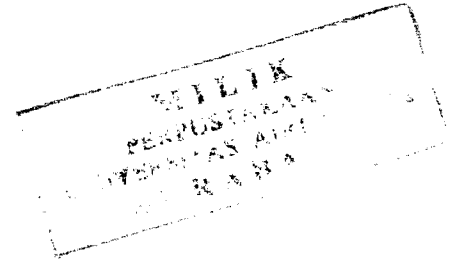


ANALISIS PSIKOGRAFIK PENGGUNA INTERNET

SKRIPSI



Oleh :

OKI OKTIVIANTO
119510094

FAKULTAS PSIKOLOGI
UNIVERSITAS AIRLANGGA
SURABAYA
2001

HALAMAN PENGESAHAN

SKRIPSI ANALISIS PSIKOGRAFIK PENGGUNA INTERNET

Yang dipersiapkan dan disusun oleh
Okki Oktivianto
119510094
telah dipertahankan di depan dewan penguji
pada tanggal 26 Juli 2001

Susunan Dewan Penguji

Drs. Duta Nordibyanandana, MS


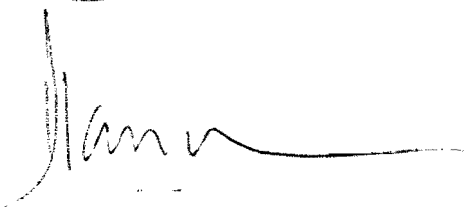
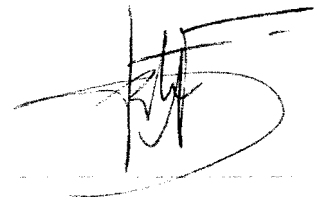
NIP. 131 411 101

Dra. Soezar Handoyo, MSi.

NIP. 131 067 058

Dr. Marnyke MW Tairas, MA, MBA

NIP. 131 675 106



ABSTRAKSI

Oki Oktivianto. 119510094. Analisis Psikografik Pengguna Internet Indonesia

Penelitian ini bertujuan untuk melakukan proses segmentasi pengguna internet Indonesia. Metode yang digunakan dalam proses segmentasi ini adalah metode Psikografik. Hal ini didasari karena belum adanya studi internet yang mampu secara tepat membedah pasar pengguna internet.

Pengumpulan data menggunakan kuisisioner. Sebelum kuisisioner digunakan dalam penelitian yang sesungguhnya, kuisisioner diujicobakan terlebih dahulu. Hasil item sahih dan andal kemudian digunakan sebagai kuisisioner penelitian. Penelitian ini dilakukan dengan metode penyebaran serta pengisian kuisisioner secara *online*, dimana pengguna internet mendapat kuisisioner melalui *email*. Sedangkan dalam pengisiannya dapat langsung mengisi kuisisioner yang ada di *email* atau yang tersedia di situs pribadi peneliti. Penggunaan metode ini bertujuan agar responden yang mengisi adalah benar-benar pengguna internet yang mengetahui serta memahami tentang internet.

Responden yang terkumpul sebanyak 121 responden, dimana 101 orang menjawab kuisisioner secara *online* dan 20 respondennya melalui email dimana 4 responden dinyatakan gugur akibat data yang rusak. Sehingga jumlah total responden penelitian adalah 117 responden.

Teknik statistik yang digunakan ada *K-means Cluster*. Hasil dari analisa statistik tersebut menghasilkan empat cluster yang diberi nama *pesimis*, *peraih*, *realistik*, dan *optimis*. Keempat cluster tersebut memiliki perbedaan antara satu dengan lainnya berdasarkan faktor pendapat terhadap internet, *need for power*, *need for achievement*, serta *need for affiliation*.

Pesimis, memiliki karakteristik opini yang negatif terhadap internet, *need for power*, *need for achievement*, serta *need for affiliation* yang rendah. Peraih, memiliki karakteristik opini yang positif terhadap internet, *need for power*, *need for achievement*, serta *need for affiliation* yang tinggi. Realistik, memiliki karakteristik opini yang negatif terhadap internet, *need for power*, serta *need for affiliation* yang rendah, namun *need for achievement* tinggi. Optimis, memiliki karakteristik opini yang positif terhadap internet, *need for power* dan *need for achievement* yang tinggi namun *need for affiliation* yang rendah.