAGAN**

Model Teori *Use and Gratifications*..... I – 11

# BAB I

## PENDAHULUAN

### 1.1 Latar Belakang Masalah

Dalam perkembangan teknologi informasi saat ini tidak menutup kemungkinan semua kegiatan yang dilakukan oleh masyarakat mayoritas menggunakan media internet. Internet merupakan teknologi informasi yang belakangan ini prosentase penggunaannya sangat meningkat drastis, mulai dari anak dibawah umur, remaja, hingga orang tua tidak dapat terlepas dalam penggunaan media internet untuk menunjang kehidupan sehari-hari. Dengan semakin maraknya kehadiran teknologi informasi yang telah banyak merevolusi cara berinteraksi masyarakat satu dengan masyarakat lainnya.

Pengguna internet di Indonesia makin meningkat jumlahnya, dari berbagai kalangan dan umur. Di Indonesia sendiri lebih dari 60% pengakses internet berumur dibawah 25 tahun. Pengakses internet paling muda, berdasarkan survey yang dilakukan oleh **Badan Pusat Statistik** (BPS) didapati pada rentang umur 5 sampai dengan 12. Hal ini cukup mencengangkan dikarenakan pada masa tersebut anak-anak masih sulit untuk melindungi diri dari dampak negatif penggunaan internet. Jika ditinjau dari tingkat pendidikan pengakses internet, golongan pelajar menduduki peringkat atas dibandingkan dengan profesi lainnya.

Dengan tingginya partisipasi pelajar dan mahasiswa dalam menyumbang jumlah pengguna internet di Indonesia selain karena kemudahan mendapatkan fasilitas internet yang memadai dari orang tua seperti (telepon genggam, PC, notebook, atau tablet) dan adanya daya tarik dari media sosial yang kian menjamur. Dengan hadirnya media sosial pada masyarakat sudah menjadi trend dan hal wajib yang harus dimiliki oleh remaja pada saat ini. Kurangnya *filtering* penyedia layanan media sosial dan orang tua menjadikan banyak anak-anak dibawah umur menggunakan media sosial. Media sosial hanyalah satu dari sekian banyak fasilitas yang memiliki nilai positif maupun negatif dari teknologi informasi pada internet. Pentingnya peran orang tua,

tenaga pengajar, masyarakat, dan pemerintah dalam menciptakan lingkungan internet yang ramah dan aman untuk anak-anak sangatlah diperlukan pada era saat ini.

Internet disatu sisi dapat dijadikan alat yang berguna dalam membantu aktifitas sehari-hari, disisi lain internet juga dapat menjadi alat yang mampu merusak fisik dan psikis seseorang dalam menggunakan internet. Pengawasan yang ketat serta pembatasan penggunaan internet pada anak-anak hingga remaja perlu dilakukan untuk menghindari penyalahgunaan teknologi informasi. Selain itu peran serta pendidikan formal sangat diperlukan untuk membimbing anak-anak dan remaja lebih bijak dan beretika dalam menggunakan teknologi, khususnya teknologi digital dan teknologi informasi perlu dilakukan untuk meminimalisir dampak yang dapat terjadi pada anak-anak dan remaja saat ini.

Berdasarkan data dari *techinasia.com* menyatakan bahwa pada bulan agustus 2015 pemanfaatan internet dalam lingkup sosial media sudah mencapai lebih dari 1 miliar pengguna di seluruh dunia. Sedangkan di negara Indonesia sendiri menurut Kemenkominfo didalam *dailysocial.net* jumlah pengguna internet sudah mencapai 150 juta pengguna atau sekitar 61% dari total penduduk di Indonesia dan pengguna terbesar ke empat diseluruh dunia. Dari total seluruh pengguna internet di Indonesia, sebesar 30% penggunanya adalah remaja. Hal tersebut menunjukkan bahwa internet di Negara Indonesia sudah semakin berkembang dengan pesat, terutama perkembangan internet pada remaja.

Perkembangan internet saat ini melahirkan fenomena baru terutama pada kalangan remaja urban, mengapa demikian karena penggunaan internet pada remaja urban saat ini sangat pesat. Remaja urban saat ini merasa terancam kehilangan ponsel daripada dompetnya, karena menurut mereka ponsel merupakan sumber informasi terdekat yang kapan saja dapat dia lihat. Maka dapat dipresentasikan bahwa *gadget* saat ini hal yang sangat penting dimiliki seseorang, *gadge* merupakan sebuah konektivitas internet yang membuatnya terasa lebih penting daripada sebuah dompet. Hal ini

menunjukkan betapa bermanfaatnya sebuah *gadget* sehingga masyarakat begitu bergantung pada perangkat tersebut. Di sisi lain, penelitian mengenai penggunaan internet pada remaja di perkotaan menunjukkan bahwa jumlah waktu penggunaan internet per bulan menunjukkan kalangan remaja di perkotaan yang sering mengakses internet di rumah termasuk dalam kategori *heavy users* (pengguna internet yang menghabiskan waktu lebih dari 40 jam per bulan).

Dari hasil penelitian tersebut menunjukkan bahwa *gadget* yang merupakan bentuk dari konvergensi media ibarat dua mata pisau yang memiliki manfaat dan juga dapat menimbulkan kerugian apabila kita tidak mampu memanfaatkannya secara bijak. *Gadget* saat ini memiliki saluran online yang selalu terhubung dengan internet yang membuat pengguna khususnya para remaja menjadi *hyperconnected*. Perilaku *hyperconnected* ini sering sekali kita lihat pada kebanyakan masyarakat saat ini yang selalu terpaku dengan *gadget* mereka dalam segala aktivitas yang mereka lakukan, baik itu di rumah, di sekolah, di kampus, maupun serta pada tempat-tempat umum lainnya, bahkan ketika mereka berkendara di jalan raya, mereka terkadang menggunakan *gadget* saat berkendara di jalan raya. Perilaku ini terjadi karena perkembangan teknologi baru selalu menjanjikan penggunaan komunikasi “di mana saja, dan kapan saja”. Akan tetapi realitas yang ada tampaknya hal tersebut menjadi kebutuhan yang telah berubah yaitu komunikasi “di mana-mana, sepanjang masa”.

Dengan semakin pesetnya penggunaan internet dikalangan masyarakat baik anak-anak maupun usia dewasa maka dapat muncul istilah *hyper-connected* yang artinya generasi tersebut menempatkan nilai tertinggi pada media sosial dan perannya dalam kehidupan mereka. Kehidupan generasi *hyper-connected* berkisar pada usia 13-25 tahun. Dengan kata lain, pada usia tersebut “mendewakan” internet untuk memanfaatkan hubungan mereka dengan kerabat melalui sosial media seperti facebook, twitter, BBM, Line, dan sosial media yang lainnya. Salah satu kebutuhan untuk dapat berhubungan melalui media sosial yaitu dengan adanya konektivitas internet, konektivitas

internet bisa didapat secara mudah di berbagai kota di Indonesia, misalnya saja pada Kota Surabaya saat ini. Semakin luasnya pengguna internet di Kota Surabaya membuat berbagai pihak mengambil keuntungan dengan menyediakan *hotspot wifi* untuk menunjang kalangan pengguna internet. Seperti cafe starbuck yang saat ini memiliki strategi pemasaran yang hebat dengan cara menyediakan *hotspot wifi* dengan *bandwith* yang sangat memuaskan. Hal tersebut dilakukan cafe starbuck untuk menarik pengunjung untuk mendatangi cafe starbuck dan memanfaatkan jaringan wifi pada cafe tersebut sembari menikmati menu yang terdapat pada cafe tersebut.

Tidak hanya cafe Starbuck yang menyediakan fasilitas *free hotspot wifi* namun sebagian besar cafe di surabaya sudah ditunjang oleh fasilitas *wifi* dengan *bandwith* yang berbeda-beda. Besar kecilnya *bandwith* internet di cafe saat ini juga berperan penting untuk menunjang kepuasan pengunjung. Hal tersebut menimbulkan pergeseran makna sebenarnya tentang cafe yang awalnya digunakan sebagai tempat mengobrol, diskusi, serta temu kangen menjadi tempat untuk mencari, menemukan dan menggunakan fasilitas *wifi*. Secara garis besar dapat dikatakan bahwa tujuan dari kalangan *hyper-connected* pergi ke cafe untuk menikmati wifi, bukan hanya menikmati kopi.

Konsumen cafe starbuck dahulu didominasi oleh kalangan pebisnis dan kalangan yang lebih mapan, akan tetapi perkembangan konsumen starbuck saat ini merambah pada rentangan umur 18-35 tahun, menurut Tempo.co. Perkembangan cafe starbuck tidak hanya membuka gerai pada pusat perbelanjaan namun saat ini gerai starbuck mulai merambah pada kawasan universitas dan rumah sakit. Tujuan dari ekspansi cafe starbuck yaitu memberi fasilitas kepada masyarakat tidak hanya pada kalangan atas akan tetapi kalangan menengah juga dapat menikmati fasilitas tersebut. Pengunjung starbuck saat ini tidak hanya sekedar kongkow menghabiskan waktu luang dan mengerjakan tugas akan tetapi para pengunjung saat ini cenderung memiliki sifat individualistis, kesibukannya mengutak-atik *smartphone* membuat individu tersebut menjadi lupa dengan orang-orang

sekitarnya. Disitulah terciptanya istilah “menjauhkan yang dekat, mendekatkan yang jauh.”

Selain cafe starbuck, cafe-cafe lainnya juga berlomba-lomba untuk menyediakan fasilitas *free hotspot wifi*, karena memang fasilitas *free hotspot* merupakan suatu media yang memiliki kapasitas untuk menarik jumlah pengunjung. Kemudian semakin kencang jaringan *wifi* di suatu kafe dapat dipastikan pula semakin ramai juga jumlah pengunjung setiap harinya. akan tetapi walaupun cafe-cafe lain menunjang fasilitas dengan *wifi*, pemilik cafe starbuck tidak takut tersaingi dengan strategi penjualan pada cafe-cafe yang lain, karena cafe starbuck memiliki jaringan *wifi* dengan *bandwith* yang cukup tinggi di banding cafe lainnya, tidak hanya memiliki *bandwith* yang tinggi cafe starbuck memiliki nilai plus dikalangan masyarakat.

Melakukan aktifitas penggunaan internet saat ini sudah menjadi urat nadi pada mayoritas masyarakat urban karena dengan hadirnya internet saat ini, masyarakat dapat berhubungan dengan individu satu dengan yang lainnya, individu dengan kelompok, dan kelompok dengan kelompok tanpa dibatasi oleh jarak ruang dan waktu. Selain itu, internet dapat dapat membangun aktivitas individu dalam membangun identitas mereka sendiri, terutama di lingkungan virtual dalam keseharian mereka (Marolt,2008).

Gaya hidup masyarakat saat ini tercipta berawal dari kehidupan kota, masyarakat yang memiliki banyak waktu luang untuk mendefinisikan diri dan status mereka dengan mengejar tanda-tanda status agar dianggap lebih dari masyarakat lainnya. Masyarakat saat ini dapat dianggap masyarakat urban menanggapi dirinya suatu hal yang sangat istimewa ketika dapat berada didalam cafe yang cukup mewah dan mereka cenderung menggunakan akun jejaring sosial mereka untuk update lokasi cafe tersebut agar orang yang melihat status pada jejaring sosial memandang mereka sesuatu yang mewah. Masyarakat urban saat ini kebutuhan yang sangat penting dalam menggunakan internet untuk menunjang kehidupan kesehariannya.

Sebagian besar pengunjung cafe menggunakan fasilitas *free hotspot* untuk membuka situs pada internet. Menurut Amenroom.com Facebook

merupakan situs yang paling sering dibuka oleh masyarakat Indonesia dan disusul oleh youtube. Facebook sendiri juga merupakan situs jejaring sosial yang menghubungkan antara individu dengan individu lainnya. Tidak hanya terlepas dari itu, situs jejaring sosial tersebut juga digunakan pengguna untuk memposting video, foto dan mencari informasi sesuai kebutuhan pengunjung cafe banyak cafe-cafe yang berada di surabaya mempromosikan cafenya dengan memanfaatkan internet. seperti cafe saat ini menggunakan blog untuk menerangkan fasilitas menu makanan yang ada di cafe starbuck

Cafe starbuck sendiri juga memiliki nilai lebih dibandingkan dengan cafe-cafe lainnya di surabaya. Cafe starbuck termasuk dalam sepuluh cafe terbaik di surabaya karena fasilitas, menu, pelayanan, dan konektivitas internet yang cukup memadai. Oleh karena itu cafe starbuck tidak pernah sepi pengunjung setiap harinya. bahkan seringkali sampai tidak ada tempat duduk di karenakan banyaknya pengunjung yang datang, masyarakat berkunjung pada cafe starbuck untuk mendapatkan pengakuan dikalangan masyarakat bahwa yang dapat mengunjungi cafe starbuck masyarakat yang mampu membayar satu gelas kopi dengan harga yang mahal. Ekspansinya yang besar pada Kota Surabaya membuktikan bahwa cafe tersebut merupakan cafe yang favorit untuk dijadikan sebagai nongkrong karena seperti yang peneliti amati pengunjung cafe starbuck hanya ingin mendapat pengakuan di tengah-tengah masyarakat bahwa mampu nongkrong pada tempat yang dikatakan cukup eksis, bahkan yang mengunjungi cafe starbuck hanya membeli satu minuman dapat duduk berlama-lama dengan memanfaatkan fasilitas *free hotspotnya*. Sebagian besar lokasi cafe starbuck saat ini terletak di daerah pusat perkotaan dan wilayah yang ramai penduduknya. Hampir setiap mall kini dihiasi oleh cafe starbuck, mulai dari mall Tunjungan Plaza yang memiliki dua gerai cafe starbuck, mall Pakuwon Trade center, mall Grand city, mall City of Tomorrow (CITO), Mall Surabaya Plaza, Galaxy mall. Maal Ciputra world, dan lain-lain. Peneliti tertarik melakukan penelitian pada cafe Starbuck karena peneliti ingin mengetahui aktivitas pemanfaatan internet di kalangan pengunjung cafe

starbuck kota Surabaya, sebab pengunjung cafe starbuck mayoritas adalah kaum urban.

## **1.2 Rumusan Masalah**

Berdasarkan uraian yang dikemukakan dalam latar belakang, peneliti ingin mengetahui seberapa besar pemanfaatan internet dalam berjejaring sosial pada pengunjung cafe starbuck Kota Surabaya yang secara khusus ingin menjawab pertanyaan penelitian sebagai berikut:

1. Bagaimana perilaku dan aktivitas pemanfaatan internet di kalangan pengunjung cafe starbuck Kota Surabaya?

## **1.3 Tujuan Penelitian**

1. Untuk mengetahui perilaku dan aktivitas pemanfaatan internet yang dilakukan oleh pengunjung cafe starbuck Kota Surabaya.

## **1.4 Manfaat Penelitian**

Manfaat penelitian ini selain berguna bagi perkembangan bidang informasi dan masyarakat, dan juga bermanfaat diantaranya:

### **1.4.1 Manfaat Akademis**

Penelitian ini diharapkan mampu memberikan sumbangan ilmu pada program studi Ilmu Informasi dan Perpustakaan khususnya materi pembelajaran mengenai pemanfaatan internet di kalangan pengunjung cafe Starbuck Kota Surabaya. Penelitian ini juga diharapkan dapat menggambarkan motivasi masyarakat untuk penggunaan internet guna menambah informasi. Selain itu dari penelitian ini juga diharapkan mampu menjadi rujukan atau acuan bagi peneliti selanjutnya yang akan melakukan penelitian sejenis.

### **1.4.2 Manfaat Praktis**

Hasil penelitian ini diharapkan memberikan pemahaman informasi mengenai pemanfaatan internet di kalangan pengunjung cafe starbuck Kota Surabaya, serta digunakan sebagai kontribusi yang positif saat menggunakan internet. Dengan demikian dampak negatif dari pemanfaatan internet dapat ditanggulangi dengan bijak.

## 1.5 Kajian Pustaka

Untuk mengetahui kegiatan penelitian yang bertujuan melakukan kajian secara bersungguh-sungguh mengenai teori dan konsep yang berkaitan dengan pemanfaatan internet di kalangan pengunjung cafe starbuck Kota Surabaya. Ide-ide dan konsep untuk penelitian pemanfaatan internet di kalangan pengunjung cafe starbuck Kota Surabaya dapat dirumuskan menjadi literatur atau bahan pustaka. Literatur atau bahan pustaka ini kemudian dapat kita jadikan sebagai referensi atau landasan teoritis seperti yang di jelaskan pada penelitian di bawah ini:

### 1.5.1 Internet

Internet singkatan dari *Interconnection Network*. Menurut Fros Ansary (2003) internet merupakan seluruh jaringan yang saling berhubung satu sama lain, beberapa komputer-komputer dalam jaringan menyimpan file, seperti halaman web, yang dapat diakses oleh seluruh jaringan komputer dan dapat bertukar informasi. Dengan adanya internet dapat mempermudah kita bertukar informasi, jaringan tersebut merupakan bukan suatu organisasi atau institusi yang paten, karena pada internet tidak ada satu pihak yang mengatur dan memilikinya, maka dari itu hal yang ada di internet dapat dimiliki oleh semua pengguna.

Internet atau yang disebut juga sebagai *Net* merupakan kumpulan dari jaringan pada seluruh dunia yang menghubungkan miliaran bisnis, lembaga pemerintahan, institusi pendidikan dan orang banyak. Setiap jaringan di dalam internet menyediakan layanan dan informasi yang dapat di akses melalui internet (Shelly, Vermaat, 2011).

Menurut Syamsul Hadi (2008), internet merupakan kepanjangan dari *Interconnection Networking*. Internet adalah jaringan komputer yang terhubung ke seluruh dunia tanpa ada mengenal batas teritorial hukum dan budaya. Internet diibaratkan seperti jaring laba-laba (*the web*) yang terdiri dari titik-titik (*node*) yang terhubung antara satu dengan lainnya.

Dari pengertian internet di atas dapat disimpulkan bahwa internet dapat diartikan sebagai jaringan komputer yang luas besar dan yang mendunia, yaitu menghubungkan pemakai teknologi yang menunjang dari satu Negara ke Negara lain di seluruh dunia di mana di dalamnya terdapat berbagai sumber daya informasi dari mulai yang tetap hingga yang dinamis dan interaktif.

Internet mendorong pengguna untuk aktif dalam mencari kebutuhannya sendiri yang mereka perlukan sesuai dengan kebutuhan pengguna. Hanya dengan media internet yang dapat menawarkan kelebihan dan kebebasan dalam mencari informasi yang akan dicarinya. Internet merupakan kendaraan komunikasi personal yang kuat dan platform sosial yang sungguh bagus (Kung, Picard dan Towse, 2008:87).

### **1.5.2 Prilaku Pemanfaatan Internet Remaja Urban**

Arus perkembangan zaman membuat remaja urban tidak dapat terlepas dari internet. Remaja urban dapat diartikan sebagai individu yang tinggal di kota besar dan mempunyai sifat kekota-kotaan. Seperti pada artikel jurnal yang dikemukakan oleh Rusland, mengartikan bahwa urban adalah suatu perkembangan kota yang melibatkan seluruh elemen-elemen di dalamnya, seperti masyarakat urban selalu percaya dengan teknologi, hal ini didukung oleh pola pikir yang rasional dan mengandalkan bukti pada pemikirannya, oleh karena itu; dengan pola pikir seperti ini, biasanya golongan muda dan golongan tua dalam masyarakat urban sering tidak menemui kecocokan dalam pemikiran.

Hal tersebut membuat seseorang memasuki masa perkembangan kognitif dan sosial dalam diri individu yang akan mempengaruhi perilaku, sikap dan nilai-nilai sepanjang masa remaja (Mukhtar, dkk:2003). Terkait dengan hadirnya internet yang telah terintegrasi dalam kehidupan keseharian mereka, perubahan perkembangan kognitif dan sosial pada remaja saat ini tentunya juga menjadi salah satu faktor yang dapat mempengaruhi perilaku aktifitas mereka dalam penggunaan internet.

### 1.5.3 Manfaat Dan Fungsi Internet Bagi Pengunjung Cafe Starbuck

Menurut Emile Durkheim (1893) didalam sebuah masyarakat terdapat suatu cara bertindak yang tetap atau sementara yang memiliki kendala dari luar (Constraint). Fakta sosial di sebut juga suatu cara bertindak yang umum dalam suatu masyarakat yaitu individu yang bebas dari manifestasi individual.

Saat ini internet merupakan suatu kebutuhan dalam kehidupan sehari-hari. Internet saat ini sulit terlepas dari kehidupan masyarakat baik karena ketergantungan ataupun memang suatu kebiasaan mengakses internet. Hampir semua orang saat ini cenderung menggunakan internet terutama dalam kehidupan sehari-hari seperti di masyarakat. Begitu juga saat bekerja membutuhkan internet untuk menyelesaikan pekerjaan, dengan menggunakan jaringan intranet yang menghubungkan internet dalam tempat satu ke tempat lainnya.

Setiap perubahan ataupun kemajuan tentunya memiliki manfaat dan fungsi bagi masyarakat. Pada zaman moderen saat ini, kehidupan manusia tidak dapat terlepas dengan namanya internet. Manfaat yang diberikan oleh internet memang cukup banyak. Internet di ciptakan untuk mempermudah hubungan dan pekerjaan manusia, selain media internet digunakan untuk meringankan beban pekerjaan manusia, dengan internet saat ini masyarakat bergaul atau bahkan mencari penghasilan tambahan. berikut adalah manfaat dan fungsi internet bagi masyarakat yang menggunakannya:

- Sumber Informasi

Peran internet sebagai sumber informasi tentu sangat membantu kehidupan masyarakat dalam menyelesaikan permasalahan. Bagi mereka yang bekerja pada bidang pendidikan , literasi atau bidang kesenian, bisa mencari segala informasi terupdate menggunakan media internet.

- Sebagai alat bantu penyelsai pekerjaan

Keberadaan internet sebagai alat bantu penyelsai pekerjaan, misalnya ada pekerjaan dari kantor yang tidak dapat memungkinkan untuk di kerjakan pada kantor, dan menyelesaikan pekerjaan tersebut

dirumah. Penyerahan pekerjaan ini dapat memanfaatkan media surat elektronik (email) yang tentunya menggunakan media internet.

- Sebagai media bisnis

Semakin pesatnya penggunaan internet saat ini, maka saat ini internet merupakan media yang sangat bagus digunakan para pebisnis untuk memasarkan produknya. Dengan menggunakan media internet tidak perlu repot-repot menyewa lahan atau toko untuk berjualan, hanya membutuhkan smartphon atau pc untuk mempromosikannya, dan sebagai produsen kita hanya menyiapkan barang yang akan dijual, lalu menunggu pembeli untuk menghubungi kita,

- Sebagai jejaring sosial

Peran internet saat ini sangat luas seperti halnya dalam berjejaring sosial. banyak berbagai forum dalam jejaring sosial yang bertujuan untuk menambah pergaulan

dengan satu sama lain. Dengan adanya jejaring sosial hal ini juga merupakan salah satu manfaat internet bagi masyarakat. Manfaat internet tidak hanya menambah pergaulan, akan tetapi dengan menggunakan media internet untuk berjejaring sosial dapat mempererat pertemanan dan membuat kita dapat bersosialisasi dengan lebih baik.

#### **1.5.4 Akses Internet Via Mobile**

Dengan semakin meningkatnya penggunaan mobile internet di kalangan masyarakat tidak menutup kemungkinan setiap lapisan masyarakat memiliki perangkat mobile. Perangkat mobile tersebut banyak digunakan masyarakat untuk berkomunikasi, dengan perangkat mobile yang banyak digunakan oleh masyarakat untuk mengakses jejaring sosial dapat mempermudah masyarakat menelusuri informasi.

Masyarakat di indonesia saatini dapat dibilang masyarakat internet karena seseorang menghabiskan waktunya paling sedikit tiga jam untuk online menggunakan prangkat mobile menurut penelitian Faizal (2013). Dengan akses internet menggunakan perangkat mobile dapat memudahkan

mereka berinteraksi sama lainnya dapat dengan mudah karena dengan menggunakan perangkat mobile, pengguna internet tanpa harus terikat pada suatu tempat seperti, kator, sekolah atau tempat lainnya. Perangkat mobile saat ini sudah digunakan oleh masyarakat pada umumnya karena dengan perangkat mobile masyarakat dapat mengakses internet kapan saja dan dimana saja. Maka dari itu saat ini internet merupakan kebutuhan pokok pada setiap masyarakat.

#### **1.5.5 Penggunaan Internet Ditinjau Dari Teory Use and Gratification**

Model pada teori ini tidak tertarik pada apa yang dilakukan media pada diri seseorang, akan tetapi ia tertarik pada apa yang dilakukan orang terhadap media, Pengguna dianggap secara aktif menggunakan media untuk memenuhi kebutuhannya, Dari sini timbul istilah *Use and Gratification*. Menurut, Blumler dan Katz *Teori Uses and Gratifications* menyatakan bahwa pengguna media memiliki peran aktif dalam memilih dan menggunakan media. Pengguna mengambil bagian aktif dalam proses komunikasi dan berorientasi pada penggunaan media. Teori *Uses and Gratifications* mengatakan bahwa pengguna media yang berusaha keluar dari sumber media yang terbaik memenuhi kebutuhan pengguna. Teori *Uses and Gratifications* berasumsi bahwa pengguna memiliki pilihan alternatif untuk memenuhi kebutuhan mereka.

Asal mula terciptanya *Teori Uses and Gratifications* yaitu beberapa peneliti melihat kebutuhan manusia secara psikologis dan sosial, Penelitian ini meneliti bagaimana faktor-faktor sosial dan psikologis, termasuk kebutuhan untuk aktifitas, berinteraksi untuk menghasilkan gaya hidup dan pola penggunaan media yang berbeda. Penelitian ini mengidentifikasi empat jenis gaya hidup yang anggotanya berbeda secara signifikan pada berbagai variabel, termasuk surat kabar dan majalah berita pembaca, dan gratifikasi dicari dari televisi kabel. Orang dengan kebutuhan tinggi untuk beraktifitas memiliki gaya hidup yang melibatkan paparan yang lebih besar untuk sumber-sumber media informasi urusan

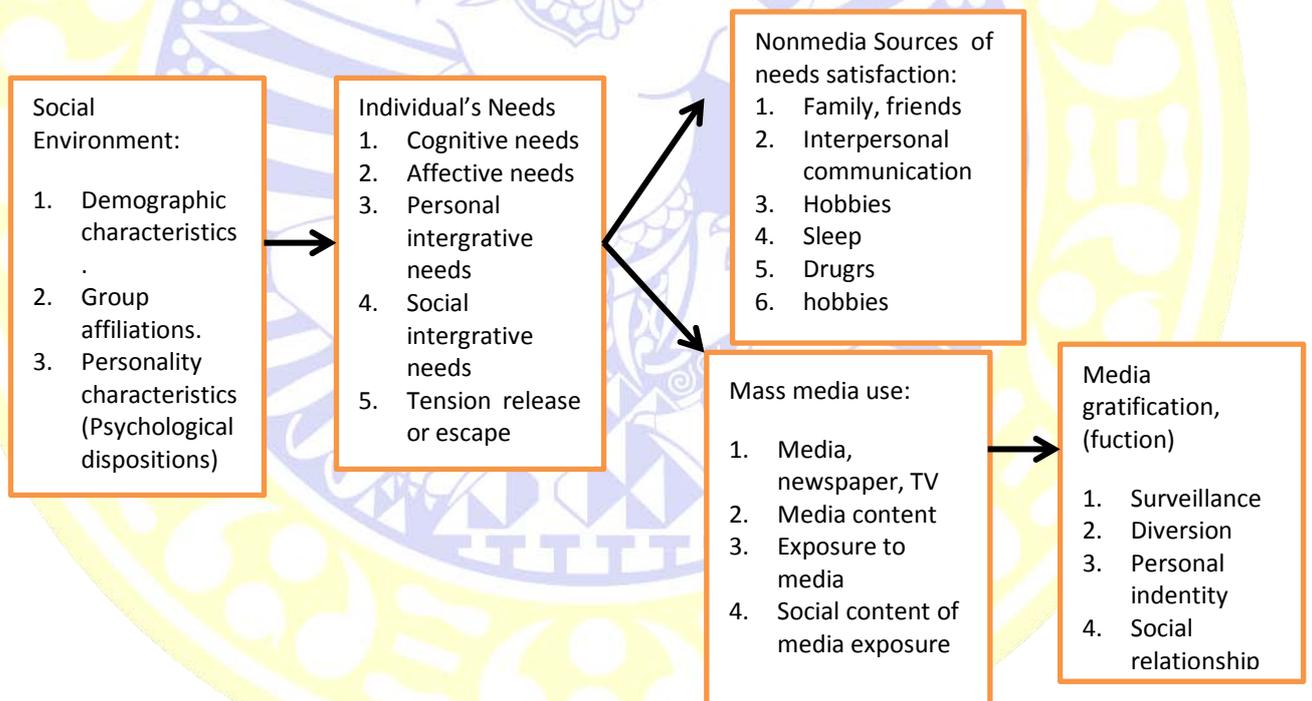
publik dibandingkan dengan kebutuhan yang lebih rendah untuk beraktifitas dan gaya hidup yang kurang kosmopolitan. Hasilnya menunjukkan bahwa akar dari penggunaan media yang jauh lebih dalam dari yang di yakini sebelumnya. Teori *Uses and Gratifications* memusatkan perhatian pada kegunaan isi media untuk memperoleh gratifikasi atau pemenuhan kebutuhan.

