

## POLA PENGGUNAAN INTERNET OLEH KALANGAN REMAJA DI KABUPATEN SEMARANG

**Ester Krisnawati**

### ABSTRACT

*The easiness of internet access facilities and the more sophisticated the facilities offered by the internet in the era of Information and Communication Technology today was accompanied by the emergence of phenomena that shows high interests in youth to use the Internet. of this phenomenon, the researchers wanted to see how the patterns of Internet usage by teenagers in Semarang District.*

*This research uses quantitative methods to conduct surveys using questionnaires distributed to respondents in various regions of the Semarang District. The number of samples representing the respondent populations studied were 464 respondents.*

*From this research it is known that more teenagers choose the Internet to search for information, in addition to the media most frequently used to access the internet is mobile. information most often sought by teenagers on the internet are looking for information about hobbies and entertainment.*

**Keywords :** *teenagers, internet, information*

## 1. LATAR BELAKANG

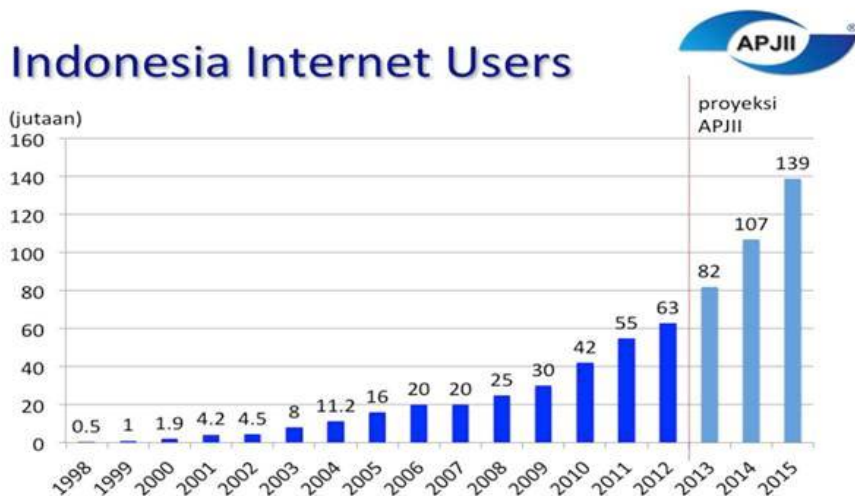
Pencarian informasi dari hari ke hari terus mengalami peningkatan seiring dengan perkembangan ilmu pengetahuan dan teknologi serta pesatnya laju pembangunan. Pencarian tersebut akan semakin meningkat jika dibarengi dengan peningkatan aktivitas dan pengetahuan serta kesadaran dari masyarakat untuk mengaktualisasikan dirinya. Kebutuhan masyarakat dalam berbagai bidang, khususnya kebutuhan akan informasi semakin meningkat akibat saling keterkaitan dan ketergantungan umat manusia di dunia dalam era globalisasi. Dalam era globalisasi seperti sekarang ini seseorang dapat memperoleh informasi dengan cepat dan mudah. Jika dahulu orang masih bergantung pada media massa konvensional seperti televisi, radio atau media cetak untuk mendapatkan sebuah informasi. Maka kini seiring dengan perkembangan teknologi komunikasi yang semakin canggih dan kompleks, muncullah media baru (*new media*) untuk mencari informasi.

Istilah "*new media*" mencakup seperangkat teknologi komunikasi terapan yang semakin berkembang dan beragam. Ciri utama *new media* adalah adanya saling keterhubungan, aksesnya terhadap khalayak individu sebagai penerima maupun pengirim pesan, interaktivitasnya, kegunaan yang beragam sebagai karakter yang terbuka, dan sifatnya yang ada di mana-mana (Mc Quail, 2011:43). Salah satu bentuk dari media baru yang ada saat ini adalah internet.

Internet (*Interconnected Networks*) adalah jaringan komputer yang menghubungkan komputer satu dengan lainnya di seluruh dunia di mana terdapat banyak informasi di dalamnya. Sejak pertama kali diperkenalkan kepada masyarakat dunia dalam suatu demonstrasi di International Computer Communication Conference (ICCC) pada bulan oktober 1972, internet telah mengalami perkembangan pesat dari tahun ke tahun. Awalnya hanya beberapa node di lingkungan ARPANET (*Advanced Research Projects Agency NETWORK*), internet diperkirakan mempunyai lebih dari 100

juta pengguna pada Januari 1997. Pada akhir tahun 2000, diperkirakan terdapat lebih dari 418 juta pengguna yang terus naik menjadi 945 juta pengguna di akhir tahun 2004 (Pendit, 2005: 104). Berdasarkan sebuah situs yang bernama Internet World Stats, diketahui bahwa jumlah pengguna internet di dunia hingga bulan Maret 2008 mencapai angka 1.407.724.920. Hal ini mengindikasikan bahwa kehadiran internet sebagai media informasi dan komunikasi semakin diterima dan dibutuhkan oleh masyarakat dunia. Tak terkecuali di Indonesia, pentingnya penggunaan internet juga makin disadari oleh masyarakatnya dari berbagai kalangan. Terbukti dari data statistik Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia (APJII) mengenai jumlah pengguna internet di Indonesia yang terus mengalami peningkatan yang cukup signifikan, mulai dari 512.000 di tahun 1998 menjadi 4.500.000 di tahun 2002. Bahkan sampai di akhir tahun 2015, jumlah pengguna internet di Indonesia mencapai angka 25.000.000.

**Gambar 1.1.**  
**Data Pengguna Internet di Indonesia**



Sumber : Data Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia (APJII) 2015, diakses tanggal 4 Desember 2015

Grafik diatas menunjukkan bahwa dari tahun ke tahun pengguna internet di Indonesia semakin meningkat, apalagi ditunjang oleh teknologi

komunikasi yang semakin canggih. Internet memberikan banyak dampak positif dengan informasi-informasi di dalamnya, tetapi di pihak lain internet juga menimbulkan dampak negatif karena informasi yang terdapat dalam internet sulit untuk dibatasi, berbagai macam informasi dalam berbagai bentuk dan tujuan bercampur menjadi satu di mana untuk mengaksesnya hanya perlu memasukkan beberapa kata kunci saja. Terlepas dari dampak yang ditimbulkan internet, internet adalah sebuah teknologi komunikasi baru yang memudahkan penggunaannya dalam memperoleh informasi. Saat ini penggunaan internet semakin pesat, mayoritas masyarakat di dunia telah menggunakan kecanggihan internet ini untuk berbagai keperluannya, mulai dari keperluan pribadi, organisasi, hingga dinas, karena penggunaan internet dinilai lebih praktis dan efisien.

