

**PERILAKU KONSUMSI MEDIA OLEH KALANGAN REMAJA  
DALAM PENCARIAN INFORMASI  
(Studi Kasus Perilaku Remaja di Kota Salatiga dalam Penggunaan Media  
Dalam Perspektif Teori Ketergantungan Media)**

*Ester Krisnawati, S.Sos., M.I.Kom*

*Program Studi Ilmu Komunikasi, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Komunikasi  
Universitas Kristen Satya Wacana*

**ABSTRAK**

Perkembangan media massa saat ini sangat pesat, mulai dari surat kabar, radio, televisi, sampai munculnya *new media* yaitu internet. Salah satu fungsi dari media massa adalah memberikan informasi, baik informasi politik, ekonomi, sosial dan budaya. Melalui media kita bisa mengakses bermacam-macam informasi tidak terbatas tempat dan waktu. Akan tetapi, tidak semua orang akan menggunakan semua jenis media untuk melakukan pencarian informasi, begitu juga dengan kalangan remaja di Kota Salatiga. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana perilaku remaja di Kota Salatiga dalam konsumsi media untuk pencarian informasi dalam perspektif teori ketergantungan media. Metode penelitiannya adalah deskriptif kuantitatif dengan menggunakan 367 responden dan menggunakan lima variable media yaitu internet, televisi, koran, majalah dan radio. Hasil penelitian ini menjelaskan bahwa internet merupakan media yang paling sering digunakan oleh remaja di Salatiga dalam mencari informasi dan hal ini menandakan bahwa tingkat ketergantungan remaja terhadap Internet untuk mencari informasi sangat tinggi dibanding media lainnya. Dengan tingkat penggunaan internet yang tinggi, maka perlu adanya literasi internet bagi para remaja yaitu internet sehat untuk pelajar.

*Kata kunci : Perilaku Konsumsi Media, Remaja, Pencarian Informasi, Teori Ketergantungan Media.*

**ABSTRACT**

*The development of the mass media today is very rapid, ranging from newspapers, radio, television, until the emerged of new media, the Internet. One function of the media is to provide information, well-informed political, economic, social and cultural. Through the media we can access variety of information that is not limited to time and place. However, not everyone will use all kinds of media to conduct information searches, as well as among teenagers in Salatiga. This study aims to determine how the behavior of teenagers in Salatiga in the consumption of media to search for information in the media dependency theory perspective. The research method is quantitative descriptive by using 367 respondents and uses five variables, namely media, television, newspapers, magazines and radio. Results of this study explained that the internet is the medium most frequently used by teenagers in Salatiga in search of information, and it indicates that the rate of juvenile dependence on the Internet to look for information is very high compared to other media. With a high level of Internet usage, the need for Internet literacy for adolescents are healthy internet for students.*

*Keywords: Media Consumption Behavior, Adolescent, Finding Information, Media Dependency Theory.*

## Pendahuluan

Setiap hari sebagian dari kita selalu memberikan waktu luang untuk membaca koran, menonton televisi, mendengarkan radio dan membuka internet untuk meng-update informasi terbaru setiap harinya. Bahkan sebagian ibu rumah tangga sembari memasak atau bersih-bersih rumah, mereka mendengarkan radio atau menyalakan televisi supaya mereka tetap mendapatkan informasi terbaru yang bisa menambah wawasan mereka. Kita sadari atau tidak setiap hari kita membutuhkan informasi terbaru guna memenuhi kebutuhan hidup kita. Di era globalisasi sekarang ini, informasi berkembang dan menyebar dengan sangat cepat sehingga jika tidak mengikuti perkembangannya pasti akan sangat berpengaruh terhadap kehidupan sosial, pekerjaan ataupun studi kita. Melalui media massa kita bisa mendapatkan banyak pengetahuan dan informasi layaknya sebuah buku yang menjadi jendela dunia bagi kita.