Penggunaan media terdiri dari jumlah waktu yang digunakan dalam berbagai media jenis isi media yang dikonsumsi dan berbagai hubungan antara individu konsumen media dengan isi media yang dikonsumsi atau dengan media secara keseluruhan (Rosengren, 1974). Efek media dapat di oprasionalisasikan untuk mengevaluasi kemampuan media untuk memberikan kepuasan, misalnya: sampai sejauh mana surat kabar membantu responden memperjelas suatu masalah: sebagai dependensi media, misalnya: kepada media mana atau isi yang bagaimana responden amat bergantung untuk tujuan informasi: dan sebagai pengetahuan, misalnya: apa yang diketahui responden dengan prihal persoalan tertentu.

Penggunaan (*uses*) isi media untuk mendapatkan pemenuhan (*gratification*) atas kebutuhan seseorang atau *uses and gratification* merupakan salah satu teori yang sering digunakan dalam studi komunikasi. Teori ini mengemukakan bahwa seorang *audience* memiliki kebutuhan kompleks yang perlu dipenuhi melalui penggunaan berbagai media (Bungin: 2006). Katz, Gurevitch dan Hazz (Effendy: 2000) mengatakan bahwa ada beberapa alasan pemenuhan kebutuhan pada seseorang yang ingin dipenuhi dalam menggunakan media.

Teori *use and gratification* secara tradisional juga digunakan untuk menjelaskan motif orang-orang menggunakan media, seperti radio, televisi, telepon, dan media-media lainnya yang telah hadir sebagai media baru yang mulai menggeser peranan media-media lama (valkenburg & soters: 2001). Sebagai media baru, internet kini mulai dikaji dengan menggunakan teori *Use and Gratification*. Seperti yang diungkapkan oleh

Ebersole dalam Hardjito (2001), bahwa *teori Use and Gratification* merupakan salah satu media yang telah berulang kali mampu dan relevan untuk meneliti media baru. Beberapa peneliti telah mengkaji penelitian mengenai motif menggunakan internet dengan menggunakan teori *Use and Gratification*. Studi yang dilakukan oleh Ferguson dan Perse dalam Velkenburg dan Soeters (2001:653) mengemukakan bahwa hiburan (entertainment) merupakan motif yang paling menonjol pada remaja urban dalam mengunjungi web, diikuti dengan informasi sosial (*social information*) dan relaksasi (*relaxation*) secara berurutan. Selain untuk remaja urban pengunjung cafe starbuck. Untuk mendapat kejelasan mengenai model *use and gratification* ini dikaji oleh Katz, Gurevitz, dan Haas, berikut model *use and gratification* yang digunakan sebagai acuan teori oleh peneliti:



Sumber: Effendy, Onong Uchjana (2000). Ilmu Teori Dan Filsafat Komunikasi

Pada gambar diatas yaitu model teori *Use and Gratification*, masing-masing poin yang tertera pada model teori tersebut dapat dijelaskan pada pembahasan dibawah ini:

## A. Sosial Enviroment

Sosial Environment yang tergambar dalam model teori *use and gratifications* diatas terbagi kedalam 3 hal yan meliputi di bawah ini, berikut akan dijelaskan satu persatu fungsi dari masing-masing point dalam sosial environment.

### 1. Demographic Characteristic

Merupakan latar belakang individu dalam memanfaatkan pengguna media. Contohnya: usia, jenis kelamin, dan tingkat pendidikan pengunjung cafe starbuck dalam menggunakan media internet untuk berjejaring sosial.

### 2. Group Affiliations.

Group Affiliations merupakan keterlibatan seseorang individu dalam suatu kelompok untuk memenuhi kebutuhan individu tersebut terhadap media yang diinginkan. Pada group affiliations ini, individu mendambakan suatu hubungan yang hangat antar anggota kelompok.

### 3. Personal Characteristic

Personal characteristic merupakan karakteristik individu yang berkaitan dengan kelas sosial, gaya hidup dan kepribadian seseorang individu dalam masyarakat.

Selanjutnya melihat dari macam-macam kebutuhan individu yang terdiri dari kebutuhan kognitif, kebutuhan afektif, kebutuhan personal intergrasi. Dan kebutuhan sosial intergratif. Kemudian dapat munculah istilah *Use and Gratifications*, penggunaan dan pemenuhan kebutuhan. Berikut dibawah ini akan dijelaskan:

## B. Individual's Needs

Individual's Needs merupakan tahap selanjutnya dari model teori *use and gratifications*. Individual's Needs atau kebutuhan khalayak ini ada dikarenakan adanya pengaruh dari lingkungan sosial. individual's needs pada teori ini dijabarkan sebagai berikut

### 1. Cognitive needs

Cognitive Needs merupakan kebutuhan kognitif untuk memenuhi kebutuhan yang didasi oleh hasrat atau keinginan yang kuat untuk memahami dan menguasai lingkungan. Kebutuhan kognitif ini jika diimplementasikan dalam penelitian yang dilakukan penulis dapat di contohkan seperti fasilitas internet di cafe starbuck digunakan oleh pengunjung cafe untuk mengakses informasi.

#### 2. Personal Affective Needs

Personal Affective Needs merupakan kebutuhan yang berhubungan dengan pengalaman estetika, kesenangan / estetis serta pengalaman emosional. Contohnya pengalaman yang dimiliki oleh pengunjung cafe starbuck dalam mengakses internet untuk mencari informasi tentunya sangat berbeda-beda.

#### 3. Personal Intergrative Needs

Personal intergrative Needs merupakan kebutuhan yang berhubungan dengan peneguhan kepercayaan, kesetiaan dan status individu. Contohnya, kebutuhan pengunjung cafe starbuck dalam memperkuat kreadibilitas, rasapercaya diri dan stabilitas serta status yang dimiliki setiap individu.

#### 4. Social Intergrative Needs

Social intergrative Needs merupakan kebutuhan yang berkaitan dengan peneguhan kontak dengan keluarga, teman dan lingkungan sekitar. Contohnya, kebutuhan pengunjung dalam memperkuat hubungan dengan keluarga serta teman-temannya dan lapisan masyarakat lainnya.

#### 5. Escapist Needs

Escapist Needs atau kebutuhan pelarian merupakan kebutuhan pelepasan ketegangan atau pelarian yang berkaitan dengan upaya menghindari ketegangan, tekanan, dan hasrat untuk mencari hiburan. Contohnya, datangnya pengunjung cafe sebagai pelarian maupun untuk hiburan.

Kemudian melalui kebutuhan individu yang ada, tiap individu memiliki keinginan untuk memenuhi kebutuhannya yang disebut dengan motif proses pemenuhan ini terdiri oleh 2 cara yaitu:

1. Non media Source of Need satisfaction dapat dicontohkan dengan keluarga, teman-teman, komunikasi interpersonal yaitu komunikasi anatr pribadi individu, hobby, maupun dengan tidur.
2. Mass Media Use dapat terbagi lagi kedalam 2 jenis yaitu yang pertama media massa tercetak meliputi buku, surat kabar, dan majalah. Yang kedua media massa elektronik yang terdiri dari radio, televisi dan film.

Dengan melihat beragam kebutuhan pengguna, penulis dalam penelitian kali ini menggunakan sumber pemenuhan kebutuhan berupa media massa. Media massa merupakan sumber media yang digunakan oleh semua orang dan dapat diakses atau dimanfaatkan oleh masyarakat secara umum. Kebutuhan-kebutuhan inilah yang mendorong individu untuk menggunakan internet untuk berjejaring sosial. pada kesempatan ini McQuail, Bumler, dan Brown (1972), yang menyebutkan beberapa aktifitas penggunaan media sebagai berikut:

1. Surveillance  
Survilance atau pengawas merupakan media massa dapat membuat individu memperoleh informasi maupun pengetahuan yang dapat digunakan untuk membantu memahami suatu hal atau lingkungan.
2. Entertainment.  
Entertainment atau hiburan merupakan media yang dapat digunakan oleh individu untuk melarikan diri dari rutinitas atau masalah sehari-hari, serta sebagai sarana hiburan yang dapat membantu seseorang untuk mengisi waktu luang ketika tidak ada kegiatan.
3. Deversion.  
Deversion atau pengalihan merupakan kebutuhan yang bertujuan untuk melepaskan masalah dari rutinitas sehari-hari.
4. Social Relationship.

Social relationship atau hubungan sosial merupakan media yang dapat digunakan sebagai salah satu media pencari teman maupun pengganti teman. Dengan menggunakan media sebagai sarana melakukan kegiatan yang berfungsi sebagai alat yang menghubungkan suatu individu dengan individu lainnya.

Fungsi ini nantinya dapat diperoleh pengguna sebuah media apabila kebutuhan intergratif sosial pengguna yang telah dijelaskan sebelumnya diatasi dapat terpenuhi dengan baik. Dengan demikian, landasan utama pendekatan *use and gratifications* jika dikaitkan dengan pemanfaatan internet pada pengunjung cafe starbuck adalah sebagai berikut:

1. Penggunaan media pada akhirnya untuk mencapai suatu tujuan dimana pengunjung cafe sebagai individu yang menggunakan media untuk membuka internet yang bersifat spesifik dan kebutuhan tersebut berkembang didalam lingkungannya.
2. Pengunjung cafe dapat memilih sendiri situs internet guna memenuhi kebutuhan akan informasi yang di inginkan. Dengan demikian pengunjung cafe akan terlibat dalam suatu proses penelusuran informasi menggunakan internet untuk mendapatkan kebutuhan informasi yang di harapkan.

## **1.6 Variabel Penelitian**

### **1.6.1 Definisi Konseptual**

#### **➤ Perilaku Pemanfaatan Internet**

Perilaku yang didorong untuk memunculkan motif-motif tertentu pada diri seseorang mulai dari mengenal internet dengan menggunakan internet untuk mengakses informasi yang jauh lebih mudah dan efisien terhadap masyarakat luas, dengan memanfaatkan internet. Intensitas penggunaan internet semakin luas ditambah dengan adanya situs-situs yang mulai membludak membuat intensitas kunjungan menggunakan internet lebih sering dilakukan saat ini.

➤ **Social Environment**

- **Demographic Characteristics**

Demographic Characteristics merupakan hal-hal yang berkaitan secara langsung keberadaan suatu masyarakat seperti umur, jenis kelamin, penghasilan, pekerjaan, pendidikan dll.

- **Group Affiliations**

Group Affiliations berkaitan dengan keterlibatan seseorang individu dalam suatu kelompok

- **Personality Characteristics (Psychological dispositions)**

Personality Characteristics atau karakteristik kepribadian merupakan karakteristik yang berkaitan dengan kelas sosial, gaya hidup dan kepribadian seseorang pada kelas sosial di masyarakat.

➤ **Individual's Needs (Kebutuhan Informasi Pengguna)**

- **Cognitive Needs**

Cognitive needs, merupakan dorongan yang didasari akan kebutuhan pengguna internet untuk menambah pengetahuan mengenai informasi yang *terupdate*.

- **Affective Needs**

Affective Needs, merupakan kebutuhan yang berkaitan dengan peneguhan mengenai pengalaman-pengalaman yang estetis, menyenangkan dan emosional.

- **Personal Integrative Needs**

Personal Integrative Needs, kebutuhan yang berkaitan dengan peneguhan kredibilitas, kepercayaan, stabilitas dan status individual. Hal-hal tersebut diperoleh dari hasrat akan harga diri pengguna.

- **Social Integrative Needs**

Social Intergrative Needs, merupakan kebutuhan yang berkaitan dengan peneguhan kontak dengan keluarga, teman dan dunia. Hal-hal tersebut didasarkan pada hasrat untuk berrafiliasi.

- **Tension Release or Ascape**

Tension Release or Ascape, merupakan kebutuhan yang berhubungan dengan keinginan untuk menghindarkan diri dari tekanan, mengurangi ketegangan, mengalihkan perhatian, dan dorongan untuk mencari hiburan. Melihat begitu beragamnya kebutuhan pada diri seseorang dalam menggunakan media maka mengakibatkan timbulnya motif-motif tertentu dalam diri individu, tergantung kebutuhan yang ingin dipenuhi.

- **Media Gratification**

- **Surveillance**

Surveillance (pengawasan), kebutuhan akan informasi, kebutuhan akan *surveillance* atau eksplorasi realitas, pengguna menggunakan internet untuk mencari informasi mengenai dunia sekitar.

- **Diversion**

Diversion (Pengalihan), kebutuhan akan pelepasan tekanan dan kebutuhan akan hiburan. Khalayak menggunakan sosial media guna mencari hiburan dan terlepas dari tekanan.

- **Personal Identity**

Identitas pribadi atau psikologi individu (*Personal Identity and Individua Psychology*), pengguna menggunakan internet untuk memperkuat atau memperkokoh sesuatu yang penting dalam kehidupan situasi khalayak sendiri.

- **Social Relationship**

Social Relationship (Hubungan Social), fungsi integrasi dan interaksi sosial mengedepankan hubungan antara audiens dengan lingkungan atau masyarakat di sekitarnya. Melalui sosial media,

audiens dapat belajar bagaimana sinergi hubungan antara dirinya dalam system sosialnya

### 1.6.2 Definisi Operasional

Pemanfaatan Internet dikalangan pengunjung cafe Starbuck Kota Surabaya untuk mengakses informasi akan diukur berdasarkan beberapa faktor yang terdiri dari: karakteristik responden serta kebutuhan khalayak. Berikut akan disebut satu persatu:

- **Mengenal dan Menggunakan Internet**
  - a. Alasan menggunakan sosial media
  - b. Media yang digunakan dalam memanfaatkan internet
  - c. Aktifitas yang dilakukan ketika menggunakan internet
  - d. Frekuensi pemanfaatan Internet
- **Pemanfaatan**
  - a. Memanfaatkan internet untuk sebuah informasi
  - b. Memanfaatkan internet untuk sarana komunikasi
- **Social Environment**
  - ***Demographic Characteristics (Tingkat Pendidikan Pengguna)***
    - a. Tingkat pendidikan pengunjung caffe Starbuck
    - b. Berdasarkan jenis kelamin pengunjung cafe
    - c. Berdasarkan usia pengunjung cafe
  - **Group Affiliations**
    - a. Masyarakat berdasarkan status sosialnya
  - **Personality Charecteristics**
    - a. Intensitas pemanfaatan internet
    - b. Tipe seseorang dalam memanfaatkan internet
- **Individual's Needs (Kebutuhan Informasi Pengguna )**
  - ***Cognitive Needs (Kebutuhan Kognitif)***
    - a. Keinginan memperoleh informasi melalui internet
    - b. Keinginan mengetahui berita terbaru di internet

- ***Affective Needs (Kebutuhan Afektif)***
  - a. Mendapatkan kepuasan melalui informasi yang diperoleh dari internet
  - b. Mendapatkan pengalaman yang tak terduga yang didapat dari internet
- ***Personal Intergrative Needs (kebutuhan integrasi pribadi)***
  - a. Mendapatkan bahan untuk berinteraksi dengan orang lain dalam menggunakan internet
  - b. Memanfaatkan fasilitas internet untuk mengakses informasi yang berguna menumbuhkan rasa percaya diri
- ***Tension Release Or Escape ( Kebutuhan Pelarian)***
  - a. Memperoleh informasi hiburan dari internet
  - b. Individu ingin bersantai dan mengisi waktu luang
- **Media Gratifications (Fuctions)**
  - ***Surveillance (Pengawasan)***
    - a. Dapat menyelesaikan permasalahan karena memperoleh informasi dari internet.
    - b. Menggunakan internet dapat mengirim pesan yang bersifat pribadi.
  - ***Diversion (Pengalihan)***
    - a. Memperoleh hiburan dari internet
    - b. Melepaskan kepenatan
  - ***Personal Identity and Individual Pschology ( Identitas Pribadi atau Psikologi)***
    - a. Individu semakin percaya diri dengan mendapatkan informasi dari internet.
    - b. Individu dapat memiliki kerangka berfikir yang realistis
    - c. Memperoleh pengetahuan baru dari internet
  - ***Social Relationship ( Social Relationship)***
    - a. menggunakan internet sebagai alat untuk berinteraksi dengan orang lain.

- b. Memberikan saran mengenai informasi yang terdapat pada internet

## 1.7 Metode dan Prosedur Penelitian

### 1.7.1 Metode / Jenis Penelitian

Metode penelitian adalah tata cara bagaimana suatu penelitian akan dilaksanakan untuk memperoleh data dengan kegunaan dan tujuan tertentu. Sedangkan metode penelitian menurut Soerjono Soekanto (2007), merupakan suatu kegiatan ilmiah yang didasarkan pada analisis dan konstruksi yang dilakukan secara sistematis, metodologis dan konsisten yang bertujuan untuk mengungkapkan kebenaran sebagai salah satu manifestasi keinginan manusia untuk mengetahui apa yang sedang dihadapinya. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode penelitian deskriptif kuantitatif, yang dimana peneliti ingin mempelajari masalah-masalah yang ada dalam masyarakat, serta tata cara yang berlaku dalam masyarakat serta situasi-situasi tertentu, termasuk mengenai hubungan kegiatan, sikap, pandangan, serta proses-proses yang sedang berlangsung dan berpengaruh dari suatu fenomena. Pada penelitian ini, peneliti ingin mengembangkan konsep dan menghimpun fakta, akan tetapi tidak melakukan pengujian hipotesis. Metode deskriptif kuantitatif dalam penelitian ini digunakan untuk mendeskripsikan mengenai pemanfaatan internet di kalangan pengunjung cafe starbuck Kota Surabaya

### Lokasi Penelitian

Lokasi penelitian dipilih di Surabaya mengingat Surabaya merupakan Kota metropolitan dan Kota terbesar kedua yang ada di Indonesia dan penduduknya sebgaiian besar adalah masyarakat urban dimana mereka tidak asing lagi dengan tren teknologi informasi yang diukur dari tingginya penggunaan internet untuk berjejaring sosial oleh penduduk Surabaya pada semua lapisan masyarakat mulai anak-anak hingga dewasa. Penelitian dilakukan pada cafe starbuks Surabaya, seiring perkembangan zaman saat ini kafe tidak hanya dijadikan sebagai tempat menjual makan dan minuman saja.

Namun kafe saat ini menjadi tempat yang atau wadah bagi seseorang untuk melakukan aktifitas lain selain dari tujuan utamanya yaitu menikmati menu yang dijual, karena cafe saat ini sudah menjadi bagian dari gaya masyarakat urban Kota Surabaya semakin berkembang. Kafe saat ini dikemas secara menarik untuk menarik pengunjung yang datang, seperti adanya *hotspot* area yang saat ini kebutuhan yang wajib di kalangan masyarakat saat berkunjung pada cafe.

Lokasi penelitian di ambil pada lingkungan mall yang ada di Surabaya, adapun beberapa mall yang dilakukan penelitian cafe starbuck yang ada di surabaya diantaranya adalah:

1. Starbucks Coffe yang beralamat di jl. Jendral Basuki
2. Starbucks Coffe yang beralamat di Surabaya Towns Square
3. Starbucks Coffe yang beralamat di PTC Supermall Pakuon Indah
4. Starbucks Coffe yang beralamat di Grand city
5. Starbucks Coffe yang beralamat di Tunjungan Plaza

### 1.7.2 Populasi Penelitian

Populasi merupakan generalisasi yang terdiri atas obyek/subyek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulan. Populasi dalam penelitian ini pengunjung caffe starbucks mulai dari usia remaja, dewasa, dan usia tua dengan berkriteria saat mengunjungi starbuck menggunakan perangkat mobile baik *handphone, tablet* maupun *laptop*.

### 1.7.3 Teknik Pengambilan Sample

Dalam penelitian ini peneliti akan mengambil jumlah sample sebanyak 100 responden karena jumlah pengunjung cafe starbuck setiap bulannya semakin meningkat, mengingat remaja urban saat ini cenderung menggemari hal baru dan hal modern yang kekinian-kinian. Pengambilan sample dilakukan secara *purposive sampling* merupakan teknik pengambilan sample tergantung dengan kriteria yang digunakan. Jadi peneliti menentukan

dahulu kriteria-kriteria sampel yang akan diambil. Pengambilan sampel dengan cara ini memungkinkan generalisasi hasil penelitian dengan kesalahan yang sangat kecil. Kriteria yang diambil peneliti yaitu:

1. Pengunjung cafe Starbuck.
2. Pengunjung cafe Starbuck yang menggunakan gaded.

#### **1.7.4 Teknik Pengumpulan Data**

Terdapat dua hal yang mempengaruhi kualitas data hasil penelitian, yaitu: kualitas instrumen penelitian dan kualitas pengumpulan data. Kualitas instrumen penelitian berkenaan dengan validitas dan readibilitas instrument, sedangkan kualitas pengumpulan data berkenaan ketepatan cara-cara yang digunakan untuk mengumpulkan data. Pada penelitian ini pengumpulan data berdasarkan teknik di bawah ini:

##### 1. kuesioner

Kuesioner merupakan teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberi seperangkat pertanyaan atau pernyataan tertulis kepada responden untuk di jawab. Kuesioner yang digunakan adalah kuesioner yang bersifat semi terbuka yaitu pada kuesioner yang disajikan terdapat pertanyaan yang sudah tersedia berupa jawaban alternatif, responden juga diberikan kesempatan untuk mengemukakan jawaban. Kuesioner dibagikan pada pengunjung cafe starbucks yang memanfaatkan internet untuk berjejaring sosial.

##### 2. Wawancara

Wawancara digunakan sebagai teknik pengumpulan data apabila peneliti ingin mengetahui informasi secara langsung pada responden. Wawancara dilakukan pada 5 orang dan berbeda lokasi untuk mengetahui informasi lebih rinci mengenai pemanfaatan internet untuk berjejaring sosial pada pengunjung caffe starbuck.

##### 3. Observasi

Observasi merupakan suatu proses yang kompleks, suatu proses yang tersusun dari berbagai proses biologis dan psikologis Sutrisno Hadi (1986). Teknik pengumpulan data melalui observasi dilakukan untuk mendapatkan informasi mengenai kondisi yang ada di lapangan serta mengetahui permasalahan yang terjadi pada pemanfaatan internet untuk berjejaring sosial pada pengunjung cafe starbuck.

## **1.8 Teknik Pengolahan Data dan Analisis Data**

### **1.8.1 Teknik Pengolahan Data**

Pengolahan data merupakan kegiatan lanjutan setelah pengumpulan data dilaksanakan. Proses pengolahan data dapat diartikan sebagai proses mengartikan data-data lapangan sesuai dengan tujuan, rancangan, dan sifat penelitian. Pada tahap pengolahan data ini variabel yang diukur merupakan gejala yang menjadi sasaran pengamatan penelitian. Data yang diperoleh melalui pengukuran variabel dapat berupa data nominal, ordinal, interval, atau rasio. Pengolahan data adalah suatu proses untuk mendapatkan data dari setiap variabel penelitian yang siap dianalisis. pengolahan data meliputi kegiatan pengeditan data, transformasi data (coding), serta penyajian data sehingga diperoleh data yang lengkap dari masing-masing obyek setiap variabel.

#### *1. Editing*

*Editing* merupakan pemeriksaan atau koreksi data yang telah dikumpulkan. Pengeditan dilakukan karena kemungkinan data yang masuk tidak memenuhi syarat atau tidak sesuai dengan kebutuhan peneliti. Pengeditan data dilakukan untuk melengkapi kekurangan atau menghilangkan kesalahan yang terdapat pada data mentah. Kekurangan dapat dilengkapi dengan mengulangi pengumpulan data atau dengan cara penyisipan data. Kesalahan data dapat dihilangkan dengan membuang data yang tidak memenuhi syarat untuk dianalisis.

#### *2. Coding*

*Coding* merupakan pemberian kode-kode tertentu pada tiap-tiap data termasuk memberikan kategori untuk jenis data yang sama. Kode adalah simbol tertentu dalam bentuk huruf atau angka untuk memberikan identitas data. Kode yang diberikan dapat memiliki makna sebagai data kuantitatif (berbentuk skor). kuantifikasi atau transformasi data menjadi data kuantitatif dapat dilakukan dengan memberikan skor terhadap setiap jenis data dengan mengikuti kaidah-kaidah dalam skala pengukuran.

### 3. *Tabulating*

*Tabulating* merupakan proses menempatkan data dalam bentuk tabel dengan cara membuat tabel yang berisikan data sesuai dengan kebutuhan analisis. Tabel yang dibuat sebaiknya mampu meringkas semua data yang akan dianalisis. Pembuatan tabel dilakukan dengan cara tabulasi langsung karena data langsung dipindahkan dari kuesioner ke dalam kerangka tabel yang telah disiapkan tanpa proses perantara lainnya.

## 1.8.2 Teknik Analisis Data

Rancangan analisis data dalam penelitian ini menggunakan metode deskriptif terhadap data-data yang diperoleh dari hasil kuesioner, data yang diperoleh kemudian di proses menjadi bentuk tulisan yang digunakan untuk memahami permasalahan yang diteliti. Data kuantitatif yang diperoleh dari hasil probing terhadap responden yang digunakan bertujuan untuk mempertajam dan memperkaya analisis pada akhirnya, penelitian deskriptif ini berupaya untuk memberikan gambar sistematis atau mendeskripsikan data tentang kenyataan dan karakteristik dari unit penelitian secara aktual dan faktual.

Proses analisis data dilakukan dengan mendeskripsikan dan menjelaskan temuan dalam bentuk tabel tunggal dan tabel silang. Hal ini dilakukan sesuai dengan tujuan penelitian ini, yang mana ingin menggambarkan fenomena sebenarnya yang terjadi di lapangan. Selain itu, peneliti juga menganalisa sepenuhnya dengan menggunakan interpretasi teoritik, di mana data yang di peroleh dari hasil penelitian di lapangan

(kuantitatif maupun kualitatif) dibandingkan atau dikaitkan dengan beberapa teori yang ada, pendapat para ahli, atau temuan dari penelitian sebelumnya.

### 1.8.3 Alat Pengukuran Variabel

Alat pengukuran yang digunakan dalam penelitian ini menggunakan skala pengukuran Likert. Skala pengukuran likert menurut Djaali (2008:28) ialah skala yang dapat dipergunakan untuk mengukur sikap, pendapat, dan persepsi seseorang atau kelompok orang mengenai suatu gejala atau fenomena sosial di tengah-tengah masyarakat. Dengan menggunakan skala likert, maka variabel yang akan diukur digambarkan menjadi indikator-indikator yang dapat diukur kemudian indikator yang terukur ini dapat dijadikan titik tolak untuk membuat instrumen yang berupa pertanyaan atau pernyataan yang perlu dijawab oleh responden. Ada dua bentuk pertanyaan yang menggunakan Likert yaitu pertanyaan positif untuk mengukur minat positif, dan bentuk pertanyaan negatif untuk mengukur minat negatif. Pertanyaan positif diberi skor 5, 4, 3, 2, dan 1; sedangkan bentuk pertanyaan negatif diberi skor 1, 2, 3, 4, dan 5. Bentuk jawaban skala Likert terdiri dari sangat setuju, setuju, ragu-ragu, tidak setuju, dan sangat tidak setuju.