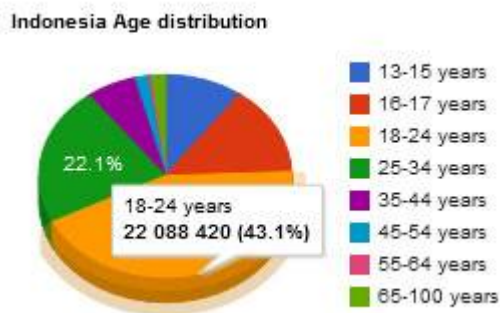
Pengaruh internet sangat besar, sampai-sampai telah mempengaruhi gaya hidup masyarakat. Saat ini hampir tidak ada yang lepas dari pengaruh internet, bahkan sekarang pemerintah pun juga memanfaatkan kecanggihan internet untuk menyampaikan informasi kepada publik, misalnya informasi tentang suatu kota, mempromosikan pariwisata, E-KTP, dll. Hal ini menunjukkan bahwa kehadiran internet turut memberikan andil akan perubahan pola komunikasi masyarakat. New media, dalam hal ini internet sedikit banyak mempengaruhi cara individu berkomunikasi dengan individu lainnya. Internet di kehidupan sekarang hadir untuk memenuhi kebutuhan manusia dalam berkomunikasi dan memperoleh informasi. Internet berfungsi sebagai jaringan global untuk komunikasi dari satu lokasi ke lokasi lainnya di belahan dunia. Internet juga berfungsi sebagai aspek penyedia informasi yang tidak ada batasan. Mengakses internet saat ini sudah menjadi rutinitas kebanyakan masyarakat. Tidak hanya masyarakat di daerah perkotaan saja yang dapat memanfaatkan internet, tapi masyarakat yang tinggal di daerah sub urban<sup>1</sup> dan daerah yang jauh dari perkotaan juga dapat menggunakan internet sebagai media pencari informasi.

---

<sup>1</sup> Sub urban adalah daerah tempat atau area di mana para penglaju / commuter tinggal yang letaknya tidak jauh dari pusat kota. Penglaju atau commuter adalah orang-orang yang tinggal di pinggiran kota yang pulang pergi ke kota untuk bekerja setiap hari.

Keberadaan internet sekarang ini menjangkau berbagai kalangan, mulai dari kalangan atas hingga kalangan yang bawah. Tak terkecuali anak-anak muda sekarang ini mereka sangat sering bersinggungan dengan dunia internet. Menurut data dari APJII tahun 2014, mayoritas pengguna internet di Indonesia berusia 18-25 tahun, yaitu sebesar 49% dari total pengguna internet di Indonesia.

**Gambar 1.2. Data Pengguna Internet berdasarkan Usia**



*Sumber : Data APJII tahun 2014, diunggah 4 Desember 2015*

Dari data tersebut yang kemudian menjadi alasan bahwa yang menjadi unit amatan dalam penelitian ini adalah kalangan remaja. Dilihat dari perkembangan usianya, remaja tingkat SMP dan SMA merupakan remaja awal yang sedang berada di dalam krisis identitas, cenderung mempunyai rasa keingintahuan yang tinggi, selalu ingin mencoba hal-hal baru, mudah terpengaruh dengan teman-teman sebayanya (peer groups), dan juga mulai suka memperluas hubungan antara pribadi dan berkomunikasi secara lebih dewasa dengan teman sebaya, baik laki-laki maupun perempuan (Moenks dan Knoers: 2006, dan Sarwono, 2004: 24). Oleh karena itu, perkembangan internet yang cukup pesat disertai minat yang besar dapat memberikan hasil yang baik maupun buruk bagi mereka tergantung dari aktivitas online yang mereka lakukan sewaktu mereka mengakses internet.

Berdasarkan latar belakang tersebut, peneliti ingin mengetahui bagaimana pola penggunaan internet oleh kalangan remaja di Kabupaten

Semarang, apakah hanya sekedar untuk mencari informasi atau ada kepentingan-kepetingan lainnya dalam penggunaan internet. Sehingga rumusan masalah yang muncul adalah bagaimana pola penggunaan internet oleh kalangan remaja di Kabupaten Semarang?

## 2. TINJAUAN TEORITIK

### Teori Uses and Gratification

Uses and gratifications theory disebut sebagai salah satu teori paling populer dalam studi komunikasi massa. Teori ini mengemukakan bahwa audience memiliki kebutuhan kompleks yang perlu dipenuhi melalui penggunaan media (Bungin, 2004). *Uses and Gratification* merupakan pengembangan dari teori atau model jarum hipodermik. Model ini tidak tertarik pada apa yang dilakukan oleh media pada diri seseorang, tetapi ia tertarik dengan apa yang dilakukan orang terhadap media. Khalayak dianggap secara aktif menggunakan media untuk memenuhi kebutuhannya (Alvinaro, 2007:73). Katz, Gurevitch dan Hazz (Effendy, 2000) mengatakan bahwa ada beberapa alasan pemenuhan pada seseorang yang ingin dipenuhi dalam menggunakan media, yaitu:

- a. Kebutuhan kognitif yaitu kebutuhan yang berhubungan dengan informasi, pengetahuan dan pemahaman. Kebutuhan ini didasarkan pada hasrat atau dorongan-dorongan untuk memahami dan menguasai lingkungan, juga memuaskan rasa penasaran dan dorongan untuk penyelidikan.
- b. Kebutuhan afektif yaitu kebutuhan yang berhubungan dengan pengalaman estetika, kesenangan dan emosional.
- c. Kebutuhan integrasi pribadi yaitu kebutuhan yang berhubungan dengan kredibilitas, keyakinan atau kepercayaan, stabilitas dan status individu.
- d. Kebutuhan integrasi sosial yaitu kebutuhan yang berkaitan dengan penambahan kontak keluarga, teman dan dunia luar.

- e. Kebutuhan pelarian yaitu kebutuhan yang berhubungan dengan keinginan untuk melarikan diri dari kondisi tegang, emosi, kesepian, dan kurangnya dukungan sosial maka membutuhkan hiburan sebagai solusinya.

Pendekatan Uses & Gratification merupakan salah satu landasan teoritis yang tepat untuk meneliti tentang motif para pengguna media. Asumsi dari teori ini adalah pengguna secara aktif memilih media yang digunakannya dapat memberikan servis atau gratifikasi terhadap tujuan yang akan dicapai, dan jika kedua asumsi tersebut dapat dipenuhi maka sudah tentu pendekatan Uses & Gratification tepat untuk digunakan. Teori ini juga mengajukan gagasan bahwa perbedaan individu menyebabkan audien mencari, menggunakan dan memberikan tanggapan terhadap isi media secara berbeda-beda, yang disebabkan oleh berbagai faktor sosial dan psikologis yang berbeda diantara individu audien. Pengguna mempunyai kebebasan bagaimana mereka menggunakan media dan bagaimana media itu akan berdampak pada dirinya. Upaya yang diperlukan untuk memenuhi kebutuhan sangat bergantung pada tersedia atau tidaknya media dan kemudahan memanfaatkannya. Teori ini tidak memberikan perhatian pada efek langsung media terhadap audien, tetapi memfokuskan pada motivasi dan perilaku audien terhadap media atau bagaimana dan mengapa mereka menggunakan atau mengkonsumsi media, *what do people do with the media?*. Kita bisa memahami interaksi orang dengan media oleh orang itu (*uses*) dan kepuasan yang diperoleh (*gratification*). Khalayak aktif memilih media karena masing-masing pengguna berbeda tingkat pemanfaatan medianya (Blumler, 1979: 265).