Perkembangan informasi saat ini tumbuh dengan pesat mulai dari

informasi politik, ekonomi, sosial dan budaya. Berkaitan dengan kebutuhan akan informasi maka media menjadi konsumsi publik untuk memperoleh kabar terkini dan teraktual di belahan bumi manapun pada waktu kapanpun. Manusia akan menggunakan berbagai media yang ada untuk mengakses informasi terbaru, termasuk didalamnya penggunaan internet sebagai bentuk dari *new media*. Jika dahulu televisi, radio dan koran banyak dimanfaatkan oleh masyarakat untuk mencari informasi maka sekarang ini muncul internet yang dapat diakses dimanapun kapanpun dalam situasi apapun. Revolusi teknologi di bidang informasi dan komunikasi yang cenderung cepat, telah memberi peluang besar bagi media baru untuk menyebarkan informasi ke semua orang tanpa batas apapun. Perkembangan tersebut terjadi seiring dengan meningkatnya kemudahan akses internet. Internet telah menjadi kebutuhan bagi manusia zaman digital.

Kemunculan teknologi canggih sebagai bentuk dari *new media* tidak bisa dipungkiri menjadi salah satu

kebutuhan masyarakat dewasa ini. *New media* dengan segala fasilitas yang diberikan untuk memanjakan masyarakat, sedikit banyak telah merubah pola pikir dan perilaku manusia yang akhirnya membantuk suatu kebudayaan baru. Hal ini seperti yang dikatakan oleh McLuhan mengenai teknologi membentuk cara berpikir, berperilaku masyarakat, kemudian budaya dibentuk oleh bagaimana cara kita berkomunikasi. Teknologi *new media* yang berupa internet inilah yang secara terus menerus digunakan oleh manusia untuk mencari informasi dan berkomunikasi dengan orang lain.

Berkembangnya media baru memiliki peran penting dalam era komunikasi modern saat ini dan banyak para pengguna teknologi *new media* sering mengupdate data perkembangan informasi dari waktu ke waktu. Kemajuan teknologi komunikasi informasi ini diakui memberikan paradigma baru yang mengubah keseluruhan cara pandang kita tentang berbagai masalah dan persoalan yang ada.

Namun dengan terciptanya media baru, belum tentu media tradisional ditinggalkan, bahkan media tradisional banyak yang sudah dirancang menjadi media baru seperti *e-book*, majalah dan surat kabar *online*. Media baru dalam bentuk elektronik ini menjadi media informasi yang mudah untuk diakses oleh masyarakat. Dengan adanya media tradisional dan media baru yang dapat diakses oleh khalayak khususnya kalangan remaja untuk mencari informasi, maka dapat menimbulkan kebiasaan tersendiri bagi remaja dalam memanfaatkan media sebagai sumber informasi.

Berdasarkan hasil riset yang dilakukan oleh Badan Penelitian dan Pengembangan SDM Kementerian Komunikasi & Informatika (2013) dengan judul "Riset Penggunaan Media Dan Perkembangannya Kini" menjelaskan bahwa media yang memenuhi kebutuhan khalayak mengalami perkembangan dari media tradisional ke media baru (internet), bahkan ke aplikasi tertentu. Selain itu, penelitian ini juga melihat hubungan antara tingkat kepuasan

(gratification theory) dengan ketergantungan media. Hasilnya ketika seseorang merasakan kepuasan dalam menggunakan sebuah media dan dari media itu seseorang dapat memenuhi kebutuhannya maka seseorang tersebut akan selalu menggunakan media yang sama sampai orang tersebut menjadi sangat bergantung dengan media yang digunakannya.

Penelitian lainnya yang dilakukan oleh Wulan Maya Sari (Universitas Sumatera Utara, 2010) tentang ketergantungan remaja terhadap media telepon seluler di SMP Negeri 1 Sei Suka Kabupaten Batu Bara, dengan menggunakan pendekatan teori dependensi. Hasil penelitian tersebut menjelaskan bahwa ponsel yang memiliki aplikasi *facebook* atau *twitter* sangat disenangi oleh para remaja. Remaja menggunakan ponsel tidak hanya untuk mengakses jejaring sosial tetapi remaja juga menggunakannya untuk mencari informasi lainnya misalnya berita atau menonton video. Jadi, remaja di SMP Negeri 1 Sei Suka Kabupaten Batu Bara, dalam mencari informasi dan

membangun relasi sangat bergantung pada kehadiran ponsel.