Biasanya disediakan lima pilihan skala dengan format seperti:

1. Sangat tidak setuju ( STS ) = 1
2. Tidak setuju ( TS ) = 2
3. Kurang Setuju ( N ) = 3
4. Setuju ( S ) = 4
5. Sangat setuju ( SS ) = 5

Untuk menentukan kategori sebuah jawaban apakah tergolong tinggi, sedang, rendah, terlebih dahulu ditentukan kelas intervalnya. Berdasarkan alternatif jawaban responden, maka dapat ditentukan interval kelas sebagai berikut :

Skor Tertinggi-Skor Terendah

Banyaknya bilangan

Maka diperoleh:

$$\frac{5 - 1}{5} = 0,8$$

Sehingga dapat diketahui kategori jawaban responden masing-masing variabel yaitu:

- Skor untuk kategori sangat tinggi = 4,21 - 5,00
- Skor untuk kategori tinggi = 3,41 - 4,20
- Skor untuk kategori sedang = 2,61 - 3,40
- Skor untuk kategori rendah = 1,81 - 2,60
- Skor untuk kategori sangat rendah = 1,00 - 1,80

Untuk dapat menentukan jawaban responden tergolong tinggi, sedang, rendah maka jumlah skor dari variabel akan ditentukan rata-ratanya dengan membagi jumlah pertanyaannya. Dari hasil pembagian tersebut, maka akan dapat diketahui jawaban responden termasuk kedalam kategori yang sama.

## BAB II

### GAMBARAN UMUM

#### II.1 masyarakat kota surabaya dan coffe shop

Kota Surabaya merupakan Kota yang mengalami perkembangan yang sangat pesat baik dari gaya hidup maupun dari segi ekonomi. Masyarakat kota berfungsi sebagai *Agent of Change* (agen perubahan) karena pola pikir masyarakat kota terbuka dalam menerima pengaruh budaya dari luar. Warga kota surabaya sendiri dapat dikatakan warga kota yang gila kerja, karena telah mendorong kota Surabaya telah menjadi hikayat ekonomi modern yang mewakili medernitas di Indonesia. Dengan semakin sibuknya warga Kota Surabaya dalam aktifitas pekerjaan, tidak menutup kemungkinan para pekerja membutuhkan ruang untuk berdiskusi maupun melepas waktu luang ketika tidak ada perkerjaan, tidak hanya para pekerja yang berada pada Kota Surabaya yang membutuhkan ruang untuk berdiskusi, maupun melepas waktu luang akan tetapi saat ini para pelajar dan mahasiswa juga membutuhkan ruang untuk berdiskusi dan mengerjakan tugas.

Penduduk Kota Surabaya saat ini dapat dikatakan penduduk kota yang bersifat *glamour* (mewah) karena masyarakat kota saat ini sebagian besar memiliki banyak uang tidak hanya untuk memenuhi kebutuhan pribadi akan tetapi masyarakat Kota Surabaya saat ini rela mengeluarkan banyak uang hanya sekedar untuk menghabiskan waktu luang mereka dengan membeli kopi pada tempat-tempat yang dapat di bilang kelas menengah keatas untuk memunculkan nilai prestis pada kalangan masyarakat yang melihatnya tidak hanya para pekerja yang sudah memiliki penghasilan pribadi, para pelajar dan mahasiswa yang notabennya masih minta uang jajan pada orang tua juga menghabiskan waktu mereka pada *coffe shop* pada kalangan menengah keatas untuk meningkatkan nilai prestis pada masing-masing individu ketika nongkrong pada *coffe shop* yang terkenal.

*Coffe shop* saat ini merupakan gaya hidup yang tidak dapat terlepas di kota-kota besar seperti di Surabaya. Apalagi dengan semakin banyaknya kafe khusus kopi dan inovasi dalam pembuatan kopi, sehingga melahirkan semakin banyak pecandu kopi di dunia ini. Konsumen mendatangi Kedai Starbucks bukan

semata-mata ingin minum kopi, melainkan karena ada sentuhan emosi yang dihadirkan gerainya. Entah itu perasaan bangga, gengsi, atau kehangatan. Salah satu pilihan langkah strategis yang dilakukan oleh pihak pengelola Starbucks Coffee Indonesia adalah bagaimana dapat menarik pelanggan-pelanggan yang baru serta tentunya membuat pelanggan yang sudah ada selama ini dapat tinggal lebih lama (*stay longer*) menikmati sajian kopi yang ditawarkan, dengan cara menyediakan akses internet nirkabel atau yang lebih dikenal dengan Internet *Hot Spot*. Dengan fasilitas ini, sembari menikmati kopi hangat Starbucks, pengunjung tetap dapat melakukan aktivitas bisnis ataupun mengakses informasi melalui Notebook atau *Smartphone*.

Dengan semakin berkembangnya coffee shop dan menjadi bagian dari globalisasi, sebetulnya fenomena ini tak berbeda dengan warung kopi yang ada dalam komunitas masyarakat pinggiran sebab sudah lama masyarakat Indonesia suka minum kopi, begadang, dan membahas banyak hal. Yang berubah sesuai zaman adalah lokasi ngopi, desain tempat, dan kemasan kopi yang diciptakan “wah” serta memikat kalangan menengah keatas meski dijual dengan harga empat atau lima kali lipat dari harga semula.

Fenomena perilaku kaum muda dan pekerja pergi ke *coffee shop* telah memasuki tidak hanya Surabaya sebagai kota metropolitan, tetapi juga kota-kota besar lainnya di Indonesia. Meskipun tidak banyak coffee shop dengan lisensi dagang dari luar negeri, namun kaum muda di kota-kota besar lain juga menunjukkan gaya hidup menyerupai kota Metropolitan. Surabaya sebagai kota besar dengan banyaknya pendatang, terutama kaum muda, menyebabkan pergeseran gaya hidup ke arah modernisasi yang muncul akibat desakan tuntutan hiburan dan minimnya filter arus modernisasi. Hal ini ditunjukkan dengan menjamurnya tempat-tempat hiburan malam, karaoke, distribution store, dan kafe. Arus globalisasi yang cepat membawa semua bangsa dituntut untuk dapat ikut berperan serta di dalamnya bila tidak ingin tenggelam. Negara-negara Barat dipandang sebagai kiblat perkembangan zaman. Tidak hanya dari sisi teknologi tetapi juga gaya hidup. Modernisasi mengubah gaya hidup menjadi lebih seirama dengan gaya hidup Barat bahkan terkadang dengan meninggalkan nilai lama.

Tahap pencarian identitas pada remaja, serta konformitas tinggi pada kelompok, membuat remaja menjadi dekat dengan gaya hidup tertentu. Tak jarang kemudian gaya hidup ini mendasari perilaku konsumen kaum muda. Hal ini dimanfaatkan oleh produsen dan pemasar untuk memasarkan bisnisnya, seperti fenomena bergesernya fungsi coffee shop yang kini tidak hanya menyediakan kopi, tetapi juga menjual gaya hidup yang digemari oleh kaum muda. Gejala coffee shop sebagai gaya hidup di kalangan masyarakat perkotaan disebabkan banyak faktor baik psikologis maupun sosial. Sepanjang tidak menjurus kepada *hedonisme*, gejala itu dapat dinilai sebagai suatu gejala dan respon yang normal dari para remaja terhadap keadaan dan tuntutan hasrat dirinya.

## **II.2 seputar cafe starbuck**

### **II.2.1 sejarah singkat starbuck**

*manual brew* sedang menginvasi gelombang kopi era ketiga, Starbucks sebagai pemimpin era sebelumnya seolah tidak terganggu. Sebaliknya, sebagai senior kedai kopi, Starbucks tergolong cukup „rendah hati“ dengan ikut bersolek dan berbenah diri agar tidak ketinggalan *hype* yang kini sedang menghinggap para juniornya. Tidak heran jika kita melihat mereka mulai bertransformasi dari kedai menjadi bar—dan merombak beberapa menu dengan menghadirkan *manual brew*.

Dengan lebih dari 17 ribu gerai di seluruh dunia, Starbucks benar-benar telah meraksasa dari sebuah kedai kecil di Seattle menjadi perusahaan multinasional dalam kurang dari 40 tahun. Pada tahun 2014 Di bulan September, Starbucks mengumumkan akan membeli 60.5% saham Starbuck Coffee Japan yang tidak benar-benar mereka miliki dengan biaya 913 juta US Dollars. Per Desember 2014, jumlah kedai Starbucks di Indonesia sudah mencapai 200 gerai.

Satu hal yang barangkali patut digarisbawahi dari perjalanan jaringan kedai kopi ini adalah mereka tetap tak tergoyahkan meski tren kopi terus berganti. Apa yang membuat Starbucks bertahan? Bisa jadi karena mereka mau beradaptasi dan mengalir bersama jaman.

## II.2.2 Fasilitas Starbuck

Kehadiran Starbucks Coffee menawarkan aktivitas mengopi yang berbeda dengan kafe-kafe sebelumnya. Citra sebagai kafe yang bergengsi yang disandang oleh Starbucks Coffee terlihat dari cara Starbucks Coffee memfasilitasi para pelanggannya dengan kebutuhan-kebutuhan yang mengarah pada kebutuhan kaum elit, kenyamanan, serta keakraban yang membuat betah para pelanggan. Detail-detail inilah yang mungkin luput dari perhatian kafe-kafe yang muncul lebih dulu sebelum Starbucks Coffee.

Starbucks Coffee telah menjadi bagian dari kehidupan sehari-hari pengunjungnya. Kita juga bisa melihat bahwa tujuan utama seseorang berkunjung ke Starbucks Coffee, bukanlah kopi-nya, tapi hal lain yang disugahi selain kopi. Karena, berbagai jenis variasi olahan minuman kopi di Starbucks Coffee, bisa ditemui pula di kafe-kafe lain dengan cara penyajian yang berbeda seperti jenis minuman cafe latte, flat white, atau cafe and liquor (kopi yang dicampur minuman beralkohol). Apabila dibandingkan, harga minuman di Starbucks Coffee pun lebih mahal dari harga-harga minuman di kafe sejenis dari luar negeri. Tengoklah harga minuman termurah di Starbucks Coffe adalah Rp. 19.900,-, sementara di Cup & Cino 15.000,-, bahkan di Coffe Beans „hanya“ Rp. 12.500,-.

Dari hal di atas, kita bisa melihat bahwa harga secangkir minuman termurah di Starbucks Coffee tidak bisa dikatakan „murah“ apabila dibandingkan dengan harga secangkir kopi di Coffe Beans atau Cup&Cino. Bila ditelaah dari sudut ekonomis, seseorang akan cenderung untuk memilih kafe dengan tawaran harga paling murah, dengan kualitas rasa yang sama, kenyamanan yang tidak berbeda jauh, dan sama-sama dari luar negeri. Namun, yang terjadi di lapangan, sebagian besar pecinta kopi di kota-kota besar masih cenderung untuk memilih Starbucks Coffee sebagai tempat yang tepat untuk mengopi.

Hal ini berkaitan dengan citra yang berhasil dimunculkan oleh Starbucks Coffee terhadap para konsumen, bahwa Starbucks Coffee tidak hanya menyajikan berbagai variasi minuman kopi, tapi juga „menjual“ kesan yang menyenangkan kepada para pelanggannya.

Starbucks Coffee memahami betul pangsa pasarnya. Penyediaan sofa-sofa yang empuk, selain kursi-kursi yang berkesan formal, adalah bentuk komitmen atas kesadaran Starbucks Coffee, bahwa tidak semua pelanggannya menyukai kursi yang formal, dan tidak semua pelanggan pula menyukai sofa yang kurang tepat untuk acara-acara formal seperti rapat kantor atau bertemu klien. Selain itu, adanya stop kontak di setiap kursi juga merupakan fasilitas yang terkesan remeh temeh, tapi sangat bermakna buat orang-orang dengan mobilitas tinggi. Sementara pengunjung menikmati secangkir kopi sambil mengobrol, ia juga bisa mengisi kembali baterai handphone atau laptop, sehingga mobilitas mereka tidak terganggu hanya karena habisnya baterai handphone atau laptop. Koneksi langsung setiap gerai Starbucks Coffee dengan internet secara cuma-cuma juga menunjukkan bahwa Starbucks Coffee menghargai informasi yang berubah serba cepat, sebagaimana pengunjungnya yang juga tidak bisa lepas dari informasi di dunia luar. Inilah yang mungkin luput dari perhatian kafe-kafe lain yang sudah ada sebelum Starbucks Coffee hadir.

Fasilitas-fasilitas yang disediakan oleh Starbucks Coffee ini secara tidak langsung menentukan jenis konsumen seperti apa yang akan memenuhi gerainya. Begitu pula dari segi harga tiap secangkir kopi. Maka, tidak heran bila kemudian, Starbucks Coffee mempunyai citra sebagai tempat mengopi kalangan menengah ke atas dengan mobilitas yang tinggi.

Satu hal yang tidak lepas dari strategi pemasaran Starbucks Coffee, adalah memahami bahwa kaum urban di kota besar sangat menghargai waktu dan penuh pertimbangan ekonomis. Bila mereka tengah mengopi, maka aktivitas tidak hanya berhenti sampai „mengopi“ saja, tapi juga harus ada kegiatan yang lebih produktif lagi seperti menulis artikel, bertemu klien kantor, atau memanfaatkan fasilitas jaringan nirkabel yang disediakan Starbucks Coffee untuk berselancar di dunia maya.

### II.2.3 Gaya Hidup Konsumen Cafe Starbuck

Mengopi di Starbucks Coffe, bukan lagi menjadi aktivitas ngopi semata. Ada nilai prestise dan atmosfer gaya hidup modern di dalamnya, sehingga seseorang akan dianggap „keren“ bila mengopi di Starbucks Coffee. Brand image seperti ini tidak muncul dengan sendirinya. Starbucks Coffee Company sendiri yang membuat standar tertentu agar setiap gerainya di seluruh dunia mempunyai identitas tersendiri. Seperti tata ruang yang mewah, lokasi di pusat-pusat perbelanjaan elit, harga setiap cangkir kopi yang di atas harga secangkir kopi di kafe lain, serta fasilitas yang mendukung mobilitas kalangan tertentu.

### II.2.4 Lokasi Starbuck

Terdapat banyak cabang atau gerai starbuck yang ada di Surabaya, dan cafe satrbuck saat ini menjadi lokasi yang sangat favorit di Kota Surabaya untuk ngopi karena menawarkan rasa kopi yang enak sesuai standart internasional dengan pelayanan yang ramah dan tempat yang nyaman. Terdapat 13 lokasi cafe starbuck di Kota Surabaya diantaranya adalah

1. Starbucks Coffe yang beralamat di jl. Jendral Basuki
2. Starbucks Coffe yang beralamat di Surabaya Towns Squer
3. Starbucks Coffe yang beralamat di PTC Supermall Pakuon Indah
4. Starbucks Coffe yang beralamat di Grand city
5. Starbucks Coffe yang beralamat di Tunjungan Plaza
6. Starbucks Coffe yang beralamat di Jl. Panglima Sudirman
7. Starbucks Coffe yang beralamat di Jl Yosodipuro No 133.
8. Starbucks Coffe yang beralamat di Jl Boulevard Famili Selatan Kav 1.
9. Starbucks Coffe yang beralamat di Jl Dharma Husada Indah Timur No-35-37
10. Starbucks Coffe yang beralamat di Jl Mayjed Sungkono 87
11. Starbucks Coffe yang beralamat di JL Kewajen Putih Mutiara

12. Starbucks Coffe yang beralamat di Juanda Airport Terminal 2  
Domestic

13. Starbucks Coffe yang beralamat di Embong Malang

Pada penelitian ini peneliti hanya meneliti pada 5 lokasi cafe starbuck yang ada di mall Kota Surabaya.



### BAB III

#### TEMUAN DATA

Pada bab ini penelitian menyajikan data yang diperoleh peneliti dari penyebaran kuesioner. Data yang diperoleh berupa data kuantitatif (hasil *probling*). Data kuantitatif di sajikan dengan menggunakan tabel tunggal yang memberikan gambaran mengenai pemanfaatan internet dikalangan pengunjung Cafe Starbuck Kota Surabaya data yang diperoleh peneliti berguna untuk mempertajam analisis data kuantitatif. Untuk yang pertama peneliti akan menjelaskan tentang karakteristik responden terlebih dahulu, berikut adalah gambaran karakteristik responden.

#### III.1 Karakteristik Responden

##### III.1.1 Jenis Kelamin

Berikut ini adalah tabel yang menunjukkan karakteristik responden berdasarkan jenis kelamin:

**Tabel 3.1**

##### Jenis Kelamin Respondem

Jenis Kelamin	F	%
Laki – laki	49	49
Perempuan	51	51
Total	100	100

Sumber: Kuesioner No.1

Tabel 3.1 menunjukkan bahwa jumlah responden antara laki-laki dan perempuan hampir berimbang, yaitu laki – laki sebanyak 49 orang (49%) dan perempuan sebanyak 51 orang (51 %) dari total keseluruhan responden yang berjumlah 100 orang (100%).

### III.1.2 Usia

Berikut ini adalah tabel yang menunjukkan karakteristik responden berdasarkan usia:

**Tabel 3.2**  
**Usia Responden**

Usia	F	%
< 17 Tahun	30	30
17- 22 Tahun	59	59
22-27 Tahun	9	9
>27 Tahun	2	2
Total	100	100

Sumber: Kuesioner No. 2

Berdasarkan tabel 3.2 dapat diketahui bahwa usia responden yang terlibat dalam penelitian ini berada pada kisaran 17 hingga 27 tahun dimana mayoritas responden didominasi oleh kelompok usia 17-22 tahun yaitu 59 orang dengan prosentase 59 %. Disusul kemudian dengan kelompok usia <17 tahun berjumlah 30 orang dengan presentase 30 %. Sedangkan untuk kelompok usia 22-27 tahun mencapai 9 orang dengan presentase 9 % responden dengan jumlah minoritas adalah responden dengan usia >27 tahun yaitu 2 orang dengan presentase 2%.

### III.1.3 Tingkat Pendidikan Terakhir

Berikut ini adalah tabel yang menunjukkan karakteristik responden berdasarkan tingkat pendidikan terakhir:

**Tabel 3.3**  
**Tingkat Pendidikan Terakhir**

Tingkat Pendidikan Terakhir	F	%
Sekolah Dasar (SD)	2	2
Sekolah Menengah Pertama (SMP)	5	5
Sekolah Menengah Atas (SMA)	50	50
Sarjana	43	43
Total	100	100

Sumber : Kuesioner No. 3

Berdasarkan tabel 3.3 dapat diketahui bahwa tingkat pendidikan terakhir responden saat mengikuti penelitian mengenai pemanfaatan internet pada tabel di atas mempunyai nilai yang sangat signifikan, dimana tingkat pendidikan terakhir pengunjung cafe starbuk yang terlibat dalam penelitian ini adalah responden dengan tingkat pendidikan terakhir Sekolah Dasar (SD) hingga Sarjana. Hubungan tingkat pendidikan terakhir pada tabel di atas mempunyai nilai yang sangat signifikan, dimana mayoritas responden yang terlibat dalam penelitian ini sebagian besar tingkat pendidikan responden Sekolah Menengah Atas (SMA) dengan jumlah 50 orang (50%). Kemudian disusul dengan tingkat pendidikan terakhir Sarjana dengan jumlah 43 orang (43%), selanjutnya dengan tingkat pendidikan terakhir Sekolah Menengah Pertama (SMP) dengan jumlah 5 orang (5%), sedangkan tingkat pendidikan terakhir Sekolah Dasar (SD) mencapai 2 orang (2%).

#### III.1.4 Status Sosial

Berikut ini adalah tabel karakteristik responden berdasarkan status sosial Responden:

**Tabel 3.4**  
**Status Sosial Responden**

Status Sosial	F	%
Pelajar	15	15
Mahasiswa	24	24
Bekerja	49	49
Pengangguran	12	12
Total	100	100

Sumber : Kuesioner No. 4

Dari tabel 3.4 dapat diketahui bahwa sebagian besar status sosial responden yaitu bekerja sebanyak 49 orang (49%) disusul dengan mahasiswa sebanyak 24 orang (24%) lalu pelajar sebanyak 15 orang (15%) serta yang paling sedikit yaitu pengangguran sebanyak 12 orang (12%). Saat dikonfirmasi dalam status sosial responden paling besar dalam

mengakses internet saat nongkrong di cafe Starbuck sebagian besar dengan status sosial bekerja, melalui hasil probing penjelasan responden yang berjenis kelamin laki-laki yang bernama Galih, penjelasan responden tersebut adalah sebagai berikut:

*“ aku menggunakan internet untuk menyelesaikan pekerjaan kantor dan alasan saya menggunakan internet saat nongkrong di cafe starbuck ini untuk menghemat kuota meskipun harga satu gelas kopi cukup mahal tapi di cafe ini saya dapat bertemu dengan banyak klien”*

### III.2 mengenal dan memanfaatkan internet

#### III.2.1 Alasan menggunakan Internet

Pada era teknologi informasi yang semakin berkembang tidak menutup kemungkinan seluruh lapisan masyarakat saat ini menggunakan internet. bahkan saat ini pengunjung cafe starbuck menggunakan internet dengan alasan yang sangat beragam, berikut tabel alasan penggunaan internet pada pengunjung cafe Starbuck di Kota Surabaya:

**Tabel 3.5**

#### **Alasan Menggunakan Internet**

Alasan Menggunakan Internet	F	%
Menghabiskan waktu luang	54	54
Internet merupakan wadah yang tepat untuk mencari informasi	11	11
Ingin mengetahui berita terbaru dari internet	26	26
Mencari kesenangan	2	2
Mudah untuk mengaksesnya	7	7
Total	100	100

Sumber : Kuesioner No. 5

Dari tabel 3.5 dapat diketahui bahwa alasan responden menggunakan internet untuk menghabiskan waktu luang sebanyak 54 orang (54%). Kemudian alasan kedua ingin mengetahui berita terbaru dari internet sebanyak 26 orang (26%) disusul dengan peringkat ketiga alasan responden menggunakan internet merupakan wadah yang tepat untuk

mencari informasi sebesar 11 orang (11%), dipringkat ke empat alasan penggunaan internet pada pengunjung cafe starbuck adalah mudah mengaksesnya sebanyak 7 orang (7%) dan yang terakhir, dan yang paling rendah yaitu dalam mencari kesenangan sebanyak 2 orang (2%). hal tersebut membuktikan bahwa alasan pengunjung cafe starbuck memanfaatkan internet untuk menghabiskan waktu luang.

Dari hasil probing diperoleh fakta bahwa pada umumnya responden memanfaatkan internet sebagai pengisi waktu luang karena sebagian besar responden yang diketahui oleh peneliti, responden berada pada cafe starbuck menunggu seseorang dan melepas kepenatan dari rutinitas sehari-hari dan tugas, sambil santai membuka gadget dengan secangkir kopi disebelahnya mereka membuka internet sambil menghabiskan waktu, penjelasan responden tersebut adalah sebagai berikut:

*“waktu aku nongkrong di cafe starbuck sendirian dan gak ada teman ya aku membuka internet dari pada diem sendirian, menurut aku internet merupakan sumber informasi yang tepat disaat aku sendirian maupun teman di saat aku sedang kesepian saat nongkrong untuk menghabiskan waktu luang”*

Selanjutnya pada urutan kedua yang menjadi alasan responden menggunakan internet adalah ingin mengetahui berita terbaru dari internet dengan jumlah responden sebanyak 26 orang (26%). Saat dikonfirmasi apa yang menyebabkan dan membuat mereka menggunakan internet, beberapa responden menggunakan internet ingin mengetahui berita terbaru dari internet setelah dilakukan probing, penjelasan responden yang berjenis kelamin perempuan sebagai berikut:

*“biasanya aku menggunakan internet pingin tau berita terbaru mengenai model-model baju yang terbaru, tempat nongkrong yang asik dan biasanya juga kepoin teman-teman di internet, karena menurut aku saat menggunakan internet aku dapat mengetahui*

*berita terbaru meskipun terkadang informasi tersebut tidak penting sih.”*

### III.3.2 Aktifitas yang dilakukan ketika menggunakan internet

Dalam memanfaatkan internet tentu ada aktifitas yang dilakukan pengguna untuk menggunakan internet saat nongkrong pada cafe Starbuck. Berikut ini adalah tabel aktifitas yang dilakukan pengguna ketika menggunakan internet:

**Tabel 3.6**

#### **Aktifitas yang dilakukan ketika menggunakan internet**

Informasi yang sering dicari di internet	F	%
Membuka akun jejaring sosial	52	52
Transaksi Online	8	8
Ingin memperoleh informasi	31	31
Chatting	6	6
Hanya sekedar browsing	3	3
Total	100	100

Sumber : Kuesioner No. 6

Berdasarkan tabel 3.6 bahwa aktifitas responden ketika menggunakan internet saat nongkrong di cafe cenderung membuka akun jejaring sosial sebanyak 52 orang (52%), kemudian disusul dengan keinginan memperoleh informasi sebanyak 31 orang (31%), dan sebanyak 8 orang (8%) responden menggunakan internet untuk transaksi online, kemudian sebanyak 6 orang (6%) responden menggunakan internet untuk chatting, dan yang terakhir diikuti sebanyak 3 orang (3%) responden menggunakan internet untuk sekedar browsing.

Berdasarkan hasil *probling* yang telah dilakukan oleh peneliti terhadap beberapa responden yang mengungkapkan membuka akun jejaring sosial adalah alasan utama yang mendorong responden membuka internet, bahwa sebenarnya sebagian responden ingin memiliki banyak teman disaat mereka kesepian. Awalnya mereka diberitahu oleh temannya untuk membuat akun jejaring sosial karena dengan akun jejaring sosial

dapat cepat memperoleh informasi lebih cepat dan cepat mendapatkan teman. Dengan melihat keasyikan atau kesenangan temannya berselancar pada akun jejaring sosial. Akhirnya mereka juga sekedar membuat beberapa akun jejaring sosial dan mencoba-coba untuk menggunakannya.

Disusul kemudian dengan jumlah responden yang memilih jawaban ingin memperoleh informasi sebanyak 31 orang (31%), saat dikonfirmasi apa yang menyebabkan mereka ingin memperoleh informasi saat nongkrong pada cafe starbuck sebagaimana dari mereka menjawab ingin memperoleh informasi dan informasi yang diperoleh sangat beragam jenisnya. Setelah itu dilakukan probing dari penjelasan responden yang berjenis kelamin laki-laki yang bernama doni tersebut sebagai berikut:

*“aku tidak mau ketinggalan zaman dari teman-teman baik teman kantor, teman bermain dll, aku harus memperoleh informasi terupdate sebelum teman-temanku mengetahui terlebih dahulu, dan biasanya aku mencari informasi mengenai sepak bola dan informasi kekinian terutama cara bergaul dengan teman.”*

### **III.2.3 Mengal Internet**

Dalam penggunaan internet saat pertama kali, tentunya hal ini dipengaruhi oleh orang-orang yang berpengalaman dan telah mahir dalam penggunaan internet yang sesuai dengan kebutuhan mereka. Dalam temuan penelitian ini, faktor-faktor yang mempengaruhi seseorang dalam menggunakan dan memanfaatkan internet adalah teman bermain, saudara, teman sekolah, orang tua, guru/ dosen.

Berikut ini adalah tabel yang menunjukkan responden yang pertama kali mengenalkan internet berdasarkan siapa yang mengenalkan responden pada internet:

**Tabel 3.7**  
**Mengenal Internet**

Mengenal internet	F	%
Teman Bermain	22	22
Saudara	6	6
Teman Sekolah	52	52
Orang Tua	3	3
Guru / Dosen	17	17
Total	100	100

Sumber : Kuesioner No 7

Berdasarkan tabel 3.7 dapat diketahui bahwa dari kelompok siapa, yang mengajari responden pertama kali mengenal internet, pada tabel diatas mempunyai nilai yang sangat signifikan, dan orang yang mengajari responden pertama kali untuk menggunakan internet adalah teman sekolah sebanyak 52 orang (52%), kemudian disusul dengan jumlah responden yang memiliki jawaban teman bermain sebanyak 22 orang (22%), lalu sebanyak 17 orang (17%) mengenal internet melalui guru / dosen, dan yang terakhir sebanyak 6 orang (6%) mengenal dan menggunakan internet melalui saudara.