### **New Media & Internet**

Diakhir abad ke-20, muncul sebuah media yang disebut "new media". Media baru adalah istilah yang dimaksudkan untuk mencakup kemunculan digital, komputer, atau jaringan teknologi informasi dan komunikasi. Sebagian besar teknologi yang digambarkan sebagai "media baru" adalah digital, seringkali memiliki karakteristik dapat dimanipulasi, bersifat

jaringan, padat, mampat, interaktif dan tidak memihak. Media Baru (*New Media*) didefinisikan sebagai produk dari komunikasi yang termediasi teknologi yang terdapat bersama dengan komputer digital (Creeber dan Martin, 2009). New media adalah media yang di dalamnya terdiri dari gabungan berbagai elemen yang artinya terdapat konvergensi media didalamnya, dimana beberapa media dijadikan satu (Lievrouw, 2011). Munculnya *new media* semakin mempermudah manusia untuk saling berkomunikasi satu dengan yang lain terutama dalam pencarian informasi. *New media* didefinisikan sebagai produk dari komunikasi yang termediasi teknologi yang terdapat bersama dengan komputer digital (Creeber dan Martin, 2009).

Internet merupakan salah satu teknologi komunikasi new media. Internet adalah sebuah medium terbaru yang mengkonvergensi seluruh karakteristik media dari bentuk-bentuk yang terdahulu. Apa yang membuat bentuk-bentuk komunikasi berbeda satu sama lain bukanlah penerapan aktualnya, namun perubahan dalam proses komunikasi seperti kecepatan komunikasi, harga komunikasi, persepsi pihak-pihak yang berkomunikasi, kapasitas storage dan fasilitas mengakses informasi, densitas (kepekatan atau kepadatan) dan kekayaan arus-arus informasi, jumlah fungsionalitas atau intelijen yang dapat ditransfer. Jadi titik esensinya adalah bahwa keunikan internet terletak pada esensinya sebagai sebuah medium.

Internet memiliki kecepatan untuk melakukan sebuah interaksi, lebih efisien, lebih murah, lebih cepat untuk mendapatkan sebuah informasi terbaru dan *ter-update* informasinya. Secara garis besar, internet jauh lebih luwes dalam menjembatani waktu dan jarak dibandingkan media-media yang sudah ada terlebih dahulu. Sebagai media komunikasi, internet mempunyai peranan penting sebagai alat (*channel*) untuk menyampaikan pesan (*message*) dari komunikator/penyalur pesan (*source*) kepada komunikan/penerima pesan (*receiver*). Sifat dari internet sebagai media komunikasi adalah transaksional, dalam artian terdapat interaksi antar individu secara intensif (terus-menerus) dan ada umpan balik (*feedback*) dari antar individu dalam setiap interaksi tersebut.



### **3. METODE PENELITIAN**

Tujuan dari penelitian ini untuk mengetahui pola penggunaan internet oleh kalangan remaja di Kabupaten Semarang. Peneliti menggunakan metode deskriptif dengan pendekatan kuantitatif. Dalam penelitian ini peneliti akan menganalisa data-data yang diperoleh dari kuisisioner yang dibagikan di SMA/SMK di Kabupaten Semarang, sehingga tujuan dari penelitian ini akan diketahui pola penggunaan internet. Unit amatan dalam penelitian ini adalah kalangan remaja yang masih duduk di bangku SMA atau SMK baik swasta maupun negeri yang ada di Kabupaten Semarang, Jawa Tengah. Unit analisisnya adalah pola penggunaan internet oleh kalangan remaja. Proses pengambilan data melalui penyebaran kuisisioner kepada 464 responden kalangan remaja yang dipilih secara acak. Selain itu peneliti juga menggunakan studi pustaka yaitu peneliti mencari referensi bacaan yang berkaitan dengan teori melalui buku-buku atau jurnal ilmiah.

### **4. HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN**

Penelitian ini dilakukan dengan mengambil sampel sebanyak 464 remaja di Kabupaten Semarang. Berikut data yang telah diolah dengan menggunakan SPSS :

#### **A. Jenis Media Untuk Mencari Informasi**

Kebutuhan akan informasi sekarang ini menjadi kebutuhan yang sangat penting untuk dipenuhi. Untuk dapat memenuhi kebutuhan informasi tersebut tentulah dibutuhkan sebuah media yang dapat mengakses informasi. Berikut ini data yang diperoleh dari kuisisioner mengenai media apa yang digunakan oleh kalangan remaja untuk mendapatkan informasi.

**Tabel 1. Penggunaan Internet Untuk Mendapatkan Informasi**

**Responden Menggunakan Internet Untuk Mendapatkan Informasi**

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid Ya	454	97.8	97.8	97.8
Tidak	10	2.2	2.2	100.0
Total	464	100.0	100.0	

**Frekuensi Responden Menggunakan Internet Untuk Mendapatkan Informasi**

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid 0	16	3.4	3.4	3.4
Sangat Sering	326	70.3	70.3	73.7
Sering	101	21.8	21.8	95.5
Tidak Sering	13	2.8	2.8	98.3
Sangat Tidak Sering	8	1.7	1.7	100.0
Total	464	100.0	100.0	

Berdasarkan tabel di atas diketahui ada 454 remaja yang menggunakan internet sebagai media untuk memperoleh informasi, sedangkan 10 remaja mereka tidak menggunakan internet untuk mencari informasi. Apabila dilihat dari frekuensi responden menggunakan internet, remaja tergorong paling sering menggunakan internet dalam proses pencarian informasi, yaitu ada 326 remaja yang sangat sering menggunakan internet.

**Tabel 2. Penggunaan Televisi Untuk Mendapatkan Informasi**

**Responden Melihat Televisi Untuk Mendapatkan Informasi**

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid Ya	435	93.8	93.8	93.8
Tidak	29	6.2	6.2	100.0
Total	464	100.0	100.0	

**Frekuensi Responden Melihat Televisi Untuk Mendapatkan Informasi**

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid 0	33	7.1	7.1	7.1
Sangat Sering	123	26.5	26.5	33.6
Sering	278	59.9	59.9	93.5
Tidak Sering	21	4.5	4.5	98.1
Sangat Tidak Sering	9	1.9	1.9	100.0
Total	464	100.0	100.0	

Berdasarkan data diatas ada 435 remaja yang menggunakan televisi untuk mendapatkan informasi sedangkan hanya 29 orang yang tidak melihat televisi untuk mencari informasi. Jika dilihat dari frekuensinya, yang sangat sering menggunakan televisi sebagai media untuk mencari media sebanyak 123 remaja dan lebih dari separo dari sampel yang ada adalah sering menonton televisi yaitu 278 responden remaja.