Salatiga merupakan sebuah kota di lereng Gunung Merbabu yang bisa dikatakan sebagai kota kecil. Salatiga sendiri ada di tenggah-tengah Kabupaten Semarang dan dikelilingi oleh 3 kota Besar yaitu Yogyakarta, Solo dan Semarang. Dengan keberadaannya sebagai kota kecil, tentunya akses informasi melalui media massa dan new media dapat berbeda dengan situasi di kota besar, begitu pula pola konsumsi media juga dapat berbeda. Berangkat dari latar belakang dan penelitian sebelumnya, maka peneliti ingin mengetahui bagaimana perilaku remaja di Kota Salatiga dalam konsumsi media untuk pencarian informasi berdasarkan perspektif teori ketergantungan media.

## **Tinjauan Pustaka**

### **Motif Penggunaan Media**

Semua tingkah laku manusia pada hakikatnya mempunyai motif tertentu. Motif merupakan suatu pengertian yang meliputi semua penggerak, alasan-alasan atau

dorongan-dorongan dalam diri manusia yang menyebabkan manusia berbuat sesuatu (Ardiyanto, 2005: 87).

Motivasi adalah sebab, alasan dasar, pikiran dasar, dorongan bagi seseorang untuk berbuat atau ide pokok yang selalu berpengaruh besar terhadap tingkah laku manusia. Dengan kata lain motivasi adalah dorongan terhadap seseorang agar mau melaksanakan sesuatu. Dorongan disini adalah desakan alami untuk memuaskan kebutuhan-kebutuhan hidup.

Dalam definisi tersebut motif jika dihubungkan dengan konsumsi media berarti segala alasan dan dorongan dalam diri manusia yang menyebabkan seseorang menggunakan media dan tujuannya menggunakan media tersebut. Seleksi terhadap media yang dilakukan oleh khalayak disesuaikan dengan kebutuhan dan motif. McQuail (1991:72) membagi motif penggunaan media oleh individu ke dalam empat kelompok, yaitu sebagai berikut :

#### 1. Motif Informasi

- a. Mencari berita tentang peristiwa dan kondisi yang berkaitan dengan lingkungan terdekat, masyarakat, dan dunia
- b. Mencari bimbingan berbagai masalah praktis, pendapat, dan hal-hal yang berkaitan dengan penentuan pilihan
- c. Memuaskan rasa ingin tahu dan minat umum
- d. Belajar, pendidikan diri sendiri
- e. Memperoleh rasa damai melalui penambahan pengetahuan

#### 2. Motif Identitas Pribadi

- a. Menemukan penunjang nilai-nilai pribadi
- b. Menemukan model perilaku
- c. Mengidentifikasi diri dengan nilai-nilai lain dalam media
- d. Meningkatkan pemahaman tentang diri sendiri

#### 3. Motif Integrasi dan Interaksi Sosial

- a. Memperoleh pengetahuan tentang keadaan orang lain
  - b. Mengidentifikasi diri dengan orang lain dan meningkatkan rasa memiliki
  - c. Menemukan bahan percakapan dan interaksi sosial
  - d. Memperoleh teman selain dari manusia
  - e. Membantu menjalankan peran sosial
  - f. Memungkinkan diri untuk dapat menghubungi sanak keluarga, teman, dan masyarakat
4. Motif Hiburan
- a. Melepaskan diri dari permasalahan
  - b. Bersantai
  - c. Memperoleh kenikmatan jiwa dan estetis
  - d. Mengisi waktu
  - e. Penyaluran emosi
  - f. Membangkitkan gairah seks

Jadi individu-individu mengkonsumsi media massa karena didorong oleh motif-motif tertentu yang dicarikan pemuasannya mela-

lui media tertentu pula, meski betapa pun kecilnya pemuasan yang dapat dilakukan media tersebut. Dari berbagai motif yang mendorong dalam mengkonsumsi media, akan tumbuh semacam harapan yang dicarikan pemuasannya melalui media tersebut. Allan Rubin (dalam Morissan, 2010:270) menemukan bahwa alasan atau motivasi orang mengkonsumsi media dapat dikelompokkan kedalam sejumlah kategori yaitu untuk menghabiskan waktu, sebagai teman (*companionship*), memenuhi ketertarikan (*excitement*), pelarian, kesenangan, interaksi sosial, memperoleh informasi dan untuk mempelajari konten media tertentu.