Dari hasil *probling* yang pertama kali mengenalkan internet sebagian besar teman sekolah terungkap bahwa teman merupakan sumber informasi atau orang terdekat pertama kali yang mereka ketahui bahwa mereka sudah bisa menggunakan internet dengan aktivitas-aktivitas internet tertentu yang sesuai dengan keinginan mereka. Untuk itu kebanyakan dari mereka menjadikan teman sebagai sumber belajar dan sumber informasi terlebih dahulu dibandingkan dengan lingkungan keluarga terdekat (Seperti: orang tua atau saudara) yang belum tentu bisa menggunakan internet. Disamping itu, beberapa responden juga mengungkapkan bahwa belajar internet dengan teman lebih menyenangkan, karena memiliki ketertarikan yang sama serta saat belajar dengan teman lebih santai dibandingkan belajar dengan guru, dosen, saudara atau orang tua. Kebanyakan teman yang dimaksud responden dalam penelitian ini

adalah teman-teman sekolah, terutama pada teman terdekat yang ada di sekolah salah seorang responden yang bernama Dyan, menuturkan:

*“saya bisa menggunakan internet pertama kali dari teman terdekat saya di sekolah, waktu itu lagi hits-hitsnya facebook. Teman-teman disekolahku sudah banyak yang menggunakan facebook dan saya belum punya, jangankan punya facebook buat apa saja saya belum tahu, akhirnya saya tanya pada teman sebangku saya bisa di bilang teman terdekat saya, saya tanya mengenai facebook untung saja teman sebangku saya sudah mempunyai facebook dan bisa cara menggunakannya, jadinya saya minta dibuatin dan diajariin facebook. Malu saat ditanyai teman sekolah saya akun facebookmu namanya siapa sedangkan saya belum punya, dan alasan saya minta ajarin sama teman sebangku karena dia bisa menjaga rahasia, malu kalau ketahuan teman yang lainnya kalau saya belum tau facebook entar di bilang gak up to date.”*

Disusul kemudian dengan jumlah responden yang memilih jawaban teman bermain ada sebanyak 22 orang (22%), saat dikonfirmasi apa yang menyebabkan mereka tertarik untuk mengenal internet melalui teman bermain. Setelah dilakukan probing, penjelasan responden yang bernama Ana berjenis kelamin perempuan sebagai berikut:

*“karena aku dulu lihat temenku mengetahui segala informasi dan aku tanya sama mereka, mereka bilang tau dari internet dan aku penasaran dengan namanya internet kenapa semua hal dapat ditemukan di internet makanya aku minta ajari teman bermain cara menggunakan internet pertama aku diajari pada warnet karena fasilitas dahulu belum memadai seperti saat ini.”*

Selanjutnya responden yang memilih jawaban guru sebanyak 17 orang (17%), saudara sebanyak 6 orang (6%), dan yang terakhir orang tua 3 orang (3%). Dengan demikian dapat diketahui bahwa peranan teman dalam mengenalkan internet sangat besar dibandingkan dengan saudara, orang tua dan guru/ dosen. Lingkungan dapat mempengaruhi seseorang

dalam menggunakan internet maka dari itu orang tua dan dosen harus dapat mengalahkannya anak untuk menggunakan internet dengan baik dan benar, karena sebagian dari orang tua, guru/ dosen masih terpacu dengan hal-hal lama mereka lebih mempercayai dalam bentuk cetak dibandingkan dengan media digital dan sebagian dari mereka juga belum memiliki media yang mendukung seperti HP maupun tablet.

### III.3.4 lingkungan pertama kali mengenal internet

Saat pertama kali dalam penggunaan internet tentu adanya lingkungan – lingkungan yang mendorong seseorang dalam menggunakan internet. berdasarkan hasil yang diperoleh peneliti di lapangan ditemukan sejumlah lingkungan yang mempengaruhi responden dalam pertama kali menggunakan internet. berikut adalah tabel yang memuat temuan mengenai lingkungan pertama kali responden mengenal internet:

**Tabel 3.8**

#### **Lingkungan pertama kali mengenal internet**

Lingkungan pertama kali mengenal internet	F	%
Kantor	11	11
Sekolah	38	38
Keluarga	5	5
Bermain	42	42
Kampus	4	4
Total	100	100

Sumber : Kuesioner No. 8

Dari tabel 3.8 diatas dapat dilihat bahwa lingkungan pertama kali mengenal internet pada lingkungan bermain dengan jumlah responden 42 orang (42%), selanjutnya, pada urutan kedua lingkungan pertama kali yang mengenalkan internet adalah lingkungan sekolah dengan jumlah responden 38 orang (38%), kemudian pada urutan ketiga lingkungan pertama kali mengenal internet adalah pada lingkungan kantor dengan jumlah responden 11 orang (11%), dan yang keempat lingkungan

pertama kali dalam mengenal internet adalah keluarga dengan jumlah responden 5 orang (5%), yang terakhir atau yang kelima lingkungan yang pertama kali mempengaruhi responden mengenal internet adalah pada lingkungan kampus dengan jumlah responden 4 orang (4%).

Dari hasil *probling* lingkungan yang pertama kali mengenalkan internet adalah lingkungan bermain, karena lingkungan bermain saat ini dapat mendorong seseorang untuk maju mencoba hal baru, dan dengan teman bermain dapat memiliki waktu lebih lama di bandingkan dengan lingkungan kampus dan orang tua, maka dari itu sebagai orang tua pada zaman moderen saat ini harus mengenal internet dan membekali anak kita agar tidak terjerumus dengan media sosial yang saat ini marak diperbincangkan negatif.

### **III.3 Pemanfaatan**

#### **III.3.1 Tujuan memanfaatkan internet saat nongkrong pada cafe starbuck**

Begitu besarnya masyarakat saat ini menggunakan internet tentu memiliki tujuan yang beragam karena begitu banyaknya informasi yang ada di internet. berdasarkan hasil yang diperoleh peneliti di lapangan ditemukan tujuan memanfaatkan internet saat nongkrong, berikut adalah tabel yang memuat temuan mengenai tujuan memanfaatkan internet saat nongkrong pada cafe starbuck:

**Tabel 3.9****Tujuan memanfaatkan internet saat nongkrong pada cafe starbuck**

Tujuan memanfaatkan internet saat nongkrong	F	%
Ingin memperoleh informasi	17	17
Up-Date Status	44	44
Chatting	3	3
Melakukan Transaksi online	2	2
Menghabiskan waktu luang	34	34
Total	100	100

Sumber : Kuesioner No. 9

Dari tabel 3.9 dapat disimpulkan sebagian besar responden sebanyak 44 orang (44%) tujuan memanfaatkan internet saat nongkrong pada cafe starbuck, kemudian 34 orang (34%) memiliki tujuan memanfaatkan internet saat nongkrong pada cafe starbuck untuk menghabiskan waktu luang, dan sebanyak 17 orang (17%) dengan tujuan ingin memperoleh informasi, serta sebanyak 3 orang (3%) tujuan memanfaatkan internet saat nongkrong pada cafe starbuck untuk chatting, dan yang terakhir tujuan memanfaatkan internet saat nongkrong pada cafe starbuck sebanyak 2 orang (2%) untuk melakukan transaksi online.

**III.4.2 Informasi yang sering dicari pada internet**

Banyak informasi yang dicari pada internet, berikut adalah tabel informasi yang sering dicari pada internet:

**Tabel 3.10****Informasi yang sering dicari pada internet**

Informasi yang sering ada di internet	F	%
Informasi umum	68	68
Informasi mengenai tips	15	15
Informasi entertainment	5	5
Informasi mengenai hobi	10	10
Informasi untuk tugas	2	2
Total	100	100

Sumber : Kuesioner No. 10

Dari tabel 3.10 dapat diketahui bahwa sebanyak 68 orang (68%) informasi yang dicari pada internet mengenai informasi umum, dan sebanyak 15 orang (15%) informasi yang sering dicari pada internet mengenai informasi mengenai tips, dan sebanyak 10 orang (10%) responden mencari informasi pada internet mengenai hobi, serta sebanyak 5 orang (5%) responden mencari informasi pada internet untuk mencari informasi mengenai entertainment, dan yang terakhir sebanyak 2 responden mencari informasi mengenai tugas.

### III.4.3 manfaat yang di dapat dari memanfaatkan internet

Ketika seorang responden menggunakan internet tentu mendapatkan manfaat yang di dapat dari memanfaatkan internet. berdasarkan hasil penelitian yang diperoleh oleh peneliti di lapangan peneliti menemukan bahwa hal yang didapat responden dengan memanfaatkan internet agar mereka tidak ketinggalan zaman (*Up to date*), mendapatkan hiburan, informasi yang terdapat pada internet dapat memberi informasi dan pengetahuan yang dibutuhkan, dapat mengisi waktu luang, dapat memberi kemudahan dalam memanfaatkan internet.

Berikut ini adalah tabel yang memuat mengenai manfaat yang di dapat dari memanfaatkan internet:

**Tabel 3.11****Manfaat yang di dapat dari memanfaatkan internet**

Manfaat yang di dapat dari memanfaatkan internet	F	%
Dapat mengisi waktu luang	4	4
Informasi yang terdapat pada internet dapat memberi informasi dan pengetahuan yang dibutuhkan	11	11
Dapat memberi kemudahan dalam memanfaatkan internet	2	2
Tidak ketinggalan zaman (Up-to Date)	65	65
Mendapatkan hiburan	18	18
<b>Total</b>	<b>100</b>	<b>100</b>

Sumber : Kuesioner No. 11

Berdasarkan tabel 3.11 dapat diketahui bahwa manfaat yang di dapat responden dengan memanfaatkan internet pada tabel diatas mempunyai nilai yang sangat signifikan, dimana sebagian besar responden yang terlibat dalam penelitian tersebut manfaat yang di dapat responden dari memanfaatkan internet agar mereka tidak ketinggalan zaman (up to date) dengan jumlah responden sebanyak 65 orang (65%), disusul kemudian oleh responden yang memanfaatkan internet untuk mendapatkan hiburan sebanyak 18 orang (18%), selanjutnya sebanyak 11 orang (11%) mendapatkan manfaat dari internet untuk mengetahui pengetahuan yang di butuhkan dan sebanyak 4 orang (4%) mendapatkan manfaat dari internet hanya sekedar mengisi waktu luang, selanjutnya yang terakhir responden mendapatkan manfaat dari internet dapat memberi kemudahan dalam memanfaatkan internet sebanyak 2 orang (2%).

#### **III.4.4 Tempat paling sering digunakan untuk mengakses internet**

Berikut ini adalah tabel yang memuat tempat yang paling sering digunakan responden saat mengakses internet:

**Tabel 3.12****Tempat paling sering digunakan untuk mengakses internet**

Tempat paling sering digunakan untuk mengakses internet	F	%
Warung / cafe	52	52
Rumah	33	33
Sekolah	6	6
Kantor	8	8
Kampus	1	1
Total	100	100

Sumber : Kuesioner No. 12

Berdasarkan tabel 3.12 dapat diketahui bahwa tempat paling sering digunakan untuk mengakses internet pada tabel diatas mempunyai nilai yang sangat signifikan, dimana sebaaian besar warung / cafe yaitu sebanyak 52 orang (52%), selanjutnya tempat paling sering digunakan responden adalah rumah yaitu sebanyak 33 orang (33%), kemudian sebanyak 8 orang (8%) tempat yang paling sering digunakan responden untuk mengakses internet adalah kantor, disusul dengan 6 orang (6%) responden tempat paling sering digunakan untuk mengakses internet sekolah, dan yang terakhir 1 orang (1%) yang dilakukan responden saat mengakses internet pada kampus.

Dari hasil *probling* terhadap beberapa responden mengenai tempat paling sering dilakukan responden untuk mengakses internet adalah warung/ cafe karena menurut alasan mereka dengan mengakses internet pada warung / cafe dapat mengurangi jatah kuota yang mereka miliki karena ketika mengakses pada warung / cafe mereka menggunakan jaringan WIFI warung / cafe tersebut, mereka nongkrong berlama-lama dengan menggunakan WIFI yang terdapat pada warung tersebut. Beni, Salah seorang responden Cafe Starbuck mengatakan:

“ saat sekarang ini saya suka nongkrong di cafe / warung yang ada fasilitas free wifi karena dengan adanya fasilitas free wifi dapat menarik para pengunjung untuk datang pada cafe / warung tersebut, dengan adanya wifi dapat mempermudah pengunjung untuk mengakses internet, wifi pada warung/ cafe sangat berperan penting soalnya ada beberapa warung jangkauan internetnya kurang memadai sehingga enggak bisa mengakses internet sama sekali maka dari itu dengan adanya wifi meskipun jangkauan internet pada profaider tertentu tidak menjangkau kan masih ada yang menunjang yaitu wifi, walaupun saya saya nongkrong juga gak mau ketinggalan informasi ter update.”

### III.4 Individual Needs

#### III.4.1 Kebutuhan kognitif (Kognitive Needs)

Internet merupakan wadah yang sangat tepat untuk mencari informasi, meskipun informasi tersebut sudah lama atau masih bersifat baru, berikut adalah tabel kebutuhan kognitif (cognitive needs):

**Tabel 3.13**

#### **Kebutuhan kognitif (Kognitive Needs)**

No (X.1)	Kebutuhan Kognitif	SS		S		KS		TS		STS		Total	
		F	%	F	%	f	%	F	%	F	%	f	%
1	Selalu mencari informasi pada internet	62	62	30	30	4	4	3	3	1	1	100	100
2	Mencari informasi yang kita butuhkan	27	27	63	63	2	2	5	5	3	3	100	100
3	Selalu mencari berita terbaru di internet	55	55	39	39	0	0	5	5	1	1	100	100
4	Internet merupakan referensi anda untuk mencari informasi terkait dengan hobi	19	19	61	61	2	2	17	17	1	1	100	100

Sumber: Data primer yang telah diolah

Berdasarkan tabel 3.13 dapat diketahui bahwa dari 62 orang (62%) responden mengatakan sangat setuju mencari informasi terbaru pada internet, dan 30 orang (30%) responden menjawab setuju, 4 orang (4%)

responden menjawab kurang setuju, dan 3 orang (3%) responden menjawab tidak setuju, serta 1 orang (1%) responden menjawab sangat tidak setuju dengan pencarian kebutuhan informasi pada internet.

Berdasarkan hasil *probling* hampir 50% mengatakan sangat setuju saat mencari informasi terbaru pada internet. karena menurut mereka internet merupakan teman secara virtual yang dapat menjawab apapun apa yang kita cari. Dengan adanya internet juga kita tidak perlu tanya jalan pada orang saat tersesat, apapun yang kita butuhkan dan kita cari dapat dengan mudah kita temukan di internet walaupun informasi pada internet tidak semuanya benar, maka dari itu kita harus pintar-pintar dalam memilah-milah informasi pada internet.

Berdasarkan tabel 3.13 dapat diketahui juga bahwa dari 27 orang (27%) responden mengatakan sangat setuju mencari informasi yang mereka butuhkan pada internet, berawal dari mudahnya dalam mengakses internet serta mudah dalam mencari informasi-informasi apa saja yang kita inginkan pada internet. dan 63 orang (63%) responden menjawab setuju, 2 orang (2%) responden menjawab kurang setuju, dan 5 orang (5%) responden menjawab tidak setuju, serta 3 orang (3%) responden menjawab sangat tidak setuju dengan mencari informasi yang mereka butuhkan pada internet.

Berdasarkan *probling* yang dilakukan oleh peneliti sebagian besar responden menjawab sangat setuju saat mencari informasi yang mereka butuhkan pada internet. alasan responden merasa sangat setuju saat mencari informasi yang mereka butuhkan pada internet, saat dikonfirmasi mengapa mereka lebih cenderung setuju dengan mencari informasi yang mereka butuhkan pada internet, karena menurut responden lebih mudah dan cepat dan sebagian besar sesuai yang mereka harapkan, seperti halnya mencari informasi mengenai berita terbaru kecelakaan hari ini, informasi yang kita cari pasti keluar banyak informasi-informasi mengenai kecelakaan yang dicari, akan tetapi kita sebagai penerima informasi harus pintar-pintar memilah informasi yang dapat kita terima dengan baik.

Selanjutnya berdasarkan tabel 3.13 dapat diketahui juga bahwa dari 55 orang (55%) responden mengatakan sangat setuju selalu mencari berita terbaru pada internet, berawal dari mudahnya dalam mengakses internet serta mudah dalam mencari informasi-informasi apa saja yang kita butuhkan pada internet. dan 39 orang (39%) responden menjawab setuju, serta responden kurang setuju dengan mencari berita terbaru di internet berdasarkan hasil *probling* yang dilakukan oleh peneliti, peneliti dapat menyimpulkan responden tidak menjawab kurang setuju karena mereka menganggap internet dapat mempermudah mereka dalam mencari informasi baik berita lama maupun berita *ter-up date*. Internet saat ini berada pada genggaman tangan kita dan dapat dikatakan orang tercepat dalam membantu kita menemukan segala macam informasi. kemudian 5 orang (5%) responden menjawab tidak setuju, serta 1 orang (1%) responden menjawab sangat tidak setuju dengan mencari berita terbaru pada internet.

Berdasarkan hasil *probling* saat responden mencari berita di internet mengatakan sangat setuju ketika mencari berita pada internet karena menurut mereka berita di internet sangat cepat dibandingkan pada koran dan televisi. Menurut beberapa responden juga mengatakan bahwasannya lebih baik mencari berita di internet karena kita dapat mencari berita apa saja dengan gratis dibandingkan berlangganan surat kabar, berita di internet cara pengemasannya juga lebih praktis di bandingkan koran.

Kemudian berdasarkan tabel 3.13 juga dapat diketahui internet merupakan wadah untuk menukar informasi yang terkait dengan hobi yang mendominasi responden sangat setuju dengan menukar informasi terkait dengan hobi sebanyak 19 orang (19%), sedangkan yang mengatakan setuju sebanyak 61 orang (61%) responden. Saat dikonfirmasi apa yang menyebabkan mereka setuju dengan internet wadah merupakan wadah dalam menukar informasi yang terkait dengan hobi, sebagian besar responden menyatakan bahwa dengan adanya internet memudahkan

mereka menemukan komunitas mengenai hobi yang mereka sukai dan mudah dalam berinteraksi saling melengkapi mengenai perkembangan hobi mereka. Lalu sebanyak 2 orang (2%) responden menjawab kurang setuju, dan yang terakhir 1 orang (1%) responden menjawab sangat tidak setuju.

**Tabel 3.14**  
**Skala Likert Kognitif**

Kebutuhan Kognitif	Total skor	Rata-rata	Kategori
1	452	4,52	Sangat Tinggi
2	338	3,38	Tinggi
3	478	4,78	Sangat Tinggi
4	380	3,8	Tinggi
Total		4,12	Sangat Tinggi

Berdasarkan tabel 3.14 Skala Liker Kebutuhan kognitif dikalangan pengunjung cafe Starbuck yang berhubungan dengan informasi, pengetahuan dan pemahaman pada kebutuhan ini didasarkan pada hasrat atau dorongan untuk memahami dan menguasai lingkungan dan juga memuaskan rasa penasaran seseorang dengan rata-rata 4,12 dengan kategori sangat tinggi.

#### **III.4.2 Kebutuhan Afektif (Affective Needs)**

Seperti yang dapat kita ketahui internet saat ini merupakan kebutuhan yang sangat kita butuhkan dalam sehari-hari. Maka tidak heran lagi kita dari internet mendapatkan pengalaman estetika, kesenangan dan pengalaman emosional. Kebutuhan kepuasan merupakan ukuran dari masyarakat saat ini untuk menilai seberapa bergunanya sebuah sesuatu hal, tidak terkecuali kepuasan mengenai informasi yang di dapat dari internet, berikut adalah tabel yang menunjukkan temuan kebutuhan afektif (Affective Needs):

**Tabel 3.15**  
**Kebutuhan Afektif (Affective Needs)**

No (X.2)	Kebutuhan afektif	SS		S		KS		TS		STS		Total	
		F	%	F	%	f	%	F	%	F	%	f	%
1	Anda merasa puas dengan informasi yang anda dapat di internet	41	41	37	37	4	4	15	15	3	3	100	100
2	mendapat pengalaman baru ketika mengakses internet	14	14	41	41	37	37	6	6	2	2	100	100
3	Selalu mendapatkan informasi yang menurut anda penting	35	35	54	54	6	6	2	2	3	3	100	100

Sumber: Data primer yang telah diolah

Berdasarkan tabel 3.15 pada item merasa puas terhadap informasi yang didapat di internet menunjukkan bahwa dari 41 orang (41%) responden mengatakan sangat setuju bahwa mereka puas terhadap informasi yang didapat di internet, dan 37 orang (37%) responden menjawab setuju, 4 orang (4%) responden menjawab kurang setuju, dan 15 orang (15%) responden menjawab tidak setuju, serta 3 orang (3%) responden menjawab sangat tidak setuju.

Berdasarkan tabel 3.15 pada item mendapat pengalaman baru ketika Mengakses internet menunjukkan bahwa dari 14 orang (14%) Responden mengatakan sangat setuju bahwa mereka mendapat pengalaman baru ketika Mengakses internet, dan 41 orang (41%) responden menjawab setuju, 37 orang (37%) responden menjawab kurang setuju, dan 6 orang (6%) responden menjawab tidak setuju, serta 2 orang (2%) responden menjawab sangat tidak setuju.

Berdasarkan tabel 3.15 pada item mereka mendapat informasi yang penting di internet menunjukkan bahwa dari 35 orang (35%) Responden mengatakan sangat setuju bahwa mereka mendapat informasi yang penting di internet, dan 54 orang (54%) responden menjawab setuju, 6 orang (6%) responden menjawab kurang setuju, dan 2 orang (2%) responden

menjawab tidak setuju, serta 3 orang (3%) responden menjawab sangat tidak setuju.

**Tabel 3.16**

**Skala Likert Kebutuhan Afektif (Affective Needs)**

Kebutuhan Afektif	Total skor	Rata-rata	Kategori
1	413	4,13	Tinggi
2	395	3,95	Tinggi
3	380	3,8	Tinggi
Total		3,96	Tinggi

Berdasarkan tabel 3.16 skala likert kebutuhan afektif pemanfaatan internet dikalangan pengunjung cafe starbuck, dengan rata-rata 3,96 dengan kategori terbilang tinggi untuk memanfaatkan internet yang berhubungan dengan pengalaman estetika, kesenangan dan pengalaman emosional.

**3.5.3 Kebutuhan Intregasi Pribadi (Personal Integrative Needs)**

Berikut adalah tabel kebutuhan Kebutuhan Integrasi Pribadi (personal Integrative Needs):

**Tabel 3.17**

**Kebutuhan Intregasi Pribadi (Personal Integrative Needs)**

No (X.3)	Kebutuhan Intregasi Pribadi (Personal Integrative Needs)	SS		S		KS		TS		STS		Total	
		F	%	F	%	f	%	F	%	F	%	f	%
1	Selalu menggunakan informasi yang anda dapatkan di internet	25	25	28	28	45	45	0	0	2	2	100	100
2	Ketika anda butuh informasi, anda mencarinya melalui internet	23	23	65	65	4	4	3	3	5	5	100	100
3	Informasi pada internet selalu memenuhi kebutuhan anda	55	55	19	19	24	24	1	1	1	1	100	100

Sumber: Data yang telah diolah

Berdasarkan tabel 3.16 pada item menggunakan informasi yang di dapatkan pada internet menunjukkan bahwa dari 25 orang (25%)

responden mengatakan sangat setuju bahwa mereka selalu menggunakan informasi yang didapat di internet, dan 28 orang (28%) responden menjawab setuju, 45 orang (45%) responden menjawab kurang setuju, dan 0 orang (0%) responden menjawab tidak setuju, serta 2 orang (2%) Responden menjawab sangat tidak setuju.

Dari hasil *probling* dari beberapa responden alasan mereka mengenai menggunakan informasi yang di dapatkan pada internet terungkap kurang setuju dengan alasan tersebut karena ada beberapa responden mengatakan sebagian besar informasi pada internet adalah informasi hoaks informasi tidak jelas sumbernya. Seperti yang dapat kita ketahui banyak sekali informasi yang terdapat di internet baik itu informasi terpercaya maupun informasi yang tidak jelas asal-usul datangnya informasi tersebut darimana. Sebagaimana yang di ungkapkan oleh responden berikut:

*“aku senang sih cari informasi di internet tapi aku gak langsung mempercayainya gitu saja apa lagi informasi sekarang banyak sekali jadi bingung informasi itu benar adanya apa enggak biasanya kalau aku dapat informasi dari internet aku tanya-tanya dulu sih ketemenu apalagi informasi pada kolom-kolom komentar aku gak dapat mempercayai begitu saja, soalnya aku pernah mempercayai begitu saja waktu browsing cari suatu lokasi dan lokasi yang aku cari tidak benar adanya jadi aku sedikit trauma sih kalau cari informasi di internet.”*

Berdasarkan tabel 3.16 pada item butuh Informasi, mencarinya melalui internet menunjukkan bahwa dari 23 orang (23%) responden mengatakan sangat setuju bahwa ketika butuh Informasi, mencarinya melalui internet, dan 65 orang (65%) Responden menjawab setuju, 4 orang (4%) responden menjawab kurang setuju, dan 3 orang (3%) responden menjawab tidak setuju, serta 5 orang (5%) responden menjawab sangat tidak setuju.

Dari hasil *probing* mengenai ketika kita butuh informasi, kita selalu mencari pada internet terungkap bahwa setengah dari responden setuju dengan hal tersebut, karena menurut beberapa responden mengatakan saat mereka dalam keadaan terhimpit dan membutuhkan informasi tentu jalan satu-satunya yang dapat memberikan informasi secara cepat dan tepat walaupun tidak semua informasi yang di berika sesuai, akan tetapi sedikit dapat membantu menyelesaikan sedikit problem. Sebagaimana yang diungkapkan salah seorang responden:

*“saya tipekal orang yang gak mau ribet dan segala kebutuhan harus dapat terpenuhi dengan cepat. Waktu itu dapat berita dari satatus di bbm mengenai kematian salah satu artis saya cukup kaget kemudian saya langsung saja mencari kebenaran informasi pada internet gak tau informasi itu benar adaya atau enggak yang penting saya sedikit memahami mengenai berita tersebut.”*

Berdasarkan tabel 3.16 pada item informasi pada internet selalu memenuhi kebutuhan menunjukkan bahwa dari 55 orang (55%) responden mengatakan sangat setuju bahwa, dan 19 orang (19%) responden menjawab setuju, 24 orang (24%) responden menjawab kurang setuju, dan 1 orang (1%) responden menjawab tidak setuju, serta 1 orang (1%) responden menjawab sangat tidak setuju.

Dari hasil *probing* mengenai informasi pada internet selalu memenuhi kebutuhan peneliti mendapatkan gambaran mengapa mereka mengatakan sangat setuju mengenai internet dapat memenuhi kebutuhan mereka karena kebanyakan dari responden enggan untuk membaca dalam bentuk fisik menurut mereka membaca dalam bentuk fisik itu melelahkan dan menjenuhkan tidak ada hal yang membuat mereka tertarik, apalagi sebagian yang mengatakan tersebut dengan status pelajar dan mahasiswa tentu dengan adanya internet kebutuhan mereka sangat terpenuhi di bandingkan mereka harus cari buku dan membaca satu persatu, mencari pada internet dengan menuliskan kata kunci yang kita inginkan akan keluar semua apa yang akan kita cari tanpa harus membuka buku.

**Tabel 3.18****Skala Likert Kebutuhan Intregasi Pribadi (Personal Integrative Needs)**

Kebutuhan Intregasi Pribadi (Personal Integrative Needs)	Total skor	Rata-rata	Kategori
1	338	3,38	Tinggi
2	398	3,98	Tinggi
3 Total	426	4,26 3,87	Sangat Tinggi Tinggi

Berdasarkan tabel 3.17 skala likert kebutuhan intregasi pribadi (Personal Integrative Needs) yang berhubungan dengan kredibilitas, keyakinan/ kepercayaan, stabilitas dan status individu rata-rata 3,87 dengan kategori Tinggi.

**3.5.4 Kebutuhan Intregasi Sosial (Social Integrative Needs)**

Fungsi internet juga bisa digunakan sebagai media interaksi masyarakat satu sama lain, berikut adalah tabel kebutuhan integrasi sosial (social integrative needs):

**Tabel 3.18**  
**Kebutuhan Intregasi Sosial (Social Integrative Needs)**

No (X.4)	Kebutuhan Intregasi Sosial (Social Integrative Needs)	SS		S		KS		TS		STS		Total	
		F	%	F	%	f	%	f	%	F	%	f	%
1	Menggunakan internet sebagai media interaksi	57	57	35	35	4	4	3	3	1	1	100	100
2	mendapatkan informasi melalui internet	23	23	65	65	4	4	3	3	5	5	100	100
3	melakukan chatting sebagai media interaksi	55	55	19	19	24	24	1	1	1	1	100	100
4	Informasi yang terdapat pada internet banyak berhubungan terkait dengan tugas sekolah / kerja	14	14	41	41	37	37	6	6	2	2	100	100

Sumber: Data yang telah diolah

Berdasarkan tabel 3.18 item menggunakan internet sebagai media interaksi menunjukkan bahwa dari 57 orang (57%) responden mengatakan sangat setuju bahwa mereka menggunakan internet sebagai media interaksi, dan 35 orang (35%) responden menjawab setuju, 4 orang (4%) responden menjawab kurang setuju, dan 3 orang (3%) responden menjawab tidak setuju, serta 1 orang (1%) responden menjawab sangat tidak setuju.