**Tabel 3. Penggunaan Koran Untuk Mendapatkan Informasi**

**Responden Membaca Koran Untuk Mendapatkan Informasi**

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid Ya	293	63.1	63.1	63.1
Tidak	171	36.9	36.9	100.0
Total	464	100.0	100.0	

Berdasarkan tabel diatas, diketahui bahwa minat remaja untuk membaca koran dalam pencarian informasi tidak begitu besar, hanya 63,1 % dari total responden yaitu 293 responden, dan yang tidak membaca koran sebesar 171 responden. Sedangkan jika dilihat dari frekuensi membaca koran, yang paling sering membaca koran hanya 4 responden, 30 responden sering membaca koran. Sisanya adalah responden yang tidak sering membaca koran sebanyak 124 responden dan paling tidak sering membaca koran adalah 117 responden.

**Tabel 4. Penggunaan Majalah Untuk Mendapatkan Informasi**

**Responden Membaca Majalah Untuk Mendapatkan Informasi**

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid Ya	262	56.5	56.5	56.5
Tidak	201	43.3	43.3	99.8
3	1	.2	.2	100.0
Total	464	100.0	100.0	

**Frekuensi Responden Membaca Majalah Untuk Mendapatkan Informasi**

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid 0	201	43.3	43.3	43.3
Sering	9	1.9	1.9	45.3
Tidak Sering	76	16.4	16.4	61.6
Sangat Tidak Sering	155	33.4	33.4	95.0
5	23	5.0	5.0	100.0
Total	464	100.0	100.0	

Berdasarkan data tabel diatas. Ada 262 responden remaja yang membaca majalah untuk mendapatkan informasi sedangkan sisinya 201 responden remaja tidak suka membaca majalah. Jika dilihat dari

frekuensi sering membaca hanya ada 9 responden remaja dan sebaliknya sangat tidak sering membaca ada 155 responden.

**Tabel 5. Penggunaan Radio Untuk Mendapatkan Informasi**

**Frekuensi Responden Mendengarkan Radio Untuk Mendapatkan Informasi**

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	0	195	42.0	42.0	42.0
	Sangat Sering	4	.9	.9	42.9
	Sering	11	2.4	2.4	45.3
	Tidak Sering	84	18.1	18.1	63.4
	Sangat Tidak Sering	125	26.9	26.9	90.3
	5	45	9.7	9.7	100.0
	Total	464	100.0	100.0	

**Responden Mendengarkan Radio Untuk Mendapatkan Informasi**

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Ya	270	58.2	58.2	58.2
	Tidak	194	41.8	41.8	100.0
	Total	464	100.0	100.0	

**Frekuensi Responden Membaca Koran Untuk Mendapatkan Informasi**

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	0	173	37.3	37.3	37.3
	Sangat Sering	4	.9	.9	38.1
	Sering	30	6.5	6.5	44.6
	Tidak Sering	124	26.7	26.7	71.3
	Sangat Tidak Sering	117	25.2	25.2	96.6
	5	15	3.2	3.2	99.8
	13	1	.2	.2	100.0
	Total	464	100.0	100.0	

Berdasarkan data diatas dapat diketahui ada 270 responden remaja yang mendengarkan radio untuk mencari informasi dan 194 responden remaja tidak mendengarkan radio untuk mencari informasi. Sedangkan jika dilihat dari frekuensinya hanya 4 responden remaja yang sangat sering mendengarkan radio dan 125 responden paling tidak sering mendengarkan radio untuk mencari informasi.

Analisis berdasarkan tabel 1 sampai tabel 5 menunjukkan bahwa media yang paling sering digunakan oleh kalangan remaja untuk mencari informasi adalah Internet dengan frekuensi penggunaan yang sangat sering digunakan. Di era informasi seperti ini internet sebagai bentuk dari new media memegang peranan penting dalam segala aspek kehidupan manusia. Sejak kehadiran internet memang tidak bisa dipungkiri bahwa manusia lebih sering mengakses internet untuk mencari informasi daripada menggunakan media massa konvensional. Misalnya untuk mencari berita, orang tidak perlu menunggu sampai televisi menayangkan program berita yang dalam sehari hanya ditayangkan sebanyak 3 kali. Dengan adanya internet, orang bisa langsung mengakses berita melalui portal berita tertentu, misalnya kompas.com, detik.com atau liputan6.com yang beritanya selalu ter-update setiap menitnya.

Kemudahan cara untuk mengakses informasi melalui internet menjadikan semua orang dapat melakukannya dan melalui berbagai teknologi canggih seperti computer, laptop, handphone, tablet, dsb. Cara yang digunakan pun sangat mudah, hanya dengan mengetik nama alamat situs atau mencarinya dengan mesin pencari, dalam hitungan detik kebutuhan yang kita cari, kita dapatkan. Melalui internet, kita bisa mencari informasi melalui mesin pencari, seperti [www.google.com](http://www.google.com), [www.altavista.com](http://www.altavista.com), [www.ask.com](http://www.ask.com), [www.yahoo.com](http://www.yahoo.com), dan banyak lainnya. Melalui internet kita juga bisa menjangkau banyak teman dari berbagai kalangan dari seluruh dunia melalui media sosial. Melalui internet juga, kita bisa mendapatkan film, musik, bahkan program-program terbaru melalui situs-situs yang menyediakan

fasilitas download (unduh) gratis. Internet juga dapat kita gunakan untuk bertransaksi jual beli barang dan jasa. Banyak toko-toko online yang dapat kita kunjungi untuk berbelanja.

Berdasarkan teori uses and gratification, manusia menggunakan media untuk memenuhi kebutuhannya. Begitu juga dengan remaja di Kabupaten Semarang, mereka menggunakan media internet (new media) untuk memenuhi kebutuhan dan kepuasannya. Kebutuhan berupa informasi baik yang berkaitan dengan ilmu pengetahuan, teknologi, dan juga jejaring sosial. Uses and gratification menunjukkan bahwa yang menjadi permasalahan utama bukanlah bagaimana media memenuhi kebutuhan pribadi dan sosial khalayak. Dalam hal ini khalayak dianggap secara aktif dengan sengaja menggunakan media untuk memenuhi kebutuhan dan mencapai tujuan. Melalui new media (internet) inilah diharapkan ketika orang menggunakan internet selain terpenuhi kebutuhannya juga mendapatkan kepuasan dari penggunaan internet tersebut.