Rosengren mendefinisikan kebutuhan sebagai infrastruktur biologis dan psikologis yang menjadi landasan bagi semua perilaku sosial manusia dan bahwa sejumlah besar kebutuhan biologis dan psikologis menyebabkan kita beraksi dan bereaksi (dalam Lull, 1998:117). Kebutuhan berasal dari “pengalaman sosial” dan bahwa media massa sekalipun kadang-kadang

dapat membantu membangkitkan khalayak ramai suatu kesadaran akan kebutuhan tertentu yang berhubungan dengan situasi sosialnya (McQuail dkk dalam Lull, 1998:117).

### Media Massa Konvensional dan New Media

Media Massa (*Mass Media*) – sering disingkat jadi “media” saja adalah *channel*, media/medium, saluran, sarana, atau alat yang dipergunakan dalam proses komunikasi massa, yakni komunikasi yang diarahkan kepada orang banyak (*channel of mass communication*). Menurut *Leksikon Komunikasi*, media massa adalah “sarana penyampai pesan yang berhubungan langsung dengan masyarakat luas misalnya radio, televisi, dan surat kabar”. Media massa konvensional merupakan proses produksi dan penyimpanan data atau informasi yang dibagi menjadi dua bagian yaitu media elektronik (televisi dan radio) dan media cetak (koran, majalah atau tabloid). Jika dilihat media konvensional merupakan bentuk

dari jurnalistik konvensional atau dengan arti jurnalisme dengan menggunakan media cetak ataupun media elektronik, dimana tetap berpedoman dengan 5W+1H adalah *What, When, Where, Who, Why, How*. Berikut ini, peneliti membuat perbedaan komunikasi massa media lama dengan media baru yang dirangkum dari berbagai sumber :

Media massa konvensional	Media baru/ <i>internet</i>
Meliputi media cetak, radio, dan televisi. Informasi selalu bersifat formal dan dapat dipertanggung jawabkan.	Meliputi media online, seperti media cetak yang diubah dalam format digital, media sosial, TV online, dan radio streaming.
Harus menunggu informasi pada jam yang dijadwalkan.	Infomasi pada situs tertentu tidak bersifat formal sehingga kredibilitas informasi tidak dapat dipertanggung jawabkan.
Khalayak tidak terhubung pada media dan sesama pengguna.	Mudah dalam pencarian informasi yang ingin didapatkan dan tidak terbatas pada jadwal tertentu.
Komunikasikan anonim dan heterogen.	Para pengguna dapat terhubung secara langsung.

Mengutamakan isi ketimbang hubungan pada kondisi tertentu.	Tidak memungkinkan untuk bersinggungan dengan ruang pribadi.
Umpan balik bersifat tertunda dan tidak langsung.	Memungkinkan untuk bersinggungan dengan ruang pribadi (dapat diakses melalui ponsel.)
Khalayak tidak memiliki keleluasaan mencari yang diinginkan diluar jadwal yang telah ditentukan.	Komunikasi dapat diketahui pada registrasi awal, misalnya <i>sign in</i> saat ingin mengakses pikiran rakyat-online.com
	Khalayak memiliki keleluasaan untuk mencari dan menemukan apa yang diinginkan.
Umpan balik tidak dapat disampaikan secara langsung (bahkan tertunda)	Umpan balik dapat disampaikan secara langsung, seperti "komentar".