Berdasarkan tabel 3.18 item mendapatkan informasi melalui internet menunjukkan bahwa dari 23 orang (23%) responden mengatakan sangat setuju bahwa mereka mendapatkan informasi melalui internet, dan 65 orang (65%) responden menjawab setuju, 4 orang (4%) responden menjawab kurang setuju, dan 3 orang (3%) responden menjawab tidak setuju, serta 5 orang (5%) responden menjawab sangat tidak setuju.

Berdasarkan tabel 3.18 item melakukan chatting sebagai media interaksi menunjukkan bahwa dari 55 orang (55%) responden mengatakan sangat setuju bahwa mereka melakukan chatting sebagai media interaksi, dan 19 orang (19%) responden menjawab setuju, 24 orang (24%) responden menjawab kurang setuju, dan 1 orang (1%) responden

menjawab tidak setuju, serta 1 orang (1%) responden menjawab sangat tidak setuju.

Berdasarkan tabel 3.18 item informasi yang terdapat pada internet banyak berhubungan terkait dengan tugas sekolah / kerja menunjukkan bahwa dari 14 orang (14%) responden mengatakan sangat setuju bahwa informasi yang terdapat pada internet banyak berhubungan terkait dengan tugas sekolah / kerja, dan 41 orang (41%) responden menjawab setuju, 37 orang (37%) responden menjawab kurang setuju, dan 6 orang (6%) responden menjawab tidak setuju, serta 2 orang (2%) responden menjawab sangat tidak setuju.

**Tabel 3.19**

**Skala Likert Kebutuhan Intregasi Sosial (Social Integrative Needs)**

Kebutuhan Intregasi Pribadi (Personal Integrative Needs)	Total skor	Rata-rata	Kategori
1	447	4,47	Sangat Tinggi
2	338	3,38	Tinggi
3	398	3,98	Tinggi
4	395	3,95	Tinggi
Total		3,94	Tinggi

Berdasarkan tabel 3.19 skala likert kebutuhan intregasi sosial (*social integrative needs*) yang mengukur kebutuhan dengan mengaitkan penambahan kontak keluarga, teman dan dunia luar. Rata-rata dari kebutuhan intregasi sosial 3,94 dengan kategori tinggi pada skala likert.

### 3.5.5 Kebutuhan Pelarian (Escapist Needs)

Internet juga memiliki fungsi sebagai media hiburan, karena didalam internet banyak Informasi yang terdapat di situs pertemanan online terkait dengan tugas sekolah/kerja. Berikut ini adalah tabel kebutuhan pelarian (Escaist Needs):

**Tabel 3.20**  
**Kebutuhan Pelarian (Escapist Needs)**

No (X.5)	Kebutuhan Pelarian (Escapist Needs)	SS		S		KS		TS		STS		Total	
		F	%	F	%	f	%	f	%	F	%	f	%
1	Mendapatkan hiburan ketika memanfaatkan internet	55	55	39	39	0	0	5	5	1	1	100	100
2	Memanfaatkan internet untuk mengisi waktu luang saat nongkrong	55	55	19	19	24	24	1	1	1	1	100	100

Sumber: Data yang telah diolah

Berdasarkan tabel 3.20 item mendapatkan hiburan saat memanfaatkan internet menunjukkan sebanyak 55 orang (55%) responden mengatakan sangat setuju mendapatkan hiburan ketika memanfaatkan internet, dan 39 orang (39%) responden menjawab setuju, dan kebutuhan responden mendapatkan hiburan saat memanfaatkan internet cukup terpenuhi maka dari itu responden tidak ada yang memilih kurang setuju, lalu 5 orang (5%) responden menjawab tidak setuju, serta 1 orang (1%) responden menjawab sangat tidak setuju.

Berdasarkan tabel 3.20 item memanfaatkan internet untuk mengisi waktu luang saat nongkrong bahwa dari 55 orang (55%) responden mengatakan sangat setuju bahwa memanfaatkan internet untuk mengisi waktu luang saat nongkrong, dan 19 orang (19%) responden menjawab setuju, 24 orang (24%) responden menjawab kurang setuju, dan 1 orang (1%) responden menjawab tidak setuju, serta 1 orang (1%) responden menjawab sangat tidak setuju.

**Tabel 3.21**

**Skala Likert Kebutuhan Pelarian (Escapist Needs)**

Kebutuhan Intregasi Pribadi (Personal Integrative Needs)	Total skor	Rata-rata	Kategori
1	447	4,47	TinggiSangat
2	426	4,26	Tinggi Sangat
Total		4,36	Tinggi

Berdasarkan tabel 3.12 skala likert kebutuhan pelarian (*Escapist Needs*), yaitu kebutuhan yang berhubungan dengan keinginan seseorang untuk menghindarkan diri dari tekanan, mengurangi ketegangan, mengalihkan perhatian, dan dorongan mencari hiburan dengan rata-rata 4,36 dapat dikategori tinggi.

## VI. Media Gratification

### III.6.1 Pengawasan (Surveillance)

Terkadang jika memperoleh informasi dari internet dapat memenuhi kebutuhan informasi, meskipun terkadang masih kurang lengkap. Berikut adalah tabel pengawasan (surveillance):

**Tabel 3.22**  
**Pengawasan (Surveillance)**

No (X.6)	Pengawasan (Surveillance)	SS		S		KS		TS		STS		Total	
		F	%	F	%	f	%	F	%	F	%	f	%
1	Memperoleh informasi dari internet dapat memenuhi kebutuhan informasi anda	39	39	50	50	3	3	7	7	1	1	100	100
2	Informasi yang anda dapatkan di internet sangat beragam jenisnya	26	26	56	56	13	13	3	3	2	2	100	100

Sumber: Data yang telah diolah

Berdasarkan tabel 3.22 item memperoleh informasi dari internet dapat memenuhi kebutuhan informasi bahwa dari 39 orang (39%) responden mengatakan sangat setuju bahwa memperoleh informasi dari internet dapat memenuhi kebutuhan informasi, dan 50 orang (50%) responden menjawab setuju, 3 orang (3%) responden menjawab kurang setuju, dan 7 orang (7%) responden menjawab tidak setuju, serta 1 orang (1%) responden menjawab sangat tidak setuju.

Berdasarkan tabel 3.22 item informasi yang di dapatkan di internet sangat beragam jenisnya dari 26 orang (26%) responden mengatakan sangat setuju bahwa informasi yang di dapatkan di internet sangat beragam jenisnya, dan 56 orang (56%) responden menjawab setuju, 13 orang (13%) responden menjawab kurang setuju, dan 3 orang (3%) responden menjawab tidak setuju, serta 2 orang (2%) responden menjawab sangat tidak setuju.

**Tabel 3.23**  
**Skala Likert Pengawasan (Surveillance)**

Pengawasan (Surveillance)	Total skor	Rata-rata	Kategori
1	426	4,26	Sangat Tinggi
2	4,07	4,07	Tinggi
Total		4.16	Tinggi

Berdasarkan tabel 3.23 skala likert pengawasan (*Surveillance*) kebutuhan mengenai informasi, pengguna menggunakan internet untuk mencari informasi mengenai dunia sekitar dengan rata-rata 4,16 dapat dikategorikan tinggi.

### III.6.2 Pengalihan (Diversion)

Ketika responden membutuhkan hiburan dari belenggu pekerjaan atau tugas yang membuat mereka suntuk, tentu saat ini internet sebuah media yang dapat melepaskan penat dari rutinitas sehari-hari. Berikut ini adalah tabel yang memuat pengalihan (Diversion) kebutuhan yang bertujuan untuk melepaskan masalah dari rutinitas sehari-hari

**Tabel 3.24**  
**Pengalihan (Diversion)**

No (X.7)	Pengalihan (Diversion)	SS		S		KS		TS		STS		Total	
		F	%	F	%	f	%	F	%	F	%	f	%
1	Internet menyediakan hiburan bagi anda	24	24	57	57	12	12	4	4	3	3	100	100
2	Internet sebagai media melepaskan penat	27	27	61	61	9	9	2	2	1	1	100	100
3	Ketika memanfaatkan internet, anda mendapatkan ketenangan batin	5	5	15	15	47	47	28	28	5	5	100	100

Sumber: Data yang telah diolah

Berdasarkan tabel 3.24 item internet menyediakan hiburan 24 orang (24%) responden mengatakan sangat setuju bahwa internet menyediakan hiburan, dan 57 orang (57%) responden menjawab setuju, 12 orang (12%) responden menjawab kurang setuju, dan 4 orang (4%) responden menjawab tidak setuju, serta 3 orang (3%) responden menjawab sangat tidak setuju.

Berdasarkan tabel 3.24 internet sebagai media melepaskan penat 27 orang (27%) responden mengatakan sangat setuju bahwa internet sebagai media melepaskan penat, dan 61 orang (61%) responden menjawab setuju, 9 orang (9%) responden menjawab kurang setuju, dan 2 orang (2%) responden menjawab tidak setuju, serta 1 orang (1%) responden menjawab sangat tidak setuju.

Berdasarkan tabel 3.24 item memanfaatkan internet mendapatkan ketenangan batin 5 orang (5%) responden mengatakan sangat setuju bahwa internet menyediakan hiburan, dan 15 orang (15%) responden menjawab setuju, 47 orang (47%) responden menjawab kurang setuju, dan 28 orang (28%) responden menjawab tidak setuju, serta 5 orang (5%) responden menjawab sangat tidak setuju.

**Tabel 3.25**  
**Skala Likert Pengalihan (Diversion)**

<b>Pengalihan (Diversion)</b>	Total skor	Rata-rata	Kategori
1	399	3,99	Tinggi
2	411	4,11	Tinggi
3	287	2,87	Rendah
Total		3,65	Tinggi

Berdasarkan tabel 3.25 skala likert pengalihan (*diversion*) kebutuhan untuk melepas tekanan, pengguna menggunakan sosial media guna mencari hiburan dan terlepas dari tekanan dengan rata-rata 3.65 kategori tinggi.

### **III.6.3 Identitas pribadi atau psikologi individu (Personal Identity and Individual Psychology)**

Salah satu alasan seseorang responden memanfaatkan internet agar memiliki kerangka berpikir secara realisti dapat membandingkan informasi yang merekadapatkan untuk memutuskan tujuan, memperoleh pengetahuan terbaru dari internet serta dapat membuat individu percaya diri dengan mendapatkan informasi dari internet. Berikut adalah tabel indentitas pribadi atau pspikologi individu (personal identity and individual psychology):

Tabel 3.26

**Identitas pribadi atau psikologi individu (Personal Identity and Individual Psychology)**

No (X.8)	Identitas pribadi atau psikologi individu (Personal Identity and Individual Psychology)	SS		S		KS		TS		STS		Total	
		F	%	F	%	f	%	f	%	F	%	f	%
1	Informasi yang anda peroleh dari internet membuat anda percaya diri	22	22	43	43	16	16	17	17	2	2	100	100
2	Informasi yang anda peroleh membuat anda berpikir secara realistis	21	21	62	62	14	14	1	1	2	2	100	100
3	Informasi yang anda peroleh dari internet membuat anda mendapat pengetahuan baru.	51	51	35	35	9	9	3	3	2	2	100	100
4	Informasi yang anda peroleh dapat menumbuhkan rasa percaya diri	26	26	40	40	28	28	4	4	2	2	100	100

Sumber: Data yang telah diolah

Berdasarkan tabel 3.26 item informasi yang diperoleh dari internet menumbuhkan rasa percaya diri dari 22 orang (22%) responden mengatakan sangat setuju bahwa informasi yang diperoleh dari internet menumbuhkan rasa percaya diri, dan 43 orang (43%) responden menjawab setuju, 16 orang (16%) responden menjawab kurang setuju, dan 17 orang (17%) responden menjawab tidak setuju, serta 2 orang (2%) responden menjawab sangat tidak setuju.

Berdasarkan tabel 3.26 item informasi yang diperoleh dapat membuat berpikir secara realistis 21 orang (21%) responden mengatakan sangat setuju bahwa informasi yang diperoleh dapat membuat berpikir secara realistis, dan 62 orang (62%) responden menjawab setuju, 14 orang (14%) responden menjawab kurang setuju, dan 1 orang (1%) responden menjawab tidak setuju, serta 2 orang (2%) responden menjawab sangat tidak setuju.

Berdasarkan tabel 3.26 item informasi yang diperoleh dari internet dapat memberikan pengetahuan baru 51 orang (51%) responden mengatakan sangat setuju bahwa informasi yang diperoleh dari internet dapat memberikan pengetahuan baru, dan 35 orang (35%) responden menjawab setuju, 9 orang (9%)

responden menjawab kurang setuju, dan 3 orang (3%) responden menjawab tidak setuju, serta 2 orang (2%) responden menjawab sangat tidak setuju.

**Tabel 3.27**

**Skala Likert Identitas pribadi atau psikologi individu (Personal Identity and Individual Psychology)**

Identitas pribadi atau psikologi individu (Personal Identity and Individual Psychology)	Total skor	Rata-rata	Kategori
1	399	3,99	Tinggi
2	411	4,11	Sangat Tinggi
3	287	2,87	Rendah
4	395	3,95	Tinggi
Total		3,73	Tinggi

Berdasarkan tabel 3.27 skala likert Identitas pribadi atau psikologi individu (*Personal Identity and Individua Psychology*), pengguna menggunakan internet untuk memperkuat atau memperkokoh sesuatu yang penting dalam kehidupan situasi khalayak sendiri dengan rata-rata 3,37 kategori tinggi.

#### **III.6.4 Hubungan Sosial (Social Relationship)**

Ketika responden mulai mengenal dengan media-media yang berhubungan dengan teknologi informasi dan komunikasi tentunya mereka berinteraksi dengan orang lain lebih mudah. Berikut ini adalah tabel mengenai hubungan sosial (Social Relationship):

**Tabel 3.28**  
**Hubungan Sosial (Social Relationship)**

No (X.9)	Hubungan Sosial (Social Relationship)	SS		S		KS		TS		STS		Total	
		F	%	F	%	F	%	f	%	F	%	f	%
1	Internet menyediakan alat untuk berbagai informasi	55	55	39	39	0	0	5	5	1	1	100	100
2	Internet menyediakan saran atau tips seputar kebutuhan anda	26	26	40	40	28	28	4	4	2	2	100	100
3	Internet memberikan sarana untuk berinteraksi	23	23	65	65	4	4	3	3	5	5	100	100

Sumber: Data yang telah diolah

Berdasarkan tabel 3.28 item internet menyediakan alat untuk berbagai informasi dari 55 orang (55%) responden mengatakan sangat setuju bahwa internet menyediakan alat untuk berbagai informasi, kemudian 39 orang (39%) responden menjawab setuju dan responden pada pertanyaan ini tidak memilih jawaban yang kurang setuju karena peneliti saat tanya pada beberapa responden internet merupakan alat berbagai informasi yang tepat dan cpat dalam penyebaran informasi. dan 5 orang (5%) responden menjawab tidak setuju, serta 1 orang (1%) responden menjawab sangat tidak setuju.

Berdasarkan hasil *probling* mengatakan sangat setuju mengenai internet merupakan alat berbagai informasi karena dengan adanya internet kita dapat terbantu untuk berbagai informasi dalam segala kondisi. Dengan adanya internet juga dapat mempermudah dalam pengiriman surat sudah dapat diketahui dahulu saat pengiriman surat sharus datang pada kantor pos dan menunggu surat sampai aja sehari-hari, saat ini jauh berbeda kita dapat mengirim surat kapanpun dan dimanapun secara cepat bahkan dalam hitungan detik surat yang kita kirim dapat di terima.

Berdasarkan tabel 3.28 item internet menyediakan saran atau tips seputar kebutuhan 26 orang (26%) responden mengatakan sangat setuju internet menyediakan saran atau tips seputar kebutuhan, dan 40 orang (40%) responden menjawab setuju, 28 orang (28%) responden menjawab kurang setuju, dan 4 orang (4%) responden menjawab tidak setuju, serta 2 orang (2%) responden menjawab sangat tidak setuju. Dikarenakan sebagian besar dari responden

mengatakan ketika mengalami kendala baik dengan tugas sekolah, kuliah dan kerja mereka mencari saran atau tips mengenai tugas tersebut pada internet dibandingkan tanya pada rekan sekolah maupun rekan kerja. Dari hasil probing yang telah dihimpun oleh peneliti sebagai berikut:

*“aku biasanya mencari tips seputar cara make-up dan tutorial di youtube, hampir setiap mau pergi kondangan aku melihat youtube tutorial hijab dan tutorial make-up dari pada kesalon loh mahal kan sekarang lebih mudah tinggal buka youtube tulis kata kunci aneka tips dan saran yang bisa dilihat pada youtube banyak.”*

Berdasarkan tabel 3.28 item internet memberikan sarana untuk berinteraksi 23 orang (23%) responden mengatakan sangat setuju bahwa internet memberikan sarana untuk berinteraksi, dan 65 orang (65%) responden menjawab setuju, 4 orang (4%) responden menjawab kurang setuju, dan 3 orang (3%) responden menjawab tidak setuju, serta 5 orang (5%) responden menjawab sangat tidak setuju. Dari hasil probing yang telah di peroleh peneliti dilapangan sebagai berikut:

*”aku sangat terbantu sekali saat ini sama internet soalnya sejak munculnya internet dan jejaring sosial aku dapat dengan mudah berinteraksi sama temanku, bahkan temanku TK yang sudah lama putus hubungan saat ini dapat berhubungan lagi dan membikin group pada jejaring sosial.”*

**Tabel 3.29**

**Skala Likert Hubungan Sosial (Social Relationship)**

<b>Hubungan Sosial (Social Relationship)</b>	<b>Total skor</b>	<b>Rata-rata</b>	<b>Kategori</b>
1	447	4,47	Sangat Tinggi
2	3,84	3,84	Tinggi
3	398	3,98	Tinggi
Total		4.09	Tinggi

Berdasarkan tabel 3.29 skala likert Social Relationship (Hubungan Social), fungsi intergrasi dan interaksi sosial mengedepankan hubungan antara audiens

dengan lingkungan atau masyarakat di sekitarnya. Melalui sosial media, audiens dapat belajar bagaimana sinergi hubungan antara dirinya dalam system sosialnya dengan rata-rata 4,09 dapat di kategorikan tinggi.

### III.7 Hasil Akhir keseluruhan Skala Likert

**Tabel 3.30**  
**Hasil Keseluruhan Skala Likert**

No	Indikator	Total skor	Rata-rata	Kategori
1.	Kebutuhan kognitif ( <i>Cognitive Needs</i> )	412	4,12	Sangat Tinggi
2.	Kebutuhan Afektif ( <i>Affective Needs</i> )	396	3,96	Tinggi
3.	Kebutuhan Pelarian ( <i>Escapist Needs</i> )	387	3,87	Tinggi
4.	Pengawasan	394	3,94	Tinggi
5.	Pengalihan	365	3,65	Tinggi
6.	Personal Intergatif	373	3,73	Tinggi
7.	Hubungan Sosial	409	4,09	Tinggi
	Total		3,90	Tinggi

## **BAB IV**

### **ANALISIS DATA DAN INTREPESTASI DATA**

Dari data yang diperoleh oleh peneliti melalui penyebaran kuisisioner di lapangan yang telah disajikan pada bab temuan data, maka dalam bab ini akan dilakukan analisa lebih lanjut mengenai temuan pada bab tiga dengan menggunakan tabel silang (*Cross Tab*). Maka dalam bab ini akan dilakukan analisa terhadap data yang telah diperoleh dengan mengaitkan beberapa teori yang ada, pendapat para ahli, dan studi-studi sebelumnya sebagaimana yang telah dijelaskan pada bab pertama.

Peneliti mengidentifikasi hasil dari temuan aktifitas-aktifitas internet yang dilakukan oleh kalangan pengunjung cafe starbuck, dimana peneliti mengidentifikasi terlebih dahulu dari hasil temuan aktivitas-aktifitas internet yang dilakukan oleh kalangan pengunjung cafe starbuck Kota Surabaya yang telah diuraikan pada bab sebelumnya dan kemudian diklasifikasikan dengan mengacu kalasifikasi kepentingan pemanfaatan internet dikalangan pengunjung cafe starbuck.

#### **VI.1 pemanfaatan internet dikalangan pengunjung cafe Starbuck Kota Surabaya**

Pada masyarakat perkotaan saat ini bukan hal yang aneh untuk seseorang menghabiskan sisa waktunya nongkrong pada cafe dari pada menghabiskan waktunya untuk hal yang bermanfaat seperti membaca buku. Hal tersebut dibandingkan masyarakat dengan status sosio ekonomi yang lebih tinggi, kegiatan nongkrong pada cafe merupakan pengisi waktu luang disaat tidak ada kegiatan, dari kegiatan tersebut mereka menyadari bahwa kegiatan nongkrong pada cafe yang kategorinya masyarakat satatus ekonomi menengah kebawah tidak mampu untuk mengunjunginya walaupun hanya membeli secangkir kopi.

Sedikit perubahan budaya yang dialami oleh masyarakat saat ini yang dapat mempengaruhi gaya hidup seseorang pada tahun 2000-an dengan hadirnya komputer dan internet. Perubahan budaya komunikasi sangat berkembang pesat, tidak ada perubahan yang sangat tinggi kucuali perubahan mengenai teknologi

informasi. Untuk memahami perubahan mengenai pemanfaatan internet dikalangan pengunjung cafe Starbuck dapat dilihat dari *Teori Uses and Gratification*.

Menurut Blumler dan Katz Teori *Use and Gratification* menyatakan bahwa pengguna media berperan aktif dalam memilih dan menggunakan media. Pengguna mengambil bagian dari proses komunikasi dan berorientasi pada pengguna media. *Teori Uses and Gratifications* mengatakan bahwa pengguna media berusaha keluar dari sumber media untuk memenuhi kebutuhan pengguna dan mereka memiliki alternatif untuk memenuhi kebutuhan mereka sendiri.

## **VI.2 pemanfaatan internet berdasarkan karakteristik responden**

Pada bab temuan data dapat diketahui bahwa pemanfaatn internet pengunjung cafe Starbuck Kota Surabaya yang berjenis kelamin perempuan lebih mendominasi di baningkan yang berjenis kelamin laki-laki, mayoritas responden pengunjung cafe starbuck sebanyak 51 orang sekitar 51 %. Berdasarkan hasil temuan data pada bab 3 tabel 3.1 dapat diketahui bahwa kebanyakan pengunjung perempuan lebih sering memanfaatkan internet saat nongkrong pada cafe Starbuck di bandingkan responden yang berjenis kelamin laki-laki.

Dan hal ini sama yang dikemukakan oleh Astutik (2009) dimana dalam penelitiannya sebanyak 87,2% responden dengan jenis kelamin perempuan melakukan aktifitas dengan memanfaatkan internet. dari sini dapat diketahui bahwa mayoritas perempuan lebih banyak melakukan interaksi menggunakan internet di bandingkan laki-laki dengan demikian dapat terbukti kebenarannya. Hal tersebut selaras dengan teori *Use and Gratification* yang menyatakan bahwa pemanfaatan media untuk mengakses internet dapat digunakan dengan berbagai cara, misalnya dengan menggunakan fasilitas wifi, dalam konteks ini memanfaatkan fasilitas wifi yang terdapat pada cafe starbuck.

Di dalam bab ini dapat ketahui penelitian sejenis dapat digunakan sebagai pembanding dalam penelitian. Dengan semakin berkembangnya teknologi dan masyarakat enggan bersosialisai karena dengan adanya internet dapat mempermudah dia dalam menemukan hal yang di inginkan. Namun jika diamati

dalam era kecanggihan teknologi saat ini, baik jenis kelamin laki-laki maupun perempuan pasti sudah paham mengenai perkembangan internet saat ini yang dapat mempermudah mereka dalam mengerjakan sesuatu, tidak hanya itu dengan hadirnya internet seseorang lebih mudah berkomunikasi.

### **IV.3 Alasan Responden Menggunakan Internet Berdasarkan Karakteristik Usia**

Sebagai mana yang telah diketahui dari bab sebelumnya pada temuan data bahwa dari karakteristik usia responden, mengunjungi cafe starbuck berkisar umur 17- 22 tahun, dengan jumlah responden sebanyak 59 orang 59%. Lalu dari segi alasan responden menggunakan internet saat nongkrong pada cafe untuk menghabiskan waktu luang merupakan alasan yang mendominasi responden saat mengunjungi cafe starbuck, yakni dengan jumlah responden sebanyak 54 orang 54 %. Hasil temuan tersebut belum mampu menggambarkan kecenderungan sebenarnya mengenai alasan pengunjung cafe starbuck untuk memanfaatkan internet, untuk mengetahui lebih jauh kecenderungan alasan pengunjung cafe starbuck dalam memanfaatkan internet dilihat dari variasi usia responden yang mengunjungi cafe starbuck, dengan alasan yang mendorong responden untuk memanfaatkan internet maka peneliti akan menganalisa lebih lanjut melalui tabel silang (*Cross table*) yang menyilang temuan usia pengunjung cafe starbuck dengan alasan menggunakan internet saat mengunjungi cafe starbuck. Berikut adalah tabel silang yang menyajikan temuan usia pengunjung dengan alasan yang mendorong responden memanfaatkan internet:

**Tabel Cross Tab 4.1****Usia dan Alasan Memanfaatkan Internet**

Usia	Alasan anda memanfaatkan internet										Total	
	menghabiskan waktu luang		internet merupakan suatu wadah yang tepat untuk mencari informasi		ingin mengetahui ui berita terbaru di internet		mencari kesenangan		mudah untuk mengaksesnya			
	N	%	N	%	N	%	N	%	N	%	N	%
<17 Tahun	16	16	3	3	11	11	0	0	0	0	30	30
17-22 Tahun	31	31	7	7	12	12	2	2	7	7	59	59
22-27 Tahun	5	5	1	1	3	3	0	0	0	0	9	9
>27 Tahun	2	2	0	0	0	0	0	0	0	0	2	2
Total	54	54	11	11	26	26	2	2	7	7	100	100

Berdasarkan tabel *Cross Tab 4.1* pada bab III dapat diketahui adanya variasi atau kecenderungan saat responden menggunakan internet dilihat dari segi usia responden dengan alasan yang mendorong responden untuk memanfaatkan internet saat nongkrong pada cafe Starbuck, dimana sebagian besar usia responden saat mengunjungi cafe starbuck pada usia 17-22 tahun masing-masing sebanyak 31 orang sebanyak 31% menyatakan bahwa alasan mereka menggunakan internet untuk menghabiskan waktu luang. Sedangkan usia 22-27 tahun menyatakan menggunakan internet untuk mencari informasi sebanyak 1 orang sebanyak 1%.

Jika peneliti melihat dan menganalisa tabel *Cross Tab 3.31* pada bab III secara keseluruhan maka bisa juga diketahui gambaran sebenarnya mengenai pengunjung cafe starbuck memanfaatkan internet saat nongkrong yang berusia 17-22 tahun dengan alasan memanfaatkan internet untuk mengisi waktu luang

merupakan responden yang mendominasi atau memiliki prosentase terbanyak dibandingkan lainnya. Sebagaimana hasil dari *probling* yang dilakukan diketahui bahwa pada umumnya saat itu mereka menginjak usia remaja, dimana seseorang ingin melepas kepenatan dari kesibukan mereka, yang mengakibatkan mereka pada usia tersebut ingin menghabiskan waktu luang dengan teman, sharing informasi pada cafe starbuck.

Hasil temuan menunjukkan bahwa sebagian besar alasan responden menggunakan internet saat nongkrong pada cafe starbuck untuk menghabiskan waktu luang hal ini sangat kontras dengan hasil penelitian sebelumnya yang telah dilakukan oleh UNICEF *Country Respresentative of Indonesia*, dimana umumnya kaum muda saat ini selalu tertarik untuk belajar hal-hal baru, namun terkadang mereka tidak menyadari resiko yang dapat ditimbulkan. studi dibangun berdasar pada penelitian sebelumnya sehingga dapat memberi gambaran yang paling komprehensif dan terkini mengenai penggunaan media digital di kalangan anak-anak dan remaja Indonesia, termasuk motivasi mereka, serta informasi tentang anak remaja berusia 10-19 yang tidak menggunakan media digital. Dengan demikian, penelitian ini sudah beberapa kali dilakukan. Berbeda halnya dengan penelitian (Surya:200, dan Novarnana: 2003, dalam Astutik: 2009), dimana umumnya remaja perkotaan di Surabaya dan Jakarta menggunakan internet karena ingin bisa *chatting* atau membuat email, dua aktivitas internet yang sangat *in* pada saat itu. Ini karena internet masuk di Indonesia saat itu lebih dahulu maka dari itu sebagian masyarakat menggunakan internet sebagai mengisi waktu luang disaat kesepian, karena di dalam internet memberikan banyak kesenangan.

Dari hasil temuan yang menunjukkan bahwa rata-rata responden menggunakan internet saat nongkrong pada cafe starbuck pada usia 17-22 tahun dapat ditarik kesimpulan bahwa remaja sangat terbuka akan hadirnya internet saat ini sebagai teknologi baru, akan tetapi mereka tidak sadar dengan resiko yang ditimbulkan akan internet. untuk itu, remaja dapat dikatakan sebagai salah satu kelompok *early adopter* (pengadopsi pemula) internet karena mereka adalah kelompok yang relatif mudah menerima, menyesuaikan diri dan mempelajari inofasi baru. Sebagaimana yang dikemukakan oleh Everett M. Rogers (1983) di

dsism teory *Diffusion Of Innovation* bahwa dalam membuat keputusan untuk menerima atau menolak produk suatu inovasi jika dikaitkan dengan pemikiran, salah satu kelompok yang paling cepat mengadopsinya adalah *early adaptor*, yang termasuk remaja yang dalam masa mudah cepat menerima hal-hal baru, termasuk halnya teknologi internet seperti dapat dilihat saat ini teknologi internet masuk dengan cepatnya.

#### **IV.4 kepentingan penggunaan internet pada kalangan pengunjung cafe Starbuck Kota Surabaya**

Dari sejumlah aktifitas yang diajukan peneliti saat melakukan penyebaran kuesioner ditemukan bahwa terdapat beberapa aktifitas internet yang dilakukan pengunjung cafe starbuck, antara lain:

- Menghabiskan waktu luang
- Wadah yang tepat untuk mencari informasi
- Ingin mengetahui berita terbaru di internet
- Mencari kesenangan
- Mudah mengaksesnya
- Mencari informasi terkait dengan hobbi atau minat, seperti: komunitas, membaca buku, dll
- Mengunjungi situs jejaring sosial
- Chatting dengan teman atau orang lain
- Transaksi online, misalnya membeli produk kecantikan, pakian dan buku.

Beberapa aktivitas internet tersebut akan dianalisa lebih lanjut dengan mengaitkan beberapa teori yang ada, pendapat para ahli, atau studi-studi yang terdahulu serta berbagai dugaan sesuai dengan interpretasi peneliti. Selain itu, peneliti juga akan menguji hubungan atau menggambarkan persebaran aktifitas internet yang dilakukan oleh responden berdasarkan kareakteristik responden, dan berikut adalah uraiannya:

- Mencari berita terbaru di internet

Dari hasil yang ditemukan oleh peneliti di lapangan perbedaan alasan yang mendorong responden melakukan mencari berita terbaru pada internet, dimana pada usia 17-22 tahun mereka mengatakan sangat setuju mencari berita terbaru atau mencari peristiwa-peristiwa terkini pada internet baik berita didalam Negeri maupun diluar Negeri, tujuan dari mencari berita terbaru di internet agar wawasan mereka terbuka dan luas. Peneliti dapat menyimpulkan dalam melakukan aktifitas mencari berita terbaru atau peristiwa-peristiwa terbaru di internet dapat dilihat dari segi usia dapat dikatakan pada usia remaja yang dimana remaja selalu ingin mengetahui berita terbaru untuk menunjang kebutuhan pengetahuannya. Sebagaimana yang dijelaskan dalam teori perkembangan kognitif oleh piaget (dalam Santrock: 2002), bahwa pada masa remaja dalam mencari informasi tidak lagi terbatas dari hal-hal yang aktual, serta pengalaman yang sebenarnya terjadi, akan tetapi tertarik dengan hal-hal yang terbaru di luar sana, termasuk dengan hal-hal atau peristiwa yang terjadi pada dunia.

**Tabel Cross Tab 4.2**

**Usia dan Mencari Berita Terbaru di Internet**

Usia	Mencari berita terbaru di internet								Total	
	STS		TS		S		SS			
	N	%	N	%	N	%	N	%	N	%
<17 Tahun	0	0	4	4	13	13	13	13	30	30
17-22 Tahun	1	1	1	1	22	22	35	35	59	59
22-27 Tahun	0	0	0	0	4	4	5	5	9	9
>27 Tahun	0	0	0	0	0	0	2	2	2	2
Total	1	1	5	5	39	39	55	55	100	100

Berdasarkan tabel *Cross Tab* 4.2 pada bab III dapat diketahui bahwa responden dengan usia 17-22 tahun memiliki prosentase terbesar melakukan aktifitas internet mencari berita terbaru, dengan nilai presentase sebesar 35% mengatakan sangat setuju melakukan aktifitas internet mencari berita terbaru. Disusul kemudian usia <17 tahun dengan prosentase 13% mengatakan sangat setuju, dan yang terakhir usia >27 tahun dengan prosentase 2% mengatakan sangat setuju dengan mencari berita terbaru pada internet. dengan demikian, semakin terbukti hasil survei yang dilakukan hasil survei Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia (APJII) bekerja sama dengan Pusat Kajian dan Komunikasi Universitas Indonesia (Puskakom UI) di Indonesia. Berdasarkan usia pengguna, mayoritas pengguna internet di Indonesia adalah berusia 18-25 tahun. Persentasenya mencapai 49,0 persen. Artinya, segmen pengguna internet terbesar di Indonesia adalah mereka yang termasuk kategori digital natives, yang dimana remaja saat ini ketika nongkrong pada cafe dengan menggunakan internet untuk mencari berita terbaru mengenai sesuai kebutuhan mereka seperti melihat berita terbaru mengenai *Life Style*, pergaulan dll .

- **Mencari informasi tentang hobi**

Selain mencari informasi hiburan, yang termasuk aktivitas internet yang dilakukan responden untuk pemenuhan kebutuhan kognitif dan afektif adalah terkait dengan hobi. Dapat terlihat dari hasil *probing* menemukan bahwa banyak aktifitas menggunakan internet yang dilakukan mereka ingin mengetahui informasi terbaru mengenai hobi yang mereka senangi.

**Tabel Cross Tab 4.3****Usia dan Internet Wadah Menukar Informasi Terkait dengan Hobbi**

Usia	Internet wadah menukar informasi terkait dengan hobi										Total	
	STS		TS		KS		S		SS			
	N	%	N	%	N	%	N	%	N	%		
<17 Tahun	0	0	6	6	0	0	19	19	5	5	30	30
17-22 Tahun	1	1	11	11	2	2	34	34	11	11	59	59
22-27 Tahun	0	0	0	0	0	0	8	8	1	1	9	9
>27 Tahun	0	0	0	0	0	0	0	0	2	2	2	2
Total	1	1	17	17	2	2	61	61	19	19	100	100

Untuk mengetahui aktivitas responden dalam melakukan pencarian informasi mengenai hobi maka akan ditampilkan tabel silang antara usia responden dengan aktivitas internet mencari informasi terkait dengan hobbi. Sebagai mana yang telah sebelumnya dalam teori perkembangan kognitif yang dicetuskan oleh Piaget ( dalam Santrock: 2002), bahwa pada masa remaja saat ini dalam mencari informasi tidak lagi terbatas dari hal-hal yang aktual, serta pengalaman yang sebenarnya terjadi, akan tetapi tertarik dengan hal-hal yang terbaru di luar sana, termasuk dengan hal-hal atau peristiwa yang terjadi pada dunia. Terkait dengan perbedaan usia remaja dalam menggunakan internet diasumsikan juga oleh Kliger dan Shafer (dalam Valkenburg, Soeters: 2001) berdasarkan temuan dari penelitian mereka lakukan dimana remaja yang berusia lebih tua banyak melakukan aktivitas internet untuk mencari informasi dari pada remaja yang berusia lebih mudah, dan salah satunya informasi mengenai hobi mereka. Berikut adalah tabel silang yang menyilangkan data usia responden dengan aktivitas internet mencari informasi terkait dengan hobi atau minat:

Dapat diketahui dari tabel Cross Tab 3.33 pada bab III bahwa kelompok usia yang paling banyak melakukan aktivitas internet mencari informasi terkait dengan hobi adalah usia 17-22 tahun mengatakan setuju

dengan prosentase 34% , dan sebaliknya usia 22-27 tahun mengatakan sangat setuju sebanyak 1 %. Dengan demikian, asumsi yang dianjurkan oleh Kliger dan Shaffer terbukti bahwa usia lebih tua enggan mencari informasi terkait dengan hobi dari pada berusia lebih mudah. Pengunjung cafe starbuck pada usia 17-22 tahun menggunakan internet untuk mencari informasi mengenai hobi karena sebagian besar dari mereka cukup paham mengenai internet dan dengan menggunakan internet mereka dapat dengan mudah mencari informasi mengenai hobi seperti mencari komunitas-komunitas yang sesuai dengan hobi mereka.

#### **IV.5 Orang yang Berperan Penting Dalam Mengajari Responden Menggunakan Internet**

Dalam bab temuan data dapat diketahui bahwa saat pertamakali seorang responden menggunakan internet, dapat dipengaruhi oleh seseorang yang berpengalaman dan lebih mengetahui mengenai internet dan sebagian besar responden mengatakan yang mengajari mereka menggunakan internet adalah teman sekolah. Dapat diketahui Jumlah responden yang memilih teman sekolah untuk mengajari mereka menggunakan internet adalah sebanyak 52 orang atau sekitar 52%. Sebagaimana yang diungkapkan pada tabel 3.7 (Bab III, hal 8) dapat diketahui sebagian responden pertama kali mengenal internet di pengaruhi oleh teman sekolah karena teman sekolah cenderung lebih dekat pada mereka.

Hal ini sesuai dengan teori yang telah diungkapkan oleh (Berlo,1960) mengenai teori *struktural Klasik* dalam organisasi yang menjelaskan bahwa sistem sosial yang dihasilkan melalui komunikasi mengenai keseragaman perilaku dan tekanan untuk menyesuaikan diri dengan norma-norma yang dihasilkan melalui komunikasi diantara kelompok. Maka dapat diambil kesimpulan bahwa ketika seseorang memutuskan untuk mengenal internet dan menggunakan jejaring sosial atau mencari kebutuhan informasi, seseorang tentu memiliki keinginan yang sama apa yang dilakukan oleh temannya karena mereka juga tidak ingin ketinggalan infomasi apa yang telah temannya ketahui.

#### IV.6 manfaat mengakses informasi di internet

Dari data dalam bab yang sebelumnya dapat diketahui bahwa manfaat dari mengakses informasi dari internet dapat membantu mereka mencari informasi dengan mudah dan internet adalah solusi yang dipilih mereka untuk mendapatkan informasi yang cepat dan akurat. Sebagaimana yang telah disajikan dalam bab temuan data (tabel 3.11 halaman 15), dimana dapat diketahui bahwa sebagian besar responden memanfaatkan internet agar mereka tidak ketinggalan zaman (*up-to date*) dan responden yang memilih jawaban tersebut sebanyak 65 orang responden dengan prosentase 65%. Dengan semakin banyaknya responden memilih memanfaatkan internet agar mereka tidak ketinggalan zaman (*up-to date*) responden cenderung mencari informasi melalui internet dibandingkan mencari informasi pada media cetak atau televisi.

Hal ini sama halnya yang dikatakan Francis Bacon, barang siapa yang menguasai pengetahuan dia akan menguasai dunia, demikianlah arti pentingnya pengetahuan. Dalam hal ini termasuk informasi, menjadi kekuatan yang luar biasa karena informasi adalah salah satu sumber yang berharga bagi yang membutuhkan. Apalagi di era informatika yang sangat kompetitif ini, informasi menjadi sangat penting untuk seseorang, masyarakat, suatu institusi dan negara agar memiliki daya saing yang tinggi. Dengan semakin banyaknya informasi dan saat ini internet menyediakan informasi yang lebih baru dan lebih *up-to date* ketimbang informasi dalam bentuk cetak. Masyarakat saat ini cenderung menggunakan internet, walaupun informasi pada internet belum dapat dikatakan informasi yang real dan jelas akan sumbernya. Dengan adanya perangkat teknologi informasi yang semakin luas dan memiliki akses pada jaringan internet yang nyaris tak terbatas, maka saat ini seluruh lapisan masyarakat dapat dengan mudah memperoleh hiburan dan berita terbaru yang dapat dikatakan *up-to date*. Mencari informasi melalui internet hanya dalam hitungan detik informasi yang ada pada internet dapat ditemukan. Maka dari itu dapat disimpulkan masyarakat saat ini enggan memilih informasi dalam bentuk cetak dikarenakan informasi dalam bentuk cetak tidak praktis untuk dibawa kemana-mana sedangkan informasi digital dapat dibawa kemana-mana dan informasi digital cenderung

lebih cepat dalam pemberitaannya di bandingkan dalam bentuk cetak harus menunggu ke esokan hari.

#### **IV.7 Hal-Hal yang Membuat Pengunjung Cafe Starbuck Tertarik Menggunakan Internet.**

Pada bab temuan data dapat diketahui bahwa terdapat banyak hal yang bisa membuat pengunjung cafe starbuck tertarik untuk menggunakan internet. Hal yang membuat pengunjung cafe starbuck tertarik menggunakan internet yaitu untuk membuka akun jejaring sosial sebanyak 52 orang atau sekitar 52%. Berdasarkan temuan data pada tabel 3.6 (Bab III, hal 7) tersebut dapat diketahui bahwa sebagian besar responden yang mengunjungi cafe starbuck sebagian besar responden kalangan mahasiswa menggunakan internet untuk membuka akun jejaring sosial. Hal ini dikarenakan bahwa mahasiswa menggunakan internet membuka situs jejaring sosial untuk melepas kepenatan dari aktivitas mereka sehari-hari.

Hal ini didukung dengan pernyataan Katz, Gurevitch dan Haas (Effendy, 2003:293) kebutuhan pelarian, yang berarti kebutuhan yang berhubungan dengan keinginan untuk melarikan diri dari kondisi tegang, emosi, kesepian dan kurangnya dukungan sosial maka membutuhkan hiburan itulah sebagai solusinya. Selain untuk melepas kepenatan, ketertarikan responden untuk mengunjungi internet membuka situs jejaring sosial. Dimana pengunjung cafe sebagai individu yang menggunakan media untuk membuka internet. pada hal ini jejaring sosial merupakan hal untuk melepaskan kepenatan, tidak hanya itu di dalam situs jejaring sosial terdapat *social relationship* atau hubungan sosial media yang dapat digunakan sebagai salah satu media pencari teman maupun pengganti teman. Adanya *social relationship* pada jejaring sosial membuat individu tidak merasa kesepian walaupun dia berada di cafe sendirian, karena mereka dengan akun jejaring sosial dapat berinteraksi dengan siapapun baik yang mereka kenali maupun yang tidak mereka kenali.

#### IV. Teori *Use and Gratifications*

Dapat dilihat dari bagan teori *use and Gratification* pada bab I (halaman 14 ), bahwasannya didalam rentetan teori *Use and Gratification* terdapat banyak kategori yang mendukung bagaimana seseorang menggunakan media untuk pemenuhan kebutuhan dari kehidupan sehari-hari dan dengan menggunakan teori *Use and Gratification* digunakan untuk mengukur bagaimana gambaran pengunjung cafe Starbuck dalam memanfaatkan internet saat nongkrong. Berikut merupakan penjelasan lebih lanjut gambaran mengenai teori *Use and Gratification* untuk melihat gambaran pengunjung cafe Starbuck, pada Social Environmen terdapat tiga kategori yaitu:

##### 1. Demographic Characteristic

Pada Demographic Characteristic merupakan latar belakan individu dalam memanfaatkan penggunaan media ditinjau dari jenis kelami, usia, dan tingkat pendidikan terakhir. Pada bab temuan data dapat diketahui bahwa pemanfaatan internet dikalangan pengunjung cafe starbuck Kota Surabaya yang berjenis kelamin perempuan lebih mendominasi dibandingkan yang berjenis kelamin laki-laki, mayoritas pengunjung cafe starbuck sebanyak 51 orang sekitar 51% perempuan. Berdasarkan hasil temuan dari bab 3 tabel 3.1 perempuan saat ini sering memanfaatkan internet saat nongkrong di cafe karena perempuan lebih berfokus pada kemampuan untuk meningkatkan kualitas hidup.

Dalam hal ini sama yang dikemukakan oleh Astutik (2009) dimana dalam penelitiannya sebanyak 87,2% responden dengan berjenis kelamin perempuan melakukan aktifitas dengan memanfaatkan internet. dari sini dapat diketahui bahwa mayoritas perempuan lebih banyak melakukan interaksi dengan menggunakan internet dibanding laki-laki. Namun jika diperhatikan dalam era teknologi informasi saat ini bahwa perempuan dan laki-laki tentu mengetahui mengenai perkembangan internet.

Pengunjung cafe starbuck dilihat dari segi umur saat menggunakan internet, bahwa sebagian besar pengunjung cafe starbuck berumur 17-22

tahun sebanyak 59 orang atau sekitar 59%. Berbeda dengan halnya dalam journal Julius Antony, Jolanda (2013) sebagian besar pengunjung cafe starbuck berumur antara 21-30 tahun sebanyak 61 orang atau sekitar 46,9% dari 130 responden. Dalam hal ini dapat diketahui peningkatan pengunjung cafe tiap tahunnya sangat signifikan, tentu ditunjang dengan fasilitas-fasilitas yang membuat pengunjung merasa nyaman ketika berada di dalam cafe. Namun jika diamati peningkatan pengunjung cafe didorong dengan menyediakan *hostpot wifi* untuk menunjang fasilitas pada cafe dan gaya hidup masyarakat saat ini tercipta dari kehidupan Kota, yang dimana masyarakat memiliki banyak waktu luang untuk mendefinisikan diri dan status mereka dengan mengejar tanda-tanda status agar lebih dianggap lebih oleh masyarakat lainnya.

Jika dilihat dari tingkat pendidikan terakhir pengunjung cafe starbuck, bahwa sebagian besar pengunjung cafe starbuck dengan tingkat pendidikan terakhir Sekolah Menengah Atas (SMA) sebesar 50orang atau sekitar 50% .

## 2. Group Affiliations

Group affiliations merupakan keterlibatan seseorang individu dalam suatu kelompok untuk memenuhi kebutuhan individu tersebut terhadap media yang diinginkan. Pada bab temuan data dapat diketahui bahwasannya dari kelompok siapa yang pertamakali responden mengenal internet dan mengajari mereka untuk menggunakan internet adalah teman sekolah sebesar 52 orang atau 52%. Hal tersebut dipicu dengan kecanggihan teknologi informasi yang mampu mengkoneksikan pada seluruh jaringan keseluruhan dunia, maka berdampak pada keinginan seseorang untuk belajar internet dari lingkungan sekitar dan lingkungan yang mendorong mereka untuk menggunakan internet yaitu lingkungan sekolah karena pada lingkungan sekolah keinginan seseorang cukup tinggi.

Hal ini sesuai dengan teori yang telah diungkapkan oleh (Berlo,1960) mengenai teori *struktural Klasik* dalam organisasi yang

menjelaskan bahwa sistem sosial yang dihasilkan melalui komunikasi mengenai keseragaman perilaku dan tekanan untuk menyesuaikan diri dengan norma-norma yang dihasilkan melalui komunikasi diantara kelompok. Maka dapat diambil kesimpulan bahwa ketika seseorang memutuskan untuk mengenal internet dan menggunakan jejaring sosial atau mencari kebutuhan informasi, seseorang tentu memiliki pemikiran yang sama dengan kelompok.

### 3. Personal Characteristic

Persoanal Characteristic merupakan kepribadian yang berkaitan dengan kelas sosial, gaya hidup dan kepribadian seseorang pada kelas sosial di masyarakat. Pada bab temuan data dapat diketahui bahwa tujuan seseorang saat memanfaatkan internet ketika nongkrong pada cafe starbuck pada bab 3 tabel 3.9 adalah 44 orang atau 44% responden tujuan dari memanfaatkan internet saat nongkrong pada cafe starbuck untuk *update status*. Jadi masyarakat Kota Surabaya saat ini nongkrong pada cafe hanya ingin menunjukkan pada seseorang agar dapat di nilai lebih di tengah-tengah masyarakat yang melihatnya.

Selanjutnya dilihat akan kebutuhan individu saat nonkrong di cafe saat memanfaatkan internet, kebutuhan individu tersebut dapat dilihat dengan kebutuhan kognitif, kebutuhan afektif, kebutuhan personal intergrasi, untuk melihat bagaimana gambaran dari pemanfaatan internet Kota Surabaya saat nongkrong pada cafe starbuck, kebutuhan internet individu di jelaskan seperti dibawah ini:

#### 1. Cognitive Needs

Cognitive Needs merupakan kebutuhan kognitif untuk memenuhi kebutuhan yang didasari oleh hasrat atau keinginan yang kuat untuk memahami dan menguasai lingkungan. Dapat dilihat pada tabel 3.14 skala likert mengenai kebutuhan kognitif total dari skala likert 4,12 dengan kategori sangat tinggi. Bahwasannya pengunjung cafe saat ini menyukai mencari berita terbaru pada internet maupun mencari peristiwa-peristiwa

terkini melalui internet, jika dilihat dari segi usia dapat dikatakan pada usia remaja yang dimana remaja selalu ingin mengetahui berita terbaru untuk menunjang kebutuhan pengetahuannya. Sebagaimana yang dijelaskan dalam teori perkembangan kognitif oleh piaget (dalam Santrock: 2002), bahwa pada masa remaja dalam mencari informasi tidak lagi terbatas dari hal-hal yang aktual, serta pengalaman yang sebenarnya terjadi, akan tetapi tertarik dengan hal-hal yang terbaru di luar sana, termasuk dengan hal-hal atau peristiwa yang terjadi pada dunia.

Berdasarkan tabel *Cross Tab* 3.32 pada bab III dapat diketahui bahwa responden dengan usia 17-22 tahun memiliki prosentase terbesar melakukan aktifitas internet mencari berita terbaru, dengan nilai prosentase sebesar 35% mengatakan sangat setuju melakukan aktifitas internet mencari berita terbaru. Disusul kemudian usia <17 tahun dengan prosentase 13% mengatakan sangat setuju, dan yang terakhir usia >27 tahun dengan prosentase 2% mengatakan sangat setuju dengan mencari berita terbaru pada internet. dengan demikian, semakin terbukti hasil survei yang dilakukan hasil survei Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia (APJII) bekerja sama dengan Pusat Kajian dan Komunikasi Universitas Indonesia (Puskakom UI) di Indonesia. Berdasarkan usia pengguna, mayoritas pengguna internet di Indonesia adalah berusia 18-25 tahun. Persentasenya mencapai 49,0 persen. Artinya, segmen pengguna internet terbesar di Indonesia adalah mereka yang termasuk kategori digital natives.

## 2. Personal Afectife Needs

Personal afektive Needs merupakan kebutuhan yang berhubungan dengan pengalaman estetika, kesenangan/ serta pengalaman emosional. Dapat dilihat pada hasil *Cross Tab* pada tabel 3.16 dengan rata-rata 3,96 dengan kategori cukup tinggi bahwasannya pengunjung cafe merasa puas dengan informasi yang ada pada internet, dan pengunjung cafe merasa mendapat pengalaman baru ketika mengakses internet, hal ini sama halnya dengan definisi teori *Use and Gratification* menurut Alihu Katz, Jay

G.Blumler, dan Michael Gurevitch mengasumsikan mengenai peranan anggota individu atau kelompok masyarakat dalam proses komunikasi massa secara aktif mencari media tertentu dan muatan untuk menghasilkan hasil yang memuaskan bagi setiap individu.

### 3. Personal Intergrative Needs

Personal Intergrative Needs merupakan kebutuhan yang berhubungan dengan peneguhan kepercayaan, kesetiaan dan status individu. Dapat dilihat dari tabel 3.17 skala *Likert* mengenai kebutuhan integasi pribadi (Personal Intregative Needs) dengan rata-rata 3,87 dengan kategori tinggi, maka dapat diketahui bahwasannya pengunjung cafe selalu menggunakan informasi saat menggunakan internet, rujukan utama pengunjung cafe ketika mencari informasi adalah internet, hal tersebut diperkuat dengan hasil probing. Blumler dan Katz juga berpendapat sama bahwasannya mereka percaya bahwa pengaruh media cukup tinggi dikalangan masyarakat saat ini, masyarakat memilih jalan alternatif yaitu dengan menggunakan internet.

### 4. Social Intrergrative Needs

Social Intrergratife Needs merupakan kebutuhan yang berkaitan dengan peneguhan kontak dengan keluarga, teman dan lingkungan sekitar. Dapat dilihat pada tabel skala *Likert* mengenai social Intregative Needs dengan rata- rata 3,94 dengan katagori tinggi, kebutuhan pengunjung cafe tidak dapat terlepas dengan internet seperti halnya mereka menyelesaikan tugas pekerjaan maupun tugas sekolah, tidak hanya itu pengunjung cafe melakukan chatting sebagai media interaksi, hal ini sangat kontras dengan hasil penelitian sebelumnya yang telah dilakukan oleh UNICEF Country Respresentative of Indonesia, dimana umumnya kaum muda selalu tertarik untuk belajar hal-hal baru, namun terkadang mereka tidak menyadari resiko yang dapat ditimbulkan. studi dibangun berdasar pada penelitian

sebelumnya sehingga didapatkan gambaran yang paling komprehensif dan terkini tentang penggunaan media digital di kalangan anak-anak dan remaja Indonesia, termasuk motivasi mereka, serta informasi tentang anak remaja berusia 10-19 yang tidak menggunakan media digital. Dengan demikian, penelitian ini baru pertama kali dilakukan dibandingkan penelitian serupa lainnya di Indonesia. Berbeda halnya dengan penelitian (Surya:200, dan Novarnana: 2003, dalam Astutik: 2009), dimana umumnya remaja perkotaan di surabaya dan jakarta menggunakan internet karena ingin bisa *chatting* atau membuat email, dua aktivitas internet yang sangat *in* pada saat itu. Ini karena internet masuk di indonesia saat itu lebih dahulu maka dari itu sebagian masyarakat menggunakan internet sebagai mengisi waktu luang disaat kesepian, karena di dalam internet memberikan banyak kesenangan.

Dari hasil temuan yang menunjukkan bahwa rata-rata responden menggunakan internet saat nongkrong pada cafe starbuck pada usia 17-22 tahun dapat ditarik kesimpulan bahwa remaja sangat terbuka akan hadirnya internet saat ini sebagai teknologi baru, akan tetapi mereka tidak sadar akan resiko yang ditimbulkan akan internet. untuk itu, remaja dapat dikatakan sebagai salah satu kelompok *early adopter* (pengadopsi pemula) internet karena mereka adalah kelompok yang relatif mudah menerima, menyesuaikan diri dan mempelajari inovasi baru. Sebagaimana yang dikemukakan oleh Everett M. Rogers (1983) di dalam teori *Diffusion Of Innovation* bahwa dalam membuat keputusan untuk menerima atau menolak produk suatu inovasi jika dikaitkan dengan pemikiran, salah satu kelompok yang paling cepat mengadopsinya adalah *early adaptor*, yang termasuk remaja yang dalam masa mudah cepat menerima hal-hal baru, termasuk halnya teknologi internet seperti dapat dilihat saat ini teknologi internet masuk dengan cepatnya.

## 5. Escapist Needs

Escapist Needs atau kebutuhan pelarian merupakan kebutuhan pelepas ketegangan atau pelarian yang berkaitan dengan upaya menghindari ketegangan, tekanan, hasrat untuk mencari hiburan. Dapat dilihat pada tabel 3.19 skala *Likert* mengenai kebutuhan pelarian dengan rata-rata 4,36 dengan kategori sangat tinggi, bahwasannya pengunjung cafe mendapatkan hiburan ketika memanfaatkan internet, hal tersebut didukung juga dengan hasil *probing*. Karena pada masyarakat saat ini disibukkan dengan aktivitas mereka sehari-sehari maka dari itu dibutuhkan sesuatu yang dapat menghibur atau mendorong urat syaraf mereka dari rutinitas kesehariannya.

Kemudian setelah melalui kebutuhan individu yang ada memiliki keinginannya untuk memenuhi kebutuhannya yang disebut dengan motif proses pemenuhan ini terdiri dari 2 cara pemenuhan akan tetapi pada penelitian ini hanya menggunakan mass media use dalam memenuhi kebutuhan diantaranya adalah:

### 1. Mass Media Use

Maas Media Use dapat terbagi dalam 2 jenis yang pertama media massa tercetak meliputi buku majalah dan surat kabar, pada media masaa ini individu cenderung enggan mennggunakan media dalam non cetak mereka lebih menggunakan media yang kedua yaitu media massa elektronik seperti televisi dan film, sebenarnya kedua media ini memiliki kelebihan dan kekurangan masing-masing tinggal setiap individu saja dapat memilih media mana yang pas untuk memenuhi kebutuhan informasi mereka, kebutuhan informasi pengunjung starbuck lebih pada media digital yang dimana media tersebut dapat dibawa dan diakses kapan saja saat kita membutuhkan informasi. Media digital saat ini dapat dikatakan dua mata pisau yang sangat tajam karena media tersebut dapat

berdampak baik dan berdampak buruk ketika individu tersebut tidak dapat menggunakan media tersebut dengan baik.

#### **IV.8 Media Gratification (*functions*)**

Setelah terpenuhi semua kebutuhan pengguna dengan memanfaatkan internet saat nongkrong pada cafe starbuck, maka munculah media gratifikasi yang terbagi dalam beberapa motif, yaitu pengawasan (*surveillance*), pengalihan (*Diversion*), identitas pribadi (*personal identity*), dan hubungan personal atau interaksi social (*social Relationship*).

##### **IV.7.1 pengawasan (*Surveillance*)**

Menurut McQuail dalam West dan Tuner (2010:105) pengawasan (*surveillance*) merupakan kebutuhan akan informasi mengenai bagaimana media membantu individu untuk mencapai tujuan tertentu. Dari fungsi ini, audiens mendapat tambahan informasi baik informasi mengenai pengetahuan, ataupun informasi mengenai berita-berita terbaru baik secara langsung maupun tidak langsung.

Hasil dari skala Linkert pada bab III (lihat Tabel 3.23) dalam penelitian ini menunjukkan bahwa pemenuhan kebutuhan informasi pada pengunjung cafe starbuck tergolong sangat tinggi karena dapat di ketahi rata-rata dari skala linkert menunjukkan 4,16. Dari hal ini dapat diketahui bahwa pemenuhan kebutuhan informasi pada pengunjung cafe starbuck dapat memenuhi segala kebutuhan .

Hal ini sesuai dengan teori McQuail (1972) yang menyatakan alasan audiens menggunakan media salah satunya adalah untuk mendapatkan informasi mengenai bagaimana media tersebut dapat membantu individu mencapai sesuatu yang di inginkan. Maka dapat disimpulkan bahwa pemenuhan kebutuhan informasi saat nongkrong pada cafe starbuck sangat tinggi hal ini dapat diketahui dengan tingginya hasil sekala likert, pengunjung cafe starbuck memenuhi kebutuhan informasi melalui internet karena dengan menggunakan internet kita dapat dengan mudah informasi apa saja yang akan kita cari, dengan menuliskan subyek yang akan kita cari informasi yang akan kita cari dapat keluar tanpa menunggu lama.

#### IV.7.2 Pengalihan (*diversion*)

Pada penelitian ini berfungsi sebagai hiburan, bahwa dengan memanfaatkan internet saat nongkrong pada cafe starbuck, pengunjung dapat mendapatkan hiburan, mendapatkan ketenangan batin dan sebagai melepaskan kepenatan dari rutinitas sehari-hari .

Dari pengolahan data pada bab III (lihat Tabel 3.24) hasil dari penelitian ini menunjukkan internet menyediakan hiburan bagi pengunjung cafe starbuck 57 orang responden mengatakan setuju, internet sebagai media melepas kepenatan saat nongkrong di cafe, sebanyak 61 orang responden mengatakan setuju, dan yang terakhir ketika memanfaatkan internet mendapatkan ketenangan batin sebanyak 47 responden mengatakan kurang setuju dengan hal tersebut. Berdasarkan skala linkert yang sudah di rata-rata oleh peneliti, total dari skala linkert pada bab II (lihat Tabel 3,25) sebesar 3,65 dengan kategori Tinggi.

Berdasarkan teori motif menggunakan media menurut McQuail, Bumler, dan Brown (1972 dalam dewi, 2001) mengatakan bahwa pengalihan merupakan kebutuhan dari pelepasan dari rutinitas dan masalah, melepaskan segala tekanan atau emosi, dan kebutuhan akan hiburan. Dengan demikian tujuan dari pengunjung cafe memanfaatkan internet adalah untuk mendapatkan hiburan yang sesuai keinginannya, karena mendapatkan hiburan tidak harus secara fisik saja, mendapatkan hiburan secara psikis juga perlu contohnya saja mendapatkan hiburan dari internet. Hal ini sejalan dengan pemikiran Allan Rubin (dalam Morissan, 2010:270) menemukan bahwa alasan atau motivasi seseorang menggunakan media dapat dikelompokkan pada sejumlah kategori yaitu untuk menghabiskan waktu, sebagai teman (*companionship*), memenuhi ketertarikan (*excitement*), pelarian, kesenangan, interaksi sosial, memperoleh informasi dan untuk mempelajari konten media tertentu.

Hal ini menunjukkan bahwa pengunjung cafe starbuck saat menggunakan internet untuk melepas kepenatan dari rutinitas sehari-hari mereka, bagi mereka internet menyediakan hiburan bagi pengunjung cafe. Karena menurut mereka

hiburan tidak harus secara fisik saja melainkan hiburan secara psikis juga perlu seperti hiburan dengan menggunakan internet.

#### **IV.8.3 Identitas Pribadi atau psikologi individu (*Personal Identity and Individual Psychology*)**

Identitas pribadi atau psikologi dalam penelitian ini adalah keadaan yang dimana dengan memanfaatkan media sosial untuk memberikan informasi mengenai informasi yang diinginkan oleh pengguna baik informasi mengenai gaya hidup, kesehatan, style, dll.

Pada pengolahan data bab III (lihat tabel 3.26 ) dapat diketahui hasil tertinggi dalam identitas pribadi atau psikologi individu adalah informasi yang diperoleh oleh pengunjung cafe starbuck saat nongkrong dan mendapatkan informasi dari internet dapat memunculkan rasa percaya diri, mendapatkan pengetahuan baru mengenai gaya hidup, menyelesaikan tugas pekerjaan, karena saat memperoleh informasi dari internet dapat menyelesaikan tugas pekerjaan dengan cepat. Hal ini sesuai dengan teori motif menggunakan media menurut McQuail, Blumler, dan Brown (1972 dalam Dewi,2001), mengatakan bahwa dengan menggunakan media untuk memperkuat atau menonjolkan sesuatu yang penting dalam kehidupan atau situasi khalayak tersendiri untuk mengeksplorasi realita.

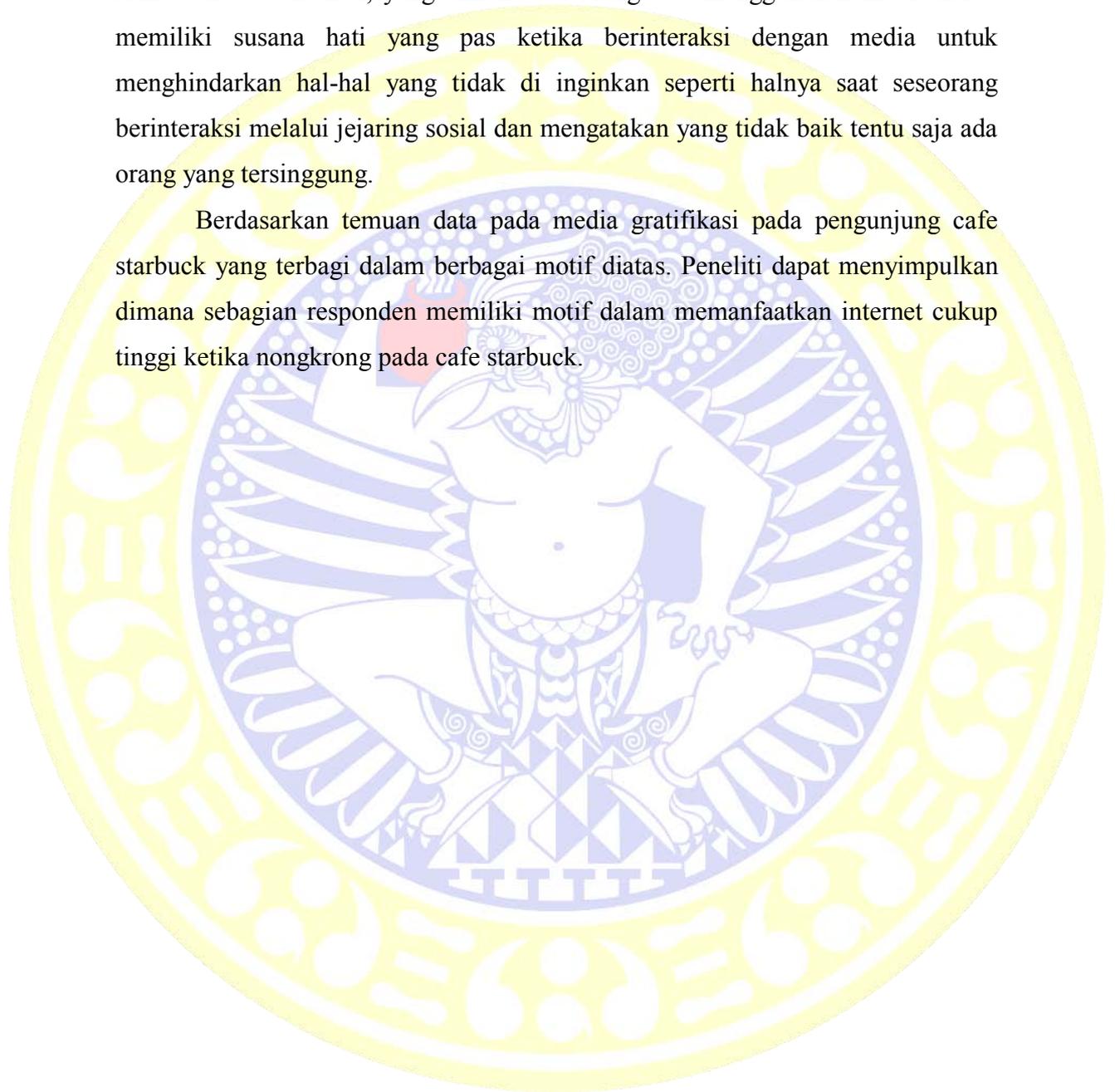
#### **IV.8.4 Hubungan Sosial (*Social Relationship*)**

Hubungan sosial yang dimaksud dalam penelitian ini adalah dimana dengan memanfaatkan internet saat mengunjungi cafe starbuck pengolahan harus mengedepankan pengunjung pada lingkungan sekitar atau masyarakat sekitar yang ada pada cafe starbuck.

Dari bab pengolahan data pada bab III (lihat Tabel 3.28) hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa hubungan internet dengan pengunjung cafe cukup dekat karena pengunjung cafe banyak yang menyatakan setuju dengan internet memberikan sarana berinteraksi, menyediakan saran atau tips seputar

kebutuhan dan menyediakan alat untuk berbagi informasi. Hal ini sejalan dengan penggunaan media menurut pendapat Snow (dalam Tubbs, 2000: 212) untuk menciptakan dan memelihara perilaku rutin dan untuk membantu memelihara ritme dan suasana hati, yang dimana seseorang saat menggunakan media harus memiliki suasana hati yang pas ketika berinteraksi dengan media untuk menghindari hal-hal yang tidak diinginkan seperti halnya saat seseorang berinteraksi melalui jejaring sosial dan mengatakan yang tidak baik tentu saja ada orang yang tersinggung.

Berdasarkan temuan data pada media gratifikasi pada pengunjung cafe starbuck yang terbagi dalam berbagai motif diatas. Peneliti dapat menyimpulkan dimana sebagian responden memiliki motif dalam memanfaatkan internet cukup tinggi ketika nongkrong pada cafe starbuck.



## BAB V

### PENUTUP

#### V.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan oleh peneliti mengenai pemanfaatan internet di kalangan pengunjung cafe starbuck Kota Surabaya dengan berdasarkan pernyataan penelitian yang telah dilakukan, maka peneliti dapat menyimpulkan beberapa hasil temuan penelitian, yaitu:

1. Dari hasil penelitian ini hasil dalam kategori tinggi dengan rata-rata 4,12 yaitu kebutuhan kognitif. Penggunaan internet dikalangan pengunjung cafe ingin mengetahui berita terbaru dan ingin mengetahui mencari informasi yang mereka butuhkan, maka pengunjung cafe starbuck tidak ingin ketinggalan informasi ketika nongkrong pada cafe tersebut.
2. Penggunaan internet dikalangan pengunjung cafe saat ini merupakan suatu kebutuhan pokok yang harus dipenuhi. Dalam sebuah kepentingan baik kepentingan hiburan maupun kepentingan mengenai tugas dalam menggunakan internet. Dalam penggunaan internet pengunjung cafe sebagian besar menggunakan internet sebagai hiburan disaat waktu luang yang sekedar menenangkan suasana hati yang terbelenggu dari kesibukan-kesibukan mereka, seperti pendapat Snow (dalam Tubbs, 2000) adalah untuk menciptakan dan memelihara perilaku rutin dan juga untuk membantu memelihara ritme dan suasana hati. Maka dapat diambil kesimpulan bahwa ketika pengunjung cafe memanfaatkan internet untuk membuka situs jejaring sosial mereka membuka situs yang membuat suasana hati mereka tenang dan terhibur seperti membuka situs jejaring sosial, online shopping, dll.
3. Pemanfaatan internet oleh pengunjung cafe starbuck sebagian besar memanfaatkannya untuk mencari informasi yang terbaru agar tidak ketinggalan zaman (*up to date*), mereka mengutamakan kepentingan yang berhubungan dengan suasana hati mereka. Hal ini sesuai dengan teori *Use*

*and Gratification*, dimana kegiatan yang dilakukan oleh pengunjung cafe starbuck merupakan kebutuhan pelarian (*Escapist Needs*) yaitu kebutuhan yang berhubungan dengan keinginan untuk melarikan diri dari kondisi tegang, emosi, kesepian, dan kurang adanya dukungan sosial. selain mencari aktifitas yang *ter-up to date* pengunjung cafe satrbusk memanfaatkan internet untuk membuka situs jejaring sosial dan kepentingan untuk berpartisipasi dengan situs jejaring sosial lainnya. Hal ini sesuai juga dengan teori *Use and Gratification*, dimana terdapat beberapa alasan untuk pemenuhan kebutuhan seseorang yang ingin dipenuhi dalam menggunakan media, salah satunya adalah kebutuhan Kebutuhan integrasi sosial (*Social integrative needs*), yaitu kebutuhan yang berkaitan dengan penambahan kontak keluarga, teman dan dunia luar. Kebutuhan ini didasarkan pada hasrat untuk berafiliasi.

4. Berdasarkan pemenuhan kebutuhan informasi pada internet , dapat ditarik kesimpulan bahwa internet mampu memenuhi kebutuhan responden dalam memenuhi kebutuhan yang diharapkan. Dari hasil analisis dapat diketahui bahwa kebutuhan kognitif yang banyak dicari pemenu kebutuhan informasi yaitu dengan presentase yang sangat tinggi dibandingkan dengan kebutuhan lain. Sehingga efek dari pemenuhan kebutuhan yang dihasilkan media internet dapat diasumsikan sebagai pengamat lingkungan. Hal ini mengingat pengunjung cafe starbuck memiliki rasa ingin tahu yang besar ketika mengakses internet. sehingga mereka ingin mencari tahu informasi terbaru pada internet.

## **V.2 Saran**

Di tengah perkembangan teknologi informasi yang semakin canggih dan juga dengan dirong kehadiran internet di tengah-tengah kehidupan masyarakat Kota Besar seperti Surabaya, yang menunjukkan adanya kecenderungan dalam menerima dan memanfaatkan teknologi internet di kalnagn pengunjung cafe starbuck. Berdasarkan apa yang telah diketahui dan dilihat penulis selama penelitian, adapun saran yang ingin disampaikan untuk meningkatkan

pemanfaatan internet untuk pengunjung cafe starbuck dan kepada penelitian selanjutnya. Adapun saran tersebut sebagai berikut:

1. Dari fakta yang sudah dipaparkan bahwa mayoritas responden menganggap bahwa internet merupakan media penting dalam mencari sebuah informasi, namun harus lebih berhati-hati dalam memilah-milah informasi. Apakah informasi tersebut dapat dipertanggung jawabkan atau tidak. Serta pengunjung cafe starbuck tidak hanya terpaku pada satu sumber informasi saja melainkan harus membandingkan kebenaran informasi tersebut dengan informasi lainnya. Artinya pengunjung cafe starbuck harus lebih kompeten dalam mencari informasi di internet.
2. Dengan meningkatnya pengunjung cafe starbuck, cafe starbuck harus meningkatkan fasilitas tidak hanya fasilitas internet yang memadai akan tetapi fasilitas tempat yang nyaman, dan cafe starbuck harus memberi filter dalam penggunaan fasilitas hotspot untuk menghindari penyalahgunaan dalam memanfaatkan internet.
3. Banyaknya hiburan yang didapat ketika memanfaatkan internet, masyarakat seharusnya lebih tahu manakah hiburan yang bersifat mendidik dan yang bersifat merugikan misalnya menggunakan situs youtube sebagai media pembelajaran seperti belajar bermain gitar melalui youtube, bukan menggunakan situs tersebut sebagai ajang untuk melihat video porno. Untuk itu perlu diadakannya sebuah kampanye kepada masyarakat luas khususnya pelajar atau mahasiswa sebagai remaja, akan penggunaan internet secara sehat dan bijak dengan tidak melakukan perilaku menyimpang serta himbuan menggunakan internet untuk kepentingan yang memiliki manfaat bagi diri mereka.
4. Peneliti menyadari banyak kekurangan dalam penelitian ini, maka peneliti menyarankan pada penelitian selanjutnya serupa dengan tema penelitian ini dengan objek yang berbeda, misalnya untuk mengetahui pemanfaatan fasilitas hotspot untuk berjejaring sosial.

Pada kesempatan ini penulis hanya memberikan beberapa masukan atau saran terhadap beberapa masalah yang dipantau selama melakukan kegiatan penelitian. Saran yang disampaikan oleh penulis mungkin dapat memberikan masukan untuk pihak-pihak lain ataupun perpustakaan dalam melakukan perkembangan dan membangun perpustakaan yang dapat menyediakan kebutuhan informasi pengguna, khususnya pada pengunjung cafe.



## DAFTAR PUSTAKA

- Aducci, dkk (2008). *The Hyperconnected: Here They Come!*. Tersedia pada <https://www.presidio.com/sites/default/files/wysiwyg/PDFs/Hyperconnected.pdf>. Diakses pada tanggal 28 Maret 2015 pukul 13.35 WIB
- Buente, Wayne and Alice Robbin. 2008. "Trends in Internet Information Behavior: 2000- 2004". *Journal of the American Society for Information Science*, diakses tanggal 2 September 2015, tersedia pada <http://eprints.rclis.org/13679/1/RobbinTrends2008Jun2-EntirePaper.pdf>
- Bungin, Burhan. 2001. *Metodologi Penelitian Sosial: Format-format Kuantitatif dan Kualitatif*, Airlangga University Press, Surabaya.
- Durkheim, Emile. 1893. *The Division of Labor in Society*. The Free Press, New York.
- Effendy, Onong Uchjana. 2000. Ilmu, Teori dan Filsafat Komunikasi. Citra Aditya Bakti, Bandung.
- Faizal. 2013, *Skripsi Pemanfaatan Internet Pada Bantaran Sungai Jagir Surabaya*. Universitas Airlangga
- Hadi, M Syamsul 2008. *Ngenet, paduan berinternet untuk pemula*. Tiara Aksara, Surabaya.
- Lucky K Ng 2008. *The Internet and the Mass media*. Sage Publication, London.
- Manfaat internet dalam kehidupan sehari-hari, Tersedia pada <http://larasatisawangan.wordpress.com/manfaat-internet-dalam-kehidupan-sehari-hari/> diakses pada 10 oktober 2015 pukul 17.00
- Mufid, Muhammad. 2009. Etika Filsafat dan komunikasi. Kencana Prenada Media Group, Jakarta.
- M. Yusuf, Pawit. Subekti, Priyo. 2010. Teori dan Praktik Penelusuran Informasi. Prenada Media Group, Jakarta.
- Mengenal istilah masyarakat Urban. Tersedia pada <https://www.selasar.com/gaya-hidup/mengenal-istilah-masyarakat-urban>. Diakses pada 7 September 2015, pukul 23.30 WIB.
- Meninjau Ruang: Masyarakat, Jejaring dan Gerakan dalam Ruang Urban Digital tersedia pada <http://etnohistori.org/media-baru-meninjau-ruang-masyarakat-jejaring-dan-gerakan-dalam-ruang-urban-digital-merlynalim.html>. Diakses pada 1 September 2015, Pukul 15.00 WIB.
- Mukhtar. 2003. *Konsep diri Remaja Menuju Remaja Pribadi*. Jakarta: PT. Rakasta Samasta
- Nur Qomariah, Astutik. 2012. Jurnal perilaku penggunaan Internet pada Kalangan Remaja di Perkotaan., diakses tanggal 2 September 2015, tersedia pada [Palimpsest.fisip.ac.id](http://Palimpsest.fisip.ac.id)
- Rakhmat, Jalaluddin. 2007. Metode Penelitian Komunikasi. PT Remaja Rosdakarya, Bandung.
- Saifuddin Azwar, 2007, Metode Penelitian, Edisi I, Cetakan VIII, Yogyakarta: Pustaka Pelajar.

- Saputra A., Prayudi (2015). *Fenomena Penggunaan Smartphone Di Kalangan Pelajar (Studi Kasus Di SMP Islam Athirah I Makassar)*. Tersedia pada <http://repository.unhas.ac.id/handle/123456789/10322>. Diakses pada tanggal 8 Maret 2015 pukul 13.33 WIB.
- Sugihartati, Rahma. 2014. *Perkembangan masyarakat informasi dan teori sosial kontemporer*. Jakarta: Kencana.
- Sugiono. 2011, *Metode Penelitian Kuantitatif dan R&D*, Cetakan XIII, Bandung: Cv Bandung Alfabeta.
- Shelly B Gery, Vermaat E Misty (2011). *Discovering Computer*, Course Technology.
- Straus, Judy, Adel El- Ansary dan Raymon Fros. (2003). *E- Marketing*. Third Edition Pearson Education, Inc.
- Soekanto, Sorjono. 1986. *Pengantar Penelitian Hukum*. UI Press, Jakarta.
- Pengertian jejaring sosial dan macam-macam jejaring sosial. Tersedia pada <https://www.idjoel.com/pengertian-jejaring-sosial-dan-macam-macam-jejaring-sosial/> Diakses pada 5 oktober 2015 pukul 15.30 WIB.
- Pengertian internet menurut para ahli. Tersedia pada <http://ayuagussari13.wordpress.com/2013/07/04/pengertian.internet.meurut.para.ahli> Diakses Pada 7 Oktober 2015, pukul 16.00 WIB
- Tempo.co, Jakarta Tersedia pada <http://bisnis.tempo.co/read/news/2013/08/11/093503605/wawancara-bos-starbucks-indonesia-tak-cukup-di-mal> diakses pada 9 September 2015 pukul 20.00 WIB.
- Wolton, Dominique. 2007. *Karakteristik atas Teori Komunikasi*. Kreasi Wacana, Yogyakarta.
- Zamroni, Muhammad. 2009. *Filsafat Komunikasi*. Graha Ilmu. Yogyakarta.

DAPERTEMEN INFORMASI DAN PERPUSTAKAAN

FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK

UNIVERSITAS AIRLANGGA



KUISIONER

No:.....(Diisi Peneliti)

Responden yang terhormat,

Dalam rangka untuk mengetahui “**Pemanfaatan Internet di kalangan pengunjung cafe starbuck Kota Surabaya**” maka saya beraksud mengajukan kuisisioner untuk mendukung penelitian ini. Saya harap anda bersedia meluangkan waktu untuk menjawab beberapa pertanyaan dalam kuisisioner ini. Kuisisioner ini nantinya akan digunakan untuk memenuhi tujuan penyusunan skripsi sebagai prasyarat mendapatkan gelar Sarjana Ilmu Informasi dan Perpustakaan. Atas bantuan yang anda berikan, saya mengucapkan banyak terimakasih.

Sakswita Afriati Adiningrum

071211631005

Mahasiswa (S1) Ilmu Informasi dan Perpustakaan

I. Identitas Responden

Nama :  
No. Tlp/HP :  
Alamat :  
Email :

Pilih salah satu jawaban dari pertanyaan dibawah ini dengan memberi tanda silang (x) pada jawaban yang tersedia.

## II. Karakteristik Responden (Social Environment)

### II.1 Personality

1. Jenis Kelamin
  - a. Laki-laki
  - b. Perempuan
2. Usia
 

a. <17 Tahun	c. 22-27 Tahun
b. 17-22 Tahun	d. >27 Tahun

### II.2 Demographic Characteristics

3. Tingkat Pendidikan Terakhir
 

a. Sekolah Dasar (SD)	c. Sekolah Menengah Atas (SMA)
b. Sekolah Menengah Pertama (SMP)	d. Sarjana

### II.3 Group Affiliation

4. Status Sosial
 

a. Pelajar	c. Bekerja
b. Mahasiswa	d. Dll

## III. Mengenal dan Memanfaatkan Internet

5. Apa alasan anda memanfaatkan internet?
  - a. Menghabiskan waktu luang
  - b. Internet merupakan suatu wadah yang tepat untuk mencari informasi
  - c. Ingin mengetahui berita terbaru dari internet
  - d. Mencari kesenangan
  - e. Mudah untuk mengaksesnya
6. Aktifitas apa saja yang anda lakukan ketika menggunakan internet?
  - a. Membuka akun jejaring sosial
  - b. Transaksi online
  - c. Ingin memperoleh informasi
  - d. Chatting
  - e. Hanya sekedar browsing

7. Dari siapa anda mengenal internet?
  - a. Teman bermain
  - b. Saudara
  - c. Teman sekolah
  - d. Orang tua
  - e. Guru / dosen
8. Dari lingkungan mana anda pertama kali mengenal internet?
  - a. Kantor
  - b. Sekolah
  - c. Keluarga
  - d. Bermain
  - e. kampus

#### **IV. Pemanfaatan**

**pilihlah salah satu jenis aktivitas online anda, dengan memberi tanda silang (x)**

9. Apa tujuan anda memanfaatkan internet ketika nongkrong pada cafe Starbuck?
  - a. Ingin memperoleh Informasi
  - b. Up-Date Status
  - c. Chatting
  - d. Melakukan Transaksi Online
  - e. Ingin menghabiskan waktu luang
10. Informasi apa yang sering anda cari di internet?
  - a. Informasi Umum
  - b. Informasi Mengenai Tips
  - c. Informasi entertainment
  - d. Informasi Mengenai hobbi
  - e. Informasi untuk tugas

11. Manfaat apa yang anda dapat dari memanfaatkan internet?
- Dapat Mengisi waktu luang
  - Informasi yang terdapat pada internet dapat memberi Informasi dan pengetahuan yang dibutuhkan
  - Dapat memberi kemudahan dalam memanfaatkan internet
  - Tidak ketinggalan zaman (up to date)
  - Mendapatkan hiburan dari internet
12. Dimanakah anda paling sering mengakses internet?
- Warung / cafe
  - Rumah
  - Sekolah
  - Kantor
  - kampus

## V. Individual Needs

### V.1 Kebutuhan Kognitif (Kognitive Needs)

No	Pertanyaan	Keterangan				
		SS	S	KS	TS	STS
1.	Selalu mencari informasi terkini pada internet					
2.	Mencari informasi yang kita butuhkan					
3.	Selalu mencari berita terbaru pada internet					
4.	Internet merupakan wadah menukar informasi yang terkait dengan hobi					

### V.2 Kebutuhan Afektif (Affective Needs)

	Pertanyaan	Keterangan				
		SS	S	KS	TS	STS
1.	Anda merasa puas dengan informasi yang anda dapat di internet					
2.	Mendapat pengalaman baru ketika mengakses internet					
3.	Selalu mendapatkan informasi yang menurut anda penting					

## V.3 Kebutuhan Integrasi Pribadi (Personal Integrative Needs)

No	Pertanyaan	Keterangan				
		SS	S	KS	TS	STS
1.	Selalu menggunakan informasi yang anda dapatkan di internet					
2.	Ketika anda butuh informasi, anda mencarinya melalui internet					
3.	Informasi pada internet selalu memenuhi kebutuhan anda					

V.4  
Keb  
utuh  
an

## Intregasi Sosial (Social Integrative Needs)

No	Pertanyaan	Keterangan				
		SS	S	KS	TS	STS
1.	Menggunakan internet sebagai media interaksi					
2.	Mendapatkan informasi melalui internet					
3.	Melakukan chatting sebagai media interaksi					
4.	Informasi yang terdapat pada internet banyak berhubungan terkait dengan tugas sekolah / kerja					

## V.5 Kebutuhan Pelarian (Escapist Needs)

No	Pertanyaan	Keterangan				
		SS	S	KS	TS	STS
1.	Mendapatkan hiburan ketika memanfaatkan internet					
2.	Memanfaatkan internet sebagai waktu luang saat nongkrong					

## VI. Media Gratification

### VI.1 Pengawasan (Surveillance)

No	Pertanyaan	Keterangan				
		SS	S	KS	TS	STS
1.	Memperoleh informasi dari internet dapat memenuhi kebutuhan informasi anda					
2.	Informasi yang anda dapatkan di internet sangat beragam jenisnya					

### VI.2 Pengalihan (Diversion)

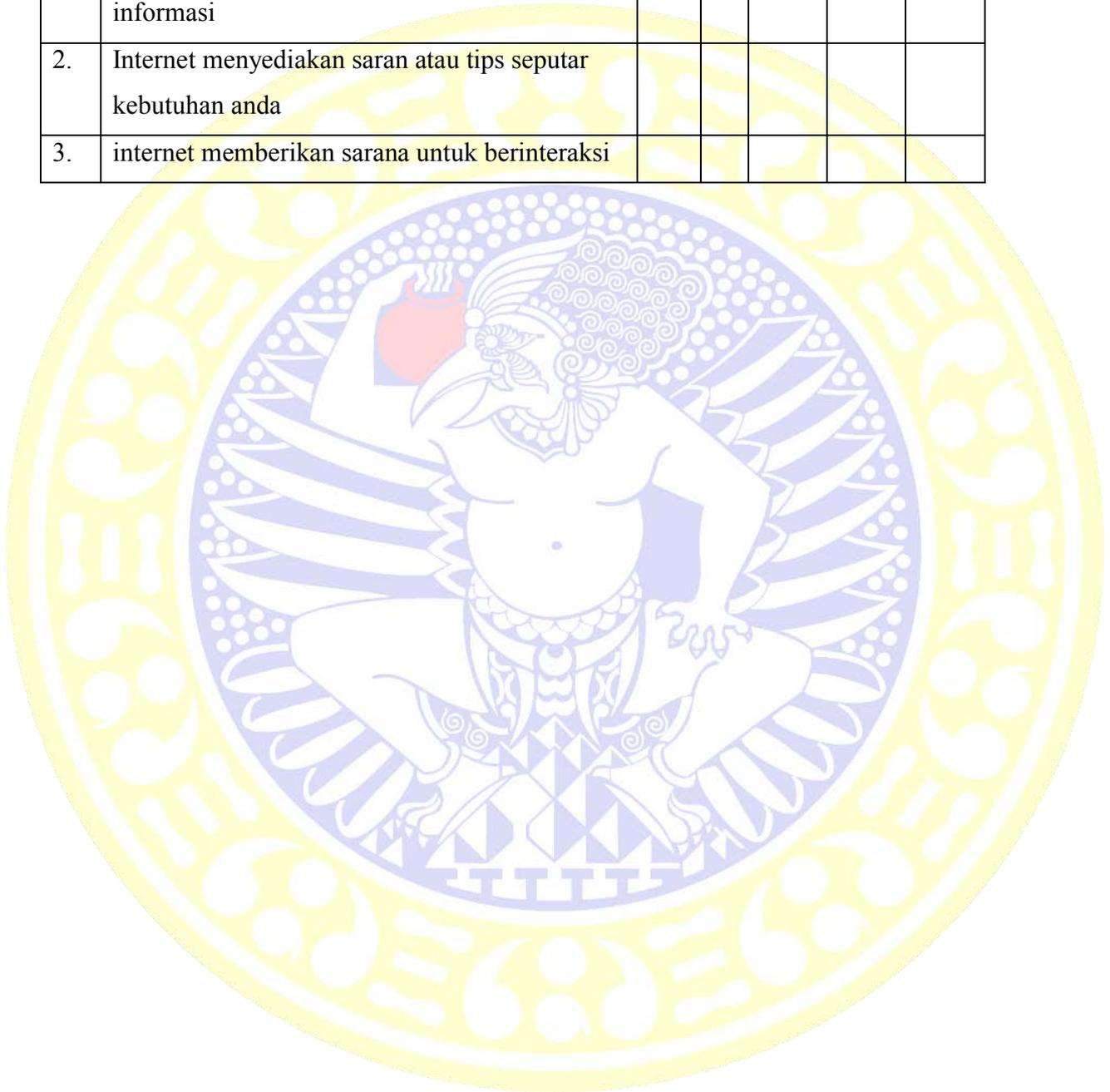
No	Pertanyaan	Keterangan				
		SS	S	KS	TS	STS
1.	Internet menyediakan hiburan bagi anda					
2.	Internet sebagai media melepaskan penat					
3.	Ketika memanfaatkan internet, anda mendapatkan ketenangan batin.					

### VI.3 Identitas Pribadi Atau Psikologi Individu (Personal Identity And Individual Psychology)

No	Pertanyaan	Keterangan				
		SS	S	KS	TS	STS
1.	Informasi yang anda peroleh dari internet membuat anda percaya diri					
2.	Informasi yang anda peroleh membuat anda berpikir secara realistis					
3.	Informasi yang anda peroleh dari internet membuat anda mendapat pengetahuan baru					
4.	Informasi yang anda peroleh dapat menumbuhkan rasa percaya diri					

## VI.4 HUBUNGAN Sosial (Social Relationship)

No	Pertanyaan	Keterangan				
		SS	S	KS	TS	STS
1.	internet menyediakan alat untuk berbagai informasi					
2.	Internet menyediakan saran atau tips seputar kebutuhan anda					
3.	internet memberikan sarana untuk berinteraksi					



**Lampiran 2 : Data SPSS yang Telah Diolah**

		<b>Jenis Kelamin</b>			
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	laki-laki	<b>49</b>	<b>49.0</b>	<b>49.0</b>	<b>49.0</b>
	perempuan	<b>51</b>	<b>51.0</b>	<b>51.0</b>	<b>100.0</b>
Total		<b>100</b>	<b>100.0</b>	<b>100.0</b>	

		<b>Usia</b>			
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	< 17 Tahun	<b>30</b>	<b>30.0</b>	<b>30.0</b>	<b>30.0</b>
	17 - 22 Tahun	<b>59</b>	<b>59.0</b>	<b>59.0</b>	<b>89.0</b>
	22- 27 Tahun	<b>9</b>	<b>9.0</b>	<b>9.0</b>	<b>98.0</b>
	> 27 Tahun	<b>2</b>	<b>2.0</b>	<b>2.0</b>	<b>100.0</b>
Total		<b>100</b>	<b>100.0</b>	<b>100.0</b>	

		<b>Tingkat Pendidikan Terakhir</b>			
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Sekolah Dasar (SD)	<b>2</b>	<b>2.0</b>	<b>2.0</b>	<b>2.0</b>
	Sekolah Menengah Pertama (SMP)	<b>5</b>	<b>5.0</b>	<b>5.0</b>	<b>7.0</b>
	Sekolah Menengah Atas (SMA)	<b>50</b>	<b>50.0</b>	<b>50.0</b>	<b>57.0</b>
	Sarjana	<b>43</b>	<b>43.0</b>	<b>43.0</b>	<b>100.0</b>
	Total	<b>100</b>	<b>100.0</b>	<b>100.0</b>	

		<b>Status Sosial</b>			
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Pelajar	15	15.0	15.0	15.0
	Mahasiswa	24	24.0	24.0	39.0
	Bekerja	49	49.0	49.0	88.0
	Dll	12	12.0	12.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

		<b>Apa Alasan Anda Memanfaatkan Internet</b>			
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	menghabiskan waktu luang	54	54.0	54.0	54.0
	internet merupakan suatu wadah yang tepat untuk mencari informasi	11	11.0	11.0	65.0
	ingin mengetahui berita terbaru di internet	26	26.0	26.0	91.0
	mencari kesenangan	2	2.0	2.0	93.0
	mudah untuk mengaksesnya	7	7.0	7.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

		<b>Aktifitas Apa Saja Yang Anda Lakukan Ketika Menggunakan Internet</b>			
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	membuka akun jejaring sosial	52	52.0	52.0	52.0
	Transaksi Online	8	8.0	8.0	60.0
	ingin memperoleh informasi	31	31.0	31.0	91.0
	chatting	6	6.0	6.0	97.0
	hanya sekedar browsing	3	3.0	3.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

**Dari Siapa Anda Mengenal Internet**

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	teman bermain	22	22.0	22.0	22.0
	saudara	6	6.0	6.0	28.0
	teman sekolah	52	52.0	52.0	80.0
	orang tua	3	3.0	3.0	83.0
	guru / dosen	17	17.0	17.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

**Dari Lingkungan Mana Anda Pertama Kali Mengenal Internet**

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	kantor	11	11.0	11.0	11.0
	Sekolah	38	38.0	38.0	49.0
	keluarga	5	5.0	5.0	54.0
	bermain	42	42.0	42.0	96.0
	kampus	4	4.0	4.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

**Apa Tujuan Memanfaatkan Internet Saat Nongkrong**

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	ingin memperoleh informasi	17	17.0	17.0	17.0
	Up- Date Status	44	44.0	44.0	61.0
	Chatting	3	3.0	3.0	64.0
	Melakukan Transaksi online	2	2.0	2.0	66.0
	menghabiskan waktu luang	34	34.0	34.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

**Informasi Apa Yang Sering Anda Cari di Internet**

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Informasi umum	68	68.0	68.0	68.0
	informasi mengenai tips	15	15.0	15.0	83.0
	informasi entertainment	5	5.0	5.0	88.0
	informasi mengenai hobbi	10	10.0	10.0	98.0
	informasi untuk tugas	2	2.0	2.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

**Manfaat Apa Yang Anda Dapat Dari Memanfaatkan Internet**

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Dapat mengisi waktu luang	4	4.0	4.0	4.0
	informasi yang terdapat pada internet dapat memberi informasi dan pengetahuan yang di butuhkan	11	11.0	11.0	15.0
	dapat memberi kemudahan dalam memanfaatkan internet	2	2.0	2.0	17.0
	tidak ketinggalan zaman (Up-to Date)	65	65.0	65.0	82.0
	Mendapatkan hiburan dari internet	18	18.0	18.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

**Dimana Anda Paling Sering Mengakses Internet**

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	warung /cafe	52	52.0	52.0	52.0
	rumah	33	33.0	33.0	85.0
	Sekolah	6	6.0	6.0	91.0
	kantor	8	8.0	8.0	99.0
	kampus	1	1.0	1.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

**Selalu Mencari Informasi Terkini Pada Internet**

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	STS	1	1.0	1.0	1.0
	TS	3	3.0	3.0	4.0
	KS	4	4.0	4.0	8.0
	S	30	30.0	30.0	38.0
	SS	62	62.0	62.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

**Mencari Informasi Yang Kita Butuhkan**

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	STS	3	3.0	3.0	3.0
	TS	5	5.0	5.0	8.0
	KS	2	2.0	2.0	10.0
	S	63	63.0	63.0	73.0
	SS	27	27.0	27.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

**Selalu Mencari Berita Terbaru Pada Internet**

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	STS	1	1.0	1.0	1.0
	TS	5	5.0	5.0	6.0
	S	39	39.0	39.0	45.0
	SS	55	55.0	55.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

**Internet Wadah Menukar Informasi Terkait Dengan Hobi**

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	STS	1	1.0	1.0	1.0
	TS	17	17.0	17.0	18.0
	KS	2	2.0	2.0	20.0
	S	61	61.0	61.0	81.0
	SS	19	19.0	19.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

**Anda Merasa Puas Dengan Informasi Yang Anda Dapat Di Internet**

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	STS	3	3.0	3.0	3.0
	TS	15	15.0	15.0	18.0
	KS	4	4.0	4.0	22.0
	S	37	37.0	37.0	59.0
	SS	41	41.0	41.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

**Mendapat Pengalaman Baru Ketika Mengakses Internet**

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	STS	2	2.0	2.0	2.0
	TS	6	6.0	6.0	8.0
	KS	37	37.0	37.0	45.0
	S	41	41.0	41.0	86.0
	SS	14	14.0	14.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

**Selalu Mendapatkan Informasi Yang Menurut Anda Penting**

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	STS	3	3.0	3.0	3.0
	TS	2	2.0	2.0	5.0
	KS	6	6.0	6.0	11.0
	S	54	54.0	54.0	65.0
	SS	35	35.0	35.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

**Selalu Menggunakan Informasi Yang Anda Dapatkan di Internet**

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	STS	2	2.0	2.0	2.0
	KS	45	45.0	45.0	47.0
	S	28	28.0	28.0	75.0
	SS	25	25.0	25.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

**Ketika Anda Butuh Informasi Anda Mencari Melalui Internet**

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	STS	5	5.0	5.0	5.0
	TS	3	3.0	3.0	8.0
	KS	4	4.0	4.0	12.0
	S	65	65.0	65.0	77.0
	SS	23	23.0	23.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

**Informasi Pada Internet Selalu Memenuhi Kebutuhan Anda**

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	STS	1	1.0	1.0	1.0
	TS	1	1.0	1.0	2.0
	KS	24	24.0	24.0	26.0
	S	19	19.0	19.0	45.0
	SS	55	55.0	55.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

**Menggunakan Internet Sebagai Media Interaksi**

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	STS	1	1.0	1.0	1.0
	TS	3	3.0	3.0	4.0
	KS	4	4.0	4.0	8.0
	S	35	35.0	35.0	43.0
	SS	57	57.0	57.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

**Mendapatkan Informasi Melalui Internet**

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	STS	5	5.0	5.0	5.0
	TS	3	3.0	3.0	8.0
	KS	4	4.0	4.0	12.0
	S	65	65.0	65.0	77.0
	SS	23	23.0	23.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

**Melakukan Chatting Sebagai Media Interaksi**

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	STS	1	1.0	1.0	1.0
	TS	1	1.0	1.0	2.0
	KS	24	24.0	24.0	26.0
	S	19	19.0	19.0	45.0
	SS	55	55.0	55.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

**Informasi Yang di Internet Terkait Dengan Tugas**

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	STS	2	2.0	2.0	2.0
	TS	6	6.0	6.0	8.0
	KS	37	37.0	37.0	45.0
	S	41	41.0	41.0	86.0
	SS	14	14.0	14.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

**Mendapatkan Hiburan Ketika Memanfaatkan Internet**

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	STS	1	1.0	1.0	1.0
	TS	5	5.0	5.0	6.0
	S	39	39.0	39.0	45.0
	SS	55	55.0	55.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

**Memanfaatkan Internet Sebagai Waktu Luang Saat Nongkrong**

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	STS	1	1.0	1.0	1.0
	TS	1	1.0	1.0	2.0
	KS	24	24.0	24.0	26.0
	S	19	19.0	19.0	45.0
	SS	55	55.0	55.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

**Informasi Dari Internet Dapat Memenuhi Kebutuhan Informasi**

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	STS	1	1.0	1.0	1.0
	TS	7	7.0	7.0	8.0
	KS	3	3.0	3.0	11.0
	S	50	50.0	50.0	61.0
	SS	39	39.0	39.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

**Informasi Yang Di Dapatkan Di Internet Beragam Jenisnya**

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	STS	2	2.0	2.0	2.0
	TS	3	3.0	3.0	5.0
	KS	13	13.0	13.0	18.0
	S	56	56.0	56.0	74.0
	SS	26	26.0	26.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

**Internet Menyediakan Hiburan Bagi Anda**

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	STS	3	3.0	3.0	3.0
	TS	4	4.0	4.0	7.0
	KS	12	12.0	12.0	19.0
	S	57	57.0	57.0	76.0
	SS	24	24.0	24.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

**Internet Sebagai Media Melepaskan Penat**

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	STS	1	1.0	1.0	1.0
	TS	2	2.0	2.0	3.0
	KS	9	9.0	9.0	12.0
	S	61	61.0	61.0	73.0
	SS	27	27.0	27.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

**Ketika Memanfaatkan Internet Mendapatkan Ketenangan Batin**

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	STS	5	5.0	5.0	5.0
	TS	28	28.0	28.0	33.0
	KS	47	47.0	47.0	80.0
	S	15	15.0	15.0	95.0
	SS	5	5.0	5.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

**Informasi Yang Di Peroleh Dari Internet Membuat Percaya Diri**

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	STS	2	2.0	2.0	2.0
	TS	17	17.0	17.0	19.0
	KS	16	16.0	16.0	35.0
	S	43	43.0	43.0	78.0
	SS	22	22.0	22.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

**Informasi Yang Anda Peroleh Membuat Berpikir Secara Realistis**

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	STS	2	2.0	2.0	2.0
	TS	1	1.0	1.0	3.0
	KS	14	14.0	14.0	17.0
	S	62	62.0	62.0	79.0
	SS	21	21.0	21.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

**Informasi Yang Di Peroleh Mendapatkan Pengetahuan baru**

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	STS	2	2.0	2.0	2.0
	TS	3	3.0	3.0	5.0
	KS	9	9.0	9.0	14.0
	S	35	35.0	35.0	49.0
	SS	51	51.0	51.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

**Informasi Yang Anda Peroleh Menumbuhkan Rasa Ceraf, Diri**

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	STS	2	2.0	2.0	2.0
	TS	4	4.0	4.0	6.0
	KS	28	28.0	28.0	34.0
	S	40	40.0	40.0	74.0
	SS	26	26.0	26.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

**Internet Menyediakan Alat Untuk Berbagai Informasi**

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	STS	1	1.0	1.0	1.0
	TS	5	5.0	5.0	6.0
	S	39	39.0	39.0	45.0
	SS	55	55.0	55.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

**Internet Menyediakan Saran Atau Tips Seputar Kebutuhan Anda**

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	STS	2	2.0	2.0	2.0
	TS	4	4.0	4.0	6.0
	KS	28	28.0	28.0	34.0
	S	40	40.0	40.0	74.0
	SS	26	26.0	26.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

**Internet Memberikan Sarana Untuk Beribadah**

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	STS	5	5.0	5.0	5.0
	TS	3	3.0	3.0	8.0
	KS	4	4.0	4.0	12.0
	S	65	65.0	65.0	77.0
	SS	23	23.0	23.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	









**KARTU BIMBINGAN PENULISAN SKRIPSI**

Semester Gasal / Genap \_\_\_\_\_

NAMA MHS. : Sakswita Afriati A.A  
 NIM : 0712161005  
 PEMBIMBING : Yonus Abdul Halim, S.Si., M.kom  
 PEMBIMBING 1 :  
 PEMBIMBING 2 :

**TOPIK / JUDUL**

Pemanfaatan Internet Dikalangan Pengunjung Cafe Starbucks  
 Kota Surabaya

NO.	TANGGAL	MATERI YANG DIBAHAS	KRITIK/SARAN DOSEN PEMBIMBING	PARAF	
				MHS.	DOSEN
1.	Senin 7 maret 2016	Definisi konseptual dan operasional	kevisi poin <sup>2</sup> teori yg akan dimasukkan	<i>[Signature]</i>	<i>[Signature]</i>
2.	Selasa 22/3/2016	kuesioner	Pengecekan kuisisioner dengan definisi konseptual	<i>[Signature]</i>	<i>[Signature]</i>
3.	kamis 24/3/2016	kuesioner	Revisi poin <sup>2</sup> kuesioner	<i>[Signature]</i>	<i>[Signature]</i>
4.	Senin 4/4/2016	kuesioner + Bab II	Perselajutan turunkalangan dan menambahi gambar umum	<i>[Signature]</i>	<i>[Signature]</i>
5.	Jumat 8/4/2016	Bab III	diberi masukan untuk skala likert	<i>[Signature]</i>	<i>[Signature]</i>
6.	Senin 18/4/2016	Revisi III	Pembenahan skala likert	<i>[Signature]</i>	<i>[Signature]</i>
7.	Jumat 13/5/2016	Revisi Bab IV	implementasi teori	<i>[Signature]</i>	<i>[Signature]</i>
8.	Selasa 24/5/2016	revisi Bab IV	Pendalaman teori	<i>[Signature]</i>	<i>[Signature]</i>
9.	Rab U 25/5/2016	Revisi Bab IV	penambahan teori	<i>[Signature]</i>	<i>[Signature]</i>
10.	Jumat 27/5/2016	Revisi Bab IV	Penambahan crosstab	<i>[Signature]</i>	<i>[Signature]</i>
11.	kamis 2/6/2016	Revisi Bab IV	Penambahan saran	<i>[Signature]</i>	<i>[Signature]</i>
12.	Senin 6/6/2016	Revisi Bab III, IV, V	crosstab bab IV dipindah kebab III	<i>[Signature]</i>	<i>[Signature]</i>
13.	SKRIPSI 10/6/2016	Revisi Bab I, II, III, IV, V	Revisi penulisan kata <sup>2</sup> yang typo	<i>[Signature]</i>	<i>[Signature]</i>



No : 1030 /UN3.1.7/PPd/2016  
Lampiran : -  
Perihal : Pengumpulan Data

Surabaya, 23 Maret 2016

Kepada Yth.  
Manager Café Starbuck Grand City  
Jl. Kusuma Bangsa  
Surabaya

Dalam rangka meningkatkan efektivitas belajar mengajar di Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Airlangga, mahasiswa kami selain menerima teori teori di kelas juga pada obyek studi sesuai dengan mata kuliah yang mereka tekuni yaitu :

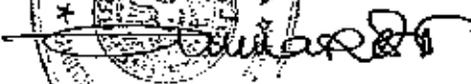
**PNS-499 Skripsi**

Sehubungan dengan hal tersebut di atas, kami mohon kesediaan Bapak/Ibu untuk memberi ijin kepada mahasiswa kami:

Nama : Sakwita Apriati Adiningrum NIM: 071211631005  
Prodi : Ilmu Informasi Dan Perpustakaan  
Jangka Waktu : 1 (satu) bulan, terhitung tanggal surat dikeluarkan

Yang akan mengadakan observasi dengan mohon informasi data dan wawancara di **Pengunjung Café Starbuck Grand City, Surabaya.**

Demikian atas perhatian dan kerjasamanya kami ucapkan terimakasih.

  
Ka. Bag. Akademik & Kemahasiswaan,  
  
Andy Umardiono, S.Sos., M.Si  
NIP. 197203241999031001



# FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK

Kampus B Dharmaawangsa Dalam Surabaya, 60136 (Telp: 031) 5034015, 5034017, 5047744, Fax: (031) 5012442.  
Website : <http://www.fisip.unair.ac.id> E-mail : [info@fisip.unair.ac.id](mailto:info@fisip.unair.ac.id)

No : 1030/UN3.1.7/PPd/2016  
Lampiran : -  
Perihal : **Pengampunan Data**

Surabaya, 23 Maret 2016

Kepada Yth.  
Manager Café Starbuck Ciputra World  
Jl. Mayjend. Sungkono No. 87  
Surabaya

Dalam rangka meningkatkan efektivitas belajar mengajar di Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Airlangga, mahasiswa kami selain menerima teori teori di kelas juga pada obyek studi sesuai dengan mata kuliah yang mereka tekuni yaitu :

### PNS-499 Skripsi

Sehubungan dengan hal tersebut di atas, kami mohon kesediaan Bapak/Ibu untuk memberi ijin kepada mahasiswa kami:

Nama : Sakwita Apriati Adiningrum NIM: 071211631005  
Prodi : Ilmu Informasi Dan Perpustakaan  
Jangka Waktu : 1 (satu) bulan, terhitung tanggal surat dikeluarkan

Yang akan mengadakan observasi dengan mohon informasi data dan wawancara di Pengunjung Café Starbuck Ciputra World, Surabaya.

Demikian atas perhatian dan kerjasamanya kami ucapkan terimakasih.



Andy Umardiono, S.Sos., M.Si  
NIP. 197203241999031001



# FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK

Kampus B Dharmawangsa, Surabaya, 60275, Telp. (031) 5011744, 5047744, Fax. (031) 5012442  
Website : <http://www.fisip.unair.ac.id> E-mail : [info@fisip.unair.ac.id](mailto:info@fisip.unair.ac.id)

No : 1030 /UN3.1.7/PPd/2016  
Lampiran : -  
Perihal : Pengumpulan Data

Surabaya, 23 Maret 2016

Kepada Yth.  
Manager Café Starbuck Sutos  
Jl. Adityawarman No. 55  
Surabaya

Dalam rangka meningkatkan efektivitas belajar mengajar di Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Airlangga, mahasiswa kami selain menerima teori teori di kelas juga pada obyek studi sesuai dengan mata kuliah yang mereka tekuni yaitu :

## PNS-499 Skripsi

Sehubungan dengan hal tersebut di atas, kami mohon kesediaan Bapak/Ibu untuk memberi ijin kepada mahasiswa kami:

Nama : Sakwita Apriati Adiningrum NIM: 071211631005  
Prodi : Ilmu Informasi Dan Perpustakaan  
Jangka Waktu : 1 (satu) bulan, terhitung tanggal surat dikeluarkan

Yang akan mengadakan observasi dengan mohon informasi data dan wawancara di Pengunjung Café Starbuck Sutos, Surabaya.

Demikian atas perhatian dan kerjasamanya kami ucapkan terimakasih.



Andy Umardiono, S.Sos., M.Si  
NIP. 197203241999031001



# FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK

Kampus B Dharmawangsa, Surabaya, 60275, Telp. (031) 5011744, 5047744, Fax. (031) 5012442  
Website : <http://www.fisip.unair.ac.id> E-mail : [info@fisip.unair.ac.id](mailto:info@fisip.unair.ac.id)

No : 1030 /UN3.1.7/PPd/2016  
Lampiran : -  
Perihal : Pengumpulan Data

Surabaya, 23 Maret 2016

Kepada Yth.  
Manager Café Starbuck Sutos  
Jl. Adityawarman No. 55  
Surabaya

Dalam rangka meningkatkan efektivitas belajar mengajar di Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Airlangga, mahasiswa kami selain menerima teori teori di kelas juga pada obyek studi sesuai dengan mata kuliah yang mereka tekuni yaitu :

## PNS-499 Skripsi

Sehubungan dengan hal tersebut di atas, kami mohon kesediaan Bapak/Ibu untuk memberi ijin kepada mahasiswa kami:

Nama : Sakwita Apriati Adiningrum NIM: 071211631005  
Prodi : Ilmu Informasi Dan Perpustakaan  
Jangka Waktu : 1 (satu) bulan, terhitung tanggal surat dikeluarkan

Yang akan mengadakan observasi dengan mohon informasi data dan wawancara di Pengunjung Café Starbuck Sutos, Surabaya.

Demikian atas perhatian dan kerjasamanya kami ucapkan terimakasih.



Andy Umardiono, S.Sos., M.Si  
NIP. 197203241999031001



# UNIVERSITAS AIRLANGGA

## FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK

Kampus B Dharmawangsa Dalam Surabaya, 60286 Telp. (031) 5034015, 5011744, 5047744, Fax. (031) 5012442.  
 Website : <http://www.fisip.unair.ac.id> E-mail : [info@fisip.unair.ac.id](mailto:info@fisip.unair.ac.id)

No : 1030 /UN3.1.7/PPd/2016  
 Lampiran : -  
 Perihal : **Pengumpulan Data**

Surabaya, 23 Maret 2016

Kepada Yth.  
 Manager Café Starbuck PTC  
 Jl. Puncak Lontar 2  
 Surabaya

Dalam rangka meningkatkan efektivitas belajar mengajar di Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Airlangga, mahasiswa kami selain menerima teori teori di kelas juga pada obyek studi sesuai dengan mata kuliah yang mereka tekuni yaitu :

### PNS-499 Skripsi

Sehubungan dengan hal tersebut di atas, kami mohon kesediaan Bapak/Ibu untuk memberi ijin kepada mahasiswa kami:

Nama : Sakwita Apriati Adiningrum NIM: 071211631005  
 Prodi : Ilmu Informasi Dan Perpustakaan  
 Jangka Waktu : 1 (satu) bulan, terhitung tanggal surat dikeluarkan

Yang akan mengadakan observasi dengan mohon informasi data dan wawancara di **Pengunjung Café Starbuck PTC, Surabaya.**

Demikian atas perhatian dan kerjasamanya kami ucapkan terimakasih.

  
 Dekan  
 Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik  
 Universitas Airlangga  
 Kantor Dekan  
 Gedung B, Jember  
 Andy Umardiono, S.Sos., M.Si †  
 NIP. 197203241999031001