## B. Perangkat dan Akses Internet

Dari data sebelumnya menunjukkan bahwa media yang paling sering digunakan oleh kalangan remaja di Kabupaten Semarang adalah Internet. Pertanyaan selanjutnya adalah perangkat apa yang digunakan oleh kalangan remaja untuk mengakses internet? Dalam kuesioner ada 4 pilihan perangkat yaitu handphone, laptop, modem USB dan I-Pad. Berikut ini data yang diperoleh dari kuesioner yang telah diolah dengan program SPSS.

**Tabel 6. Penggunaan Handphone Untuk Mengakses Internet**  
**Responden Menggunakan Handphone Untuk Mengakses Internet**

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid Ya	442	95.3	95.3	95.3
Tidak	21	4.5	4.5	99.8
11	1	.2	.2	100.0

**Frekuensi Responden Mengakses Internet Menggunakan Handphone**

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	0	35	7.5	7.5	7.5
	Sangat Sering	391	84.3	84.3	91.8
	Sering	26	5.6	5.6	97.4
	Tidak Sering	10	2.2	2.2	99.6
	Sangat Tidak Sering	2	.4	.4	100.0
	Total	464	100.0	100.0	

Tabel diatas menunjukkan bahwa 95,3 % dari total responden yaitu 442 orang menggunakan handphone untuk mengakses internet dan hanya 21 responden yang tidak menggunakan handphone. Jika dilihat dari frekuensi penggunaan handphone ada 391 responden paling sering menggunakan handphone untuk mengakses internet.

**Tabel 7. Penggunaan Laptop Untuk Mengakses Internet**

**Responden Menggunakan Laptop Untuk Mengakses Internet**

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Ya	286	61.6	61.6	61.6
	Tidak	178	38.4	38.4	100.0
	Total	464	100.0	100.0	



### Frekuensi Responden Menggunakan Laptop Untuk Mengakses Internet

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	0	2	.4	.5	42.1
	Sangat Sering	30	6.5	7.3	49.4
	Sering	179	38.6	43.6	92.9
	Tidak Sering	26	5.6	6.3	99.3
	Sangat Tidak Sering	3	.6	.7	100.0
	Total	411	88.6	100.0	
Missing	System	53	11.4		
Total		464	100.0		

Dari data diatas menunjukkan bahwa 61,6 % dari total responden menggunakan laptop untuk mengakses internet yaitu sebanyak 286 responden. Sedangkan 178 responden atau 38,4 5 dari total responden tidak menggunakan laptop untuk mengakses internet. Jika dilihat dari frekuensi tingkat keseringan menggunakan laptop untuk mengakses internet ada 30 responden paling sering menggunakan laptop dan 179 responden sering menggunakan laptop untuk mengakses internet. Dalam data frekuensi responden tersebut ada *missing system* yang disebabkan beberapa responden tidak menjawab atau memiliki pilihan lainnya.

### Tabel 8. Penggunaan Modem USB Untuk Mengakses Internet

#### Responden Menggunakan Modem USB Untuk Mengakses Internet

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	0	2	.4	.5	.5
	Ya	153	33.0	37.2	37.7
	Tidak	256	55.2	62.3	100.0
	Total	411	88.6	100.0	
Missing	System	53	11.4		
Total		464	100.0		

**Frekuensi Responden Menggunakan Modem USB Untuk Mengakses Internet**

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	0	255	55.0	62.0	62.0
	Sangat Sering	3	.6	.7	62.8
	Sering	37	8.0	9.0	71.8
	Tidak Sering	93	20.0	22.6	94.4
	Sangat Tidak Sering	23	5.0	5.6	100.0
	Total	411	88.6	100.0	
Missing	System	53	11.4		
Total		464	100.0		

Data diatas menunjukkan bahwa 153 responden atau 33 % dari total responden menggunakan modem USB untuk mengakses internet, sedangkan 55,2 % atau 256 responden memilih untuk tidak menggunakan modem USN untuk mengakses internet. Berdasarkan data frekuensi, hanya 3 orang yang paling sering menggunakan modem USB dan 37 responden yang sering menggunakan modem USB, sedangkan 23 orang sangat tidak sering menggunakan modem USB untuk mengakses internet. Dalam data diatas ada *missing system* yang disebabkan beberapa responden tidak menjawab atau memiliki pilihan lainnya.

**Tabel 9. Penggunaan I-Pad Untuk Mengakses Internet**

**Responden Menggunakan I-Pad Untuk Mengakses Internet**

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	0	2	.4	.5	.5
	Ya	54	11.6	13.1	13.6
	Tidak	355	76.5	86.4	100.0
	Total	411	88.6	100.0	
Missing	System	53	11.4		
Total		464	100.0		

**Frekuensi Responden Menggunakan I-Pad Untuk Mengakses Internet**

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	0	355	76.5	86.4	86.4
	Sangat Sering	1	.2	.2	86.6
	Sering	11	2.4	2.7	89.3
	Tidak Sering	19	4.1	4.6	93.9
	Sangat Tidak Sering	25	5.4	6.1	100.0
	Total	411	88.6	100.0	
Missing	System	53	11.4		
Total		464	100.0		

Penggunaan I-Pad untuk mengakses internet tidak banyak digunakan oleh responden. Dari total 464 responden hanya 54 responden saja yang menggunakan I-Pad untuk mengakses internet, sedangkan 355 responden tidak menggunakan I-Pad untuk mengakses internet. Dari data frekuensi hanya 1 responden saja yang paling sering menggunakan I-Pad. Dalam data diatas ada *missing system* yang disebabkan beberapa responden tidak menjawab atau memiliki pilihan lainnya.

Hasil kuesioner menyebutkan bahwa dari ke empat perangkat yang kami berikan, perangkat handphone paling banyak dan paling sering digunakan oleh kalangan remaja untuk mengakses internet. Handphone (HP) adalah perangkat telekomunikasi, telepon konvensional saluran tetap, namun dapat dibawa kemana-mana dan tidak perlu disambungkan dengan jaringan telepon menggunakan kabel (nirkabel, wireless). Hadirnya teknologi komunikasi berupa telepon seluler atau HP yang semakin pesat dan maju tidak dapat dihindari. Bahkan perkembangan jenis HP semakin hari semakin meningkat dan semakin variatif. Jika dahulu HP hanya berupa alat komunikasi yang hanya dapat menelepon dan sms, sekarang HP sudah bisa digunakan untuk berseluncur didunia maya. Fasilitas dalam HP juga semakin canggih, mulai dari kamera, hingga fasilitas berinternet dengan nyaman. Jadi orang jika ingin mengakses internet tidak perlu harus didepan komputer tapi cukup membawa HP yang lebih fleksibel, mudah digunakan, dan efisien. Bahkan sekarang ini sudah muncul yang namanya *Smartphone* (handphone pintar) dengan fasilitas yang lebih lengkap dan canggih.