Media Baru dan Media Konvensional memiliki perbedaan yaitu pada Media Konvensional, penyebaran informasi dilakukan dengan menggunakan media cetak, televisi dan radio, dalam proses penyebarannya perlu melalui beberapa tahap sehingga munculnya berita tidak secepat Media Baru, informasi yang disampaikan tergantung pada media, dan akses

komunikasi kepada para pengguna terbatas. Sedangkan pada Media Baru adalah penyebaran berita menggunakan jaringan internet, dengan cepat dan dapat menyajikan informasi yang dapat langsung tersambung dengan sumber lain. Pembaca lebih mudah memilih berita yang mereka inginkan, penyebaran informasi atau beritanya tidak perlu menggunakan redaktur / penyunting.

Berdasarkan data diatas dapat disimpulkan bahwa ada kelebihan dan ada pula kelemahan pada masing-masing media, sehingga semua tergantung dari apa yang dibutuhkan oleh khalayak. Hanya saja dengan perkembangan teknologi, orang mulai bergeser dari komunikasi massa ke *new media*.

### **Teori Ketergantungan**

Teori Ketergantungan (*Dependency Theory*) menurut Melvin Defluer dan Sandra Ball Roeach, adalah teori tentang komunikasi massa yang menyatakan bahwa semakin seseorang tergantung pada suatu media untuk memenuhi kebutuhannya, maka media tersebut

menjadi semakin penting untuk orang itu. Ketergantungan itu sangat esensial, karena merupakan fitur yang sangat mencolok pada prosa pembangunan budaya itu, apa yang memungkinkannya untuk kegiatan psikis yang lebih tinggi, ilmiah, artistik maupun ideologis, untuk memainkan peran penting dalam kehidupan beradab (Defleur, 1975:261-267).

Teori ini memprediksikan bahwa khalayak tergantung kepada informasi yang berasal dari media massa dalam rangka memenuhi kebutuhan khalayak bersangkutan serta mencapai tujuan tertentu dari proses konsumsi media massa. Namun perlu digarisbawahi bahwa khalayak tidak memiliki ketergantungan yang sama terhadap semua media. Teori ini pada dasarnya merupakan suatu pendekatan struktur sosial yang berangkat dari gagasan mengenai sifat suatu masyarakat modern (atau masyarakat massa), di mana media massa dapat dianggap sebagai sistem informasi yang memiliki peran penting dalam proses pemeliharaan, perubahan, dan konflik pada tataran

masyarakat, kelompok atau individu dalam aktivitas sosial.

Pemikiran terpenting dari teori ini adalah bahwa dalam masyarakat modern, *audience* menjadi tergantung pada media massa sebagai sumber informasi bagi pengetahuan tentang dan orientasi kepada apa yang terjadi dalam masyarakatnya. Jenis dan tingkat ketergantungan akan dipengaruhi oleh sejumlah kondisi struktural, meskipun kondisi terpenting terutama berkaitan dengan tingkat perubahan, konflik atau tidak stabilnya masyarakat tersebut. Berkaitan dengan apa yang dilakukan media yang pada dasarnya melayani berbagai fungsi informasi. Sesuai dengan teori-teori sebelumnya yang menekankan pada pengguna sebagai penentu media, teori ini memperlihatkan bahwa individu bergantung pada media untuk pemenuhan kebutuhan atau untuk mencapai tujuannya, tetapi mereka tidak bergantung pada banyak media dengan porsi yang sama besar. Mereka tetap dapat memilih media mana yang akan mereka gunakan untuk memenuhi keinginannya.

Menurut DeFleur dan Rokeach derajat ketergantungan terhadap media merupakan kunci dalam memahami kapan dan mengapa pesan media massa dapat mengubah kepercayaan, perasaan dan perilaku audiensi. Dalam masyarakat industri modern, orang semakin tergantung pada media untuk :

- a) Memahami dunia sosial mereka
- b) Bertindak secara bermakna dan efektif dalam masyarakat
- c) Untuk menemukan fantasi dan pelarian

Derajat ketegantungan khalayak terhadap media di tentukan oleh:

- a) Tingkat kepentingan informasi yang disampaikan media
- b) Derajat perubahan dan konflik yang terjadi dalam masyarakat

Kedua ahli ini setuju dengan gagasan awal teori penggunaan dan kepuasan bahwa orang bergantung pada informasi yang diberikan media utntuk memenuhi kebutuhan tertentu atau untuk mencapai tujuan tertentu, tetapi orang tidak bergantung pada semua media secara sama dan merata.

Rokeach dan De Fleur mengemukakan dua faktor yang menentukan ketergantungan seseorang terhadap media :

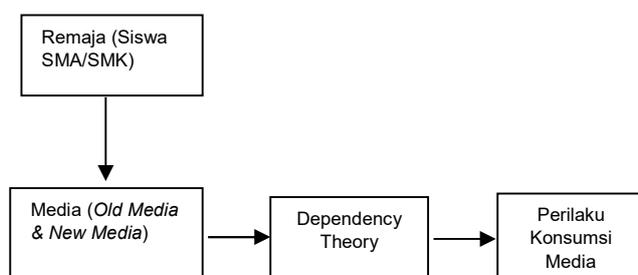
- 1) Seseorang akan lebih bergantung pada media yang dapat memenuhi sejumlah kebutuhannya sekaligus dibandingkan dengan media yang hanya mampu memenuhi beberapa kebutuhan saja
- 2) Perubahan sosial dan konflik yang terjadi di masyarakat dapat menyebabkan perubahan pada institusi, kepercayaan dan kegiatan yang sudah mapan. Situasi sosial yang bergejolak (perang, bencana, dan kerusuhan) dapat menimbulkan perubahan pada konsumsi media. Misalnya, orang jadi lebih bergantung pada media untuk mendapatkan informasi atau berita.

Pada situasi sosial yang stabil kebutuhan media juga akan berubah dimana orang lebih menyukai program hiburan

Dengan demikian, ketergantungan pada media merupakan hasil dari 2 faktor penting yaitu motif

audiensi untuk mendapatkan kepuasan dan ketersediaan alternative tontonan. Masing-masing faktor dipengaruhi oleh sejumlah karakteristik. Misalnya, seseorang yang memiliki gangguan kesehatan dan karenanya tidak bisa pergi kemana-mana akan bergantung pada media seperti televisi untuk mendapatkan hiburan.

### Kerangka Pikir



### Metode Penelitian

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan jenis penelitian deskriptif. Tulisan ini memaparkan data-data deskriptif kuantitatif tentang perilaku remaja di Kota Salatiga dalam menggunakan media sebagai sarana pencari informasi berdasarkan perspektif teori ketergantungan media. Metode analisis data yang digunakan yaitu menggunakan teori ketergantungan media.

Jumlah populasi dalam penelitian ini adalah 18.150 siswa (kelas 10, 11 dan 12 dari 32 sekolah, terdiri dari SMA dan SMK di Salatiga) dengan jumlah sampel yang digunakan adalah 391 responden. Sampel tersebut diperoleh dengan menggunakan rumus Slovin. Teknik sampling menggunakan metode *stratified quota simple random sampling* yaitu teknik pengambilan sampel yang dilakukan secara acak. Dari 391 kuesioner yang disebar hanya 367 kuesioner yang dapat diolah sedangkan sisanya 24 kuesioner tidak dapat diolah karena data tidak lengkap. Setelah kuesioner terkumpul, kemudian data diolah dengan SPSS dan diinterpretasikan dengan menggunakan teori ketergantungan media (*Dependency Theory*).