Smartphone sangat mudah untuk dibawa sehingga orang bisa mengakses internet kapan saja dimana saja asalkan ada kuota internet. Kelebihan itulah yang membuat banyak orang menggunakan smartphone tidak hanya untuk berkomunikasi tapi juga untuk mencari informasi melalui internet. Kehadiran smartphone membuat orang lebih mudah untuk mengakses internet dalam situasi apapun, kapanpun dan dimanapun. Harga yang relatif terjangkau (dengan merek-merek tertentu) membuat orang dapat dengan mudahnya mempunyai smartphone. HP/ smartphone memang telah menghadirkan banyak lompatan penting dalam kehidupan manusia. Tak hanya menggeser nilai sosial, tapi mampu menciptakan nilai-nilai baru yang diikuti oleh manusia. Untuk beberapa hal ponsel sudah sangat berkuasa. Ia hadir bukan lagi untuk mengikuti selera dan kebutuhan kita. Tapi ia hadir dengan mengatur dan menentukan apa yang harus kita lakukan dengannya.

Selain menggunakan HP untuk mengakses internet, kalangan remaja juga ada yang menggunakan Laptop untuk mengakses internet. Satu kelemahan laptop dibandingkan dengan internet adalah laptop meskipun mudah untuk dibawa kemana-mana tapi kurang fleksibel karena ukurannya yang sedikit lebih besar sehingga dalam situasi tertentu laptop tidak bisa digunakan untuk mengakses internet. Alasan lainnya tidak semua kalangan remaja memiliki laptop pribadi untuk mengakses internet. Untuk mengakses internet menggunakan laptop, orang harus berada di daerah wifi atau menggunakan modem USB. Sehingga modem USB dengan laptop bisa saling melengkapi. Ketika tidak ada sinyal wifi, orang masih bisa menggunakan modem USB. Dari data diatas diketahui bahwa orang yang menggunakan I-Pad sangat sedikit. Faktor harga bisa menjadi alasan mengapa orang tidak menggunakan I-Pad.

### C. Jenis Informasi

Internet merupakan sarana yang memudahkan manusia untuk memenuhi kebutuhan dalam mencari informasi. Berita dan beragam informasi yang diperlukan dapat kita temukan di internet. Dari kuesioner yang dibagikan, peneliti memperoleh data informasi apa saja yang biasanya di cari oleh kalangan remaja ketika mereka menggunakan internet. Berikut ini data yang diperoleh :

**Tabel 10. Jenis Informasi**

**Informasi Yang Dicari Responden Di Internet**

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid 0	7	1.5	1.5	1.5
Ramalan Cuaca	20	4.3	4.3	5.8
Hobby	134	28.9	28.9	34.7
Berita Terbaru, Gosip	113	24.4	24.4	59.1
Entertainment	48	10.3	10.3	69.4
Olahraga	31	6.7	6.7	76.1
Turisme, Travelling	33	7.1	7.1	83.2
Budaya	6	1.3	1.3	84.5
Situasi dan Masalah Politik	5	1.1	1.1	85.6
Lain-lain	67	14.4	14.4	100.0
Total	464	100.0	100.0	

Berdasarkan tabel diatas nampak bahwa remaja banyak mencari informasi di internet, salah satunya yang paling sering dicari oleh kalangan remaja adalah informasi mengenai Hobby. Ada 134 responden yang mencari informasi berkaitan dengan hobby. Untuk memenuhi kebutuhan berkaitan dengan hobby, para remaja kebanyakan memanfaatkan internet untuk mencari informasi atau bahkan mencari komunitas yang memiliki hobby yang sama. Misalnya saja orang yang hobby mengkoleksi barang antik, orang akan mencari informasi mengenai bagaimana cara merawat, bagaimana cara menyimpan, mencari informasi komunitas barang antik, dan lain sebagainya. orang yang mempunyai hobby memotret, internet bisa menjadi sarana mencari informasi tentang perkembangan teknologi kamera, selain itu juga bisa mencari informasi kontes foto, dll. Orang yang punya hobby memasak akan mencari informasi tentang resep-resep kreatif di internet.

Jenis informasi selanjutnya adalah mencari berita atau gosip-gosip terbaru. Kalangan remaja biasanya punya artis idola, dan dia akan mencari tahu segala sesuatu yang berkaitan dengan idolanya melalui internet. Melalui internet kalangan remaja juga mencari hiburan, biasanya mereka sering mencari hiburan di youtube, atau mencari hiburan di media sosial lainnya. Bagi remaja yang suka traveling atau jalan-jalan, internet menjadi sarana yang tepat untuk mencari informasi tentang destinasi pariwisata yang menarik, informasi mengenai akomodasi, atau informasi mengenai agen perjalanan wisata.

Melalui internet, remaja dapat mencari informasi mengenai orang raga, terutama bagi remaja yang suka berolah raga, atau menonton pertandingan olah raga melalui internet. Selain itu informasi mengenai bintang lapangan idola mereka juga dapat dicari melalui internet. Unikny dari data diatas, beberapa responden mencari informasi mengenai ramalan cuaca di internet. Sedangkan paling sedikit adalah responden yang mencari informasi mengenai budaya dan situasi politik. Hal ini menunjukkan bahwa minat remaja terhadap topik yang berkaitan dengan budaya atau politik masih sangat rendah. Mungkin saja mereka mencari informasi mengenai budaya atau politik karena mendapat tugas dari gurunya. Sisa 67 responden menjawab lain-lain adalah pilihan mereka selain dari 8 jenis informasi yang disediakan dalam kuesioner. Lain-lain disini bisa saja adalah online shop, media sosial, blogger, download musik atau film, dll.

#### D. Manfaat Internet Bagi Remaja

Internet telah banyak membantu manusia dalam segala aspek kehidupan sehingga internet mempunyai andil dalam kehidupan sosial. Begitu juga yang dirasakan oleh kalangan remaja di Kabupaten Semarang ketika mereka menggunakan internet, mereka menjadi terbantu dalam berbagai hal. Data berikut ini beberapa manfaat yang diperoleh ketika menggunakan internet :

**Tabel 11. Menggunakan Internet Untuk Mencari dan Mengirimkan Informasi**

**Responden Mencari Internet Untuk Mencari dan Mengirimkan Informasi**

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	0	3	.6	.6	.6
	Ya	404	87.1	87.1	87.7
	Tidak	43	9.3	9.3	97.0
	3	13	2.8	2.8	99.8
	4	1	.2	.2	100.0
	Total	464	100.0	100.0	

Jumlah responden yang menggunakan internet untuk mencari dan mengirimkan informasi ada 404 atau 87,1 % dari total responden. Hal ini menunjukkan bahwa salah satu manfaat paling penting dalam penggunaan internet adalah mencari informasi melalui mesin pencari informasi seperti google, yahoo, ask.com, atau dapat juga mencari informasi di portal-portal berita seperti detik.com, kompas.com, dll.

Selain untuk mencari informasi, internet juga dapat digunakan untuk mengirim atau menyebarkan informasi kepada orang lain. Orang dapat menulis opini atau karya tulis atau materi pembelajaran di sebuah blog yang nantinya orang lain juga dapat membacanya juga. Kompasiana juga dapat digunakan untuk memuat sebuah artikel. Sekarang ini media sosial juga dapat menjadi sarana untuk menyebarkan informasi, misalnya melalui email, menulis status atau pemberitahuan di facebook. Pada intinya melalui internet orang dapat memberi dan menerima informasi.



**Tabel 12. Menggunakan Internet Untuk Mengambil Keputusan**

**Responden Menggunakan Internet Untuk Mengambil Keputusan**

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid 0	4	.9	.9	.9
Ya	75	16.2	16.2	17.0
Tidak	365	78.7	78.7	95.7
3	13	2.8	2.8	98.5
4	7	1.5	1.5	100.0
Total	464	100.0	100.0	

Dari 464 responden, hanya 75 responden saja yang menggunakan internet untuk mengambil keputusan. Sedangkan 365 responden tidak menggunakan internet untuk mengambil keputusan. Salah satu manfaat dari internet adalah membantu seseorang untuk mengambil sebuah keputusan, berarti internet disini menjadi referensi bagi seseorang ketika dihadapkan dengan banyak pilihan. Misalnya saja, ketika seseorang hendak membeli laptop dan orang tersebut bingung untuk menentukan akan membeli laptop seperti apa. Maka orang tersebut dapat menggunakan internet untuk dapat mengetahui perbandingan spesifikasi laptop, harga laptop atau dimana harus membeli laptop dengan harga murah. Dari membandingkan-membandingkan informasi yang ada, orang dapat memutuskan mana yang harus dibeli. Informasi-informasi yang ada di Internet dapat memberikan penjelasan-penjelasan, sehingga seseorang bisa mempertimbangkan sesuatu dan sampai akhirnya mengambil sebuah keputusan. Artinya, internet secara tidak langsung dapat membantu seseorang untuk menentukan pilihan dan mengambil sebuah keputusan.

**Tabel 13. Menggunakan Internet Untuk Berkonsultasi  
Menyelesaikan Masalah Psikologi**

**Responden Menggunakan Internet Untuk Berkonsultasi  
Menyelesaikan Masalah Psikologis**

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid 0	3	.6	.6	.6
Ya	74	15.9	15.9	16.6
Tidak	366	78.9	78.9	95.5
3	7	1.5	1.5	97.0
4	13	2.8	2.8	99.8
5	1	.2	.2	100.0
Total	464	100.0	100.0	

Masa remaja adalah masa seseorang mengalami pubertas dimana perkembangan tidak hanya pada fisik saja, tapi juga perkembangan psikologi. Dan pada masa-masa inilah kerap kali seorang remaja akan mengalami masalah-masalah psikologi. Bisa dikatakan bahwa masa remaja adalah masa yang sangat berkesan, begitu banyak tingkah aneh dikala itu mulai dari aksi jahil di sekolah hingga aksi-aksi nakal seperti membolos sekolah, main kucing-kucingan dengan guru, perkelahian antar pelajar hingga antar sekolah. Ketika memasuki masa pubertas, setiap anak telah mempunyai sistem kepribadian yang merupakan pembentukan dari perkembangan selama ini. Di luar sistem kepribadian anak seperti perkembangan ilmu pengetahuan dan informasi, pengaruh media massa, keluarga, sekolah, teman sebaya, budaya, agama, nilai dan norma masyarakat tidak dapat diabaikan dalam proses pembentukan kepribadian tersebut.

Ketika remaja menghadapi permasalahan yang terkait dengan masalah psikologi, maka seorang remaja seharusnya mendapatkan bimbingan atau pendampingan untuk dapat mengatasi

permasalahannya. Pendampingan tersebut dapat dilakukan secara langsung dengan seorang psikiater atau konsultasi jarak jauh. Keberadaan internet dimanfaatkan oleh para psikolog untuk membuka konsultasi secara online dengan pasiennya. Akan tetapi nampaknya tidak banyak remaja memanfaatkan konsultasi secara online ketika mereka menghadapi permasalahan. Hal ini terlihat dari tabel diatas bahwa jumlah responden yang menggunakan internet untuk berkonsultasi menyelesaikan masalah psikologi hanya 74 responden atau 15,9 % dari total jumlah responden. Sedangkan 366 responden tidak memanfaatkan internet untuk berkonsultasi tentang masalah psikologis. Mungkin saja mereka lebih memilih untuk curhat kepada temannya, atau meminta pembimbingan dari guru BK disekolahnya.

**Tabel 14. Menggunakan Internet Untuk Mencari Hiburan**

**Responden Menggunakan Internet Untuk Mencari Hiburan**

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid 0	3	.6	.6	.6
Ya	377	81.2	81.2	81.9
Tidak	60	12.9	12.9	94.8
3	1	.2	.2	95.0
4	5	1.1	1.1	96.1
5	2	.4	.4	96.6
6	2	.4	.4	97.0
9	14	3.0	3.0	100.0
Total	464	100.0	100.0	

Kehadiran internet tidak hanya sebagai media untuk mencari informasi saja, tapi internet juga mempunyai manfaat yang lain, yaitu sebagai media untuk mencari hiburan, seperti mendengarkan lagu secara online, menonton video, melakukan chatting dengan teman baru, dan bermain game online. Banyak dari kalangan remaja menggunakan internet sebagai media untuk mencari hiburan, hal ini nampak dari

tabel diatas, jumlah responden yang menggunakan internet sebagai sarana untuk mencari hiburan sebanyak 377 responden atau 81,2 % dari total responden. Internet menawarkan tingkat hiburan yang berbeda dari media lain seperti televisi, radio, majalah maupun koran. Internet mempunyai bahan hiburan bagi seluruh masyarakat. Setiap orang dapat menemukan hal yang mereka sukai di Internet, dari obrolan online berbentuk *chat group* atau yang lebih besar lagi berbentuk forum diskusi, sampai berbagi video online, serta bermain game yaitu game online.

Bagi mereka yang suka mendengarkan lagu-lagu dan video terbaru mereka bisa membuka youtube, bahkan video yang ada di youtube pun bisa di download. Ketika orang merasakan kejenuhan karena tidak ada teman untuk berbagi, melalui internet orang dapat berkomunikasi dengan orang lain, misalnya dengan yahoo messenger, facebook, ketika orang menggunakan sosial media, mereka juga bisa memperoleh hiburan tersendiri. Hiburan yang lainnya adalah game online, orang akan merasa terhibur dengan dengan bermain game dan bertanding dengan orang lain. Di internet juga banyak terdapat artikel yang lucu atau gambar-gambar lucu dan semua itu mampu memberikan hiburan bagi yang menggunakannya.

**Tabel 15. Menggunakan Internet Untuk Memenangkan Hadiah**

**Responden Menggunakan Internet Untuk Memenangkan Hadiah**

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid 0	3	.6	.6	.6
Ya	56	12.1	12.1	12.7
Tidak	405	87.3	87.3	100.0
Total	464	100.0	100.0	

Data diatas merupakan data yang unik, karena data tersebut menjelaskan bahwa internet dapat digunakan untuk memenangkan hadiah, yaitu dengan mengikuti kuis atau kompetisi-kompetisi tertentu. Biasanya media sosial yang banyak menawarkan kompetisi untuk mendapatkan hadiah. Misalnya saja, produk X membuat promosi dengan meminta untuk meng-share, semakin banyak di share maka akan semakin mempunyai peluang untuk memenangkan hadiah. Untuk ibu-ibu yang mempunyai anak balita, biasanya diinternet juga ada kompetisi foto balita, foto balita yang paling lucu bisa menjadi pemenang, maka akan banyak ibu-ibu muda yang berlomba-lomba mengupload foto anak mereka di media sosial. Dan masih banyak lagi, bentuk-bentuk kompetisi atau perlombaan yang pada akhirnya untuk merebutkan hadiah. Namun, bagi kalangan remaja hal ini kurang begitu diminati, buktinya pada tabel diatas hanya ada 56 responden yang menggunakan internet untuk memenangkan hadiah dan sisinya 405 responden tidak tertarik dengan kompetisi-kompetisi yang berhadiah. Mungkin saja karena mereka takut kalau-kalau ada unsur penipuannya, karena kasus penipuan melalui media online atau internet sekarang ini marak terjadi.

**Tabel 16. Menggunakan Internet Untuk Mencari Uang atau Menambah Penghasilan**

**Responden Menggunakan Internet Untuk Mencari Uang atau Menambah Penghasilan**

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid 0	3	.6	.6	.6
Ya	64	13.8	13.8	14.4
Tidak	397	85.6	85.6	100.0
Total	464	100.0	100.0	

Seperti data-data sebelumnya diketahui bahwa keberadaan internet tidak hanya sekedar hanya untuk mencari informasi saja. Beberapa tahun terakhir ini muncul fenomena yang menarik dari pemanfaatan internet, yaitu internet mulai digunakan orang untuk berjualan produk-produk yang dibutuhkan orang sehari-hari. Karena setiap hari banyak orang mencari informasi melalui internet maka hal ini dapat menjadi peluang bagi seseorang untuk berjualan, yang orang biasa sebut dengan istilah online shop.

Banyak produk yang dijual melalui internet, mulai dari fashion, elektronik, peralatan rumah tangga, dll. Jadi melalui internet, seseorang dapat memperoleh tambahan penghasilan. Namun, nampaknya tidak semua remaja tertarik untuk memanfaatkan internet sebagai sarana menambah penghasilan atau mencari uang. Hal ini terlihat dari data diatas bahwa minat remaja untuk mencari uang atau menambah penghasilan hanya dilakukan oleh 64 responden atau 13,8 % dari total responden. Tentunya alasan mereka untuk membuat berjualan di internet adalah untuk menambah pendapatan mereka yaitu menambah uang saku karena responden adalah remaja yang masih duduk di bangku SMA atau SMK. Berjualan melalui internet lebih mudah dan bisa menghemat waktu, tempat dan tenaga, sehingga anak yang masih duduk dibangku sekolahpun juga dapat melakukan bisnis online karena penjual tidak harus berada secara fisik di toko tapi cukup mempunyai handphone sehingga bisa bertransaksi kapanpun dan dimanapun. Bahkan sekarang ini penjual tidak harus mempunyai stock barang karena penjual dapat menjadi reseller atau dropship dari sebuah pabrik atau distributor.

Dari data diatas 397 responden tidak memanfaatkan internet untuk menambah penghasilan dan tentunya banyak alasan yang melatarbelakanginya. Misalnya saja secara finansial mereka terpenuhi, atau mereka takut mengganggu sekolah atau kegiatan diluar sekolah, atau mungkin saja mereka tidak mempunyai waktu untuk berjualan

online karena banyak tugas-tugas sekolah yang harus mereka kerjakan setiap harinya, dan banyak alasan-alasan lainnya.

## **5. KESIMPULAN**

Bedasarkan data-data dan hasil pembahasan dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut :

1. Media yang paling sering digunakan oleh kalangan remaja untuk mencari informasi adalah Internet dengan frekuensi penggunaan yang sangat sering digunakan.
2. Perangkat yang paling sering digunakan oleh kalangan remaja untuk mengakses internet adalah handphone paling banyak dan paling sering digunakan oleh kalangan remaja untuk mengakses internet.
3. Jenis informasi yang paling sering di cari oleh kalangan remaja di internet adalah informasi mengenai hobby serta berita atau gosip-gosip terbaru, sedang yang paling tidak sering dicari adalah informasi mengenai budaya dan situasi politik.
4. Internet mempunyai manfaat bagi para remaja terutama banyak banyak adalah membantu mereka untuk mencari informasi dan mengirimkan informasi kepada orang lain serta untuk mencari hiburan.

## DAFTAR PUSTAKA

- Aridianto, Elvinaro dan Lukiati komala. 2007. *Komunikasi Massa revisi. Bandung: Simbiosis Rekatama media.*
- Ardianto, dan Erdinaya. 2005. *Komunikasi Massa: Suatu Pengantar, cetakan Kedua.* Simbiosis Rekatama Media. Bandung.
- Blumler, J.G. 1979. *Theory in Uses and Gratifications Studies. Communication Research*
- Bungin Burhan. 2004. *Metode Penelitian Kualitatif.* Penerbit: PT Rajagrafindo Persada, Jakarta.
- Creeber G. dan Martin R. (2009). *Digital Cultures.* New York: Open University Press
- Effendy, Onong Uchjana. 2000. *Ilmu Komunikasi Teori dan Praktek.* Bandung : Remaja Rosdakarya.
- Lievrouw, Leah A. & Sonia Livingstone. 2006. *Handbook of New Media.* Los Angeles, London, New Delhi, Singapore, Washington DC: Sage Publications Ltd
- McQuail, Denis. 1991. *Teori Komunikasi Massa.* Erlangga. Jakarta.
- McQuail, Denis. 2011. *Teori Komunikasi Massa* McQuail, Edisi 6 Buku 1. Jakarta: Salemba Humanika
- Monks, F. J. dan A.M.P. Knoers. 2006. *Psikologi Perkembangan : Pengantar Dalam Berbagai Bagiannya,* Gajah Mada University Press, Yogyakarta.
- Pendit, Putu Laxman, dkk. 2005. *Perpustakaan Digital: Perspektif Perpustakaan Perguruan Tinggi di Indonesia,* Perpustakaan Universitas Indonesia, Jakarta.