### Hasil Penelitian

Sebelum melakukan analisis perilaku remaja dalam konsumsi media dalam perspektif teori ketergantungan media, maka penulis akan menyajikan data tentang peringkat media yang sering digunakan oleh remaja di Salatiga

sebagai sarana untuk mencari informasi. Penelitian ini dilakukan dengan mengambil sampel siswa SMA di salatiga kelas 1, 2 dan 3 sebanyak 367 siswa. Berikut ini hasil pengolahan SPSS :

a. Penggunaan Internet dalam mencari informasi

**Tabel 1.**

Peringkat Internet Dalam Konteks Pencarian Informasi Oleh Responden

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid Tidak Menjawab	28	7.6	7.6	7.6
Paling Sering	200	54.5	54.5	62.1
Sering	103	28.1	28.1	90.2
Cukup Sering	22	6.0	6.0	96.2
Tidak Sering	4	1.1	1.1	97.3
Sangat Tidak Sering	10	2.7	2.7	100.0
Total	367	100.0	100.0	

Sumber : Hasil Pengolahan SPS

Dari tabel diatas dapat dilihat penggunaan internet paling sering digunakan oleh responden dalam pencarian informasi yaitu sebanyak 200 responden dengan persentase 54,5% dari total responden sebanyak 367 responden. Selain itu ada 103 responden dengan persentase 28,1% menyatakan sering menggunakan internet untuk mencari informasi. Sedangkan 28 responden atau 7,6% tidak memberikan jawaban. Hal ini artinya 82,6% atau 303 remaja di Salatiga sering dan paling sering menggunakan internet untuk mencari informasi baik berkaitan dengan

ilmu pengetahuan yaitu berkaitan dengan tugas-tugas sekolah, maupun membangun hubungan sosial dengan sesama yaitu dalam mengakses media sosial.

b. Penggunaan Televisi dalam mencari informasi

**Tabel 2.**

Peringkat TV Dalam Konteks Pencarian Informasi Oleh Responde

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid Tidak Menjawab	29	7.9	7.9	7.9
Paling Sering	115	31.3	31.3	39.2
Sering	152	41.4	41.4	80.7
Cukup Sering	37	10.1	10.1	90.7
Tidak Sering	21	5.7	5.7	96.5
Sangat Tidak Sering	13	3.5	3.5	100.0
Total	367	100.0	100.0	

Sumber : Hasil Pengolahan SPS

Dari tabel diatas dapat dilihat penggunaan televisi untuk pencarian informasi paling sering digunakan oleh responden sebanyak 115 respondendari 367 responden artinya hanya 31,3 % dari total responden yang memanfaatkan televisi untuk mencari informasi. Sedangkan untuk frekuensi sering menggunakan televisi untuk mencari informasi ada 152 responden yaitu 41,4% dari total responden. Data ini menunjukkan ada 72,7 % dari 367 responden yang memanfaatkan televisi secara maksimal untuk mencari informasi. Sedangkan 7,9% atau 29 responden tidak mem-

berikan jawaban. Dari data lainnya, diperoleh keterangan bahwa remaja mengkonsumsi televisi lebih banyak untuk mencari hiburan, seperti menonton FTV, Sinetron, acara musik, menonton acara gosip (lebih banyak remaja putri), variety show, sedangkan yang menonton berita masih sangat sedikit

c. Penggunaan Koran dalam mencari informasi

**Tabel 3.**

Peringkat Koran Dalam Konteks Pencarian Informasi Oleh Responden

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid Tidak Menjawab	67	18.3	18.3	18.3
Paling Sering	4	1.1	1.1	19.3
Sering	30	8.2	8.2	27.5
Cukup Sering	108	29.4	29.4	56.9
Tidak Sering	91	24.8	24.8	81.7
Sangat Tidak Sering	67	18.3	18.3	100.0
Total	367	100.0	100.0	

Sumber : Hasil Pengolahan SPS

Dari tabel diatas dari 367 respon hanya 4 responden saja yang paling sering menggunakan Koran untuk pencarian informasi artinya hanya 1,1% saja dari jumlah total responden yang ada. Sedangkan 30 responden menyatakan sering menggunakan Koran untuk mencari informasi, cukup sering 108 responden menggunakan Koran. Dari data diatas juga diketahui bahwa ada 67 responden yang sangat tidak sering atau bisa dibilang tidak meng-

gunakan Koran untuk pencarian informasi dan 91 responden jarang menggunakan Koran untuk pencarian informasi. Sedangkan 18,3% atau 67 responden tidak memberikan jawaban. Dari data tersebut terlihat bahwa 42,3% dari 367 responden masih kurang menggunakan Koran untuk pencarian informasi.

d. Penggunaan Majalah dalam mencari informasi

**Tabel 4.**

Peringkat Majalah Dalam Konteks Pencarian Informasi Oleh Responden

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid Tidak Menjawab	78	21.3	21.3	21.3
Paling Sering	5	1.4	1.4	22.6
Sering	9	2.5	2.5	25.1
Cukup Sering	70	19.1	19.1	44.1
Tidak Sering	88	24.0	24.0	68.1
Sangat Tidak Sering	117	31.9	31.9	100.0
Total	367	100.0	100.0	

Sumber : Hasil Pengolahan SPS

Dari tabel diatas menunjukkan hanya 5 dari 367 responden yang paling sering menggunakan Majalah untuk pencarian informasi atau dalam hitungan persentase hanya 1,4% saja dari total keseluruhan responden. Sedangkan 117 responden atau 31,9% menyatakan sangat tidak sering menggunakan Majalah untuk pencarian informasi dan 24% atau 88 responden menyatakan tidak sering menggunakan majalah untuk mencari informasi. Sedangkan

21,3% atau 78 responden tidak memberikan jawaban. Hal ini artinya 55,9% dari keseluruhan responden banyak yang tidak memanfaatkan Majalah untuk mencari informasi.

e. Penggunaan Majalah dalam mencari informasi

**Tabel 5.**  
Peringkat Radio Dalam Konteks Pencarian Informasi Oleh Responden

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Tidak Menjawab	79	21.5	21.5	21.5
	Paling Sering	36	9.8	9.8	31.3
	Sering	24	6.5	6.5	37.9
	Cukup Sering	56	15.3	15.3	53.1
	Tidak Sering	48	13.1	13.1	66.2
	Sangat Tidak Sering	124	33.8	33.8	100.0
	Total	367	100.0	100.0	

Sumber : Hasil Pengolahan SPS

Dari tabel diatas dari 367 jumlah responden hanya 36 responden yang paling sering menggunakan Radio untuk pencarian informasi paling, 24 responden sering menggunakan radio untuk pencarian informasi, sedangkan 124 responden sangat tidak sering menggunakan radio untuk mencari informasi. Jumlah responden yang tidak menjawab ada 79 responden atau 21,5% dari keseluruhan responden. Jadi jika dilihat dari frekuensi dan persentasenya antara responden yang sangat tidak sering dan tidak sering menggunakan radio adalah 46,9% atau 172 responden yang artinya

masih sangat banyak kalangan remaja yang tidak menggunakan radio untuk pencarian informasi.

## PEMBAHASAN

Berdasarkan hasil pengolahan data dari 5 variabel yang ada yaitu internet, televisi, koran, majalah dan radio yang digunakan oleh remaja di Salatiga untuk pencarian informasi antara paling sering dan sering diperoleh gambaran data sebagai berikut :

- Perangkat Internet : 303 responden (82,6%)
- Perangkat Televisi : 267 responden (72,7%)
- Perangkat Radio : 60 responden (16,3%)
- Perangkat Koran : 34 responden (9,3%)
- Perangkat Majalah : 14 responden (3,9%)

Dari data diatas menunjukkan bahwa media yang paling sering digunakan oleh kalangan remaja di Salatiga dalam pencarian informasi adalah media internet, setelah itu baru penggunaan televisi, radio, Koran dan yang majalah paling sedikit digunakan.

a. Internet

Berdasarkan data survei yang dilakukan terhadap remaja di Salatiga tentang penggunaan media untuk pencarian informasi, ternyata media internet yang paling banyak atau paling sering digunakan. Menurut data dari 367 responden ada 303 responden yang sering dan paling sering menggunakan internet sebagai media pencari informasi. Sedangkan hanya 14 orang saja yang tidak sering dan sangat tidak sering menggunakan internet sebagai media pencari informasi.

Pada era informasi seperti saat ini internet sebagai bentuk dari *new media* memegang peranan penting dalam segala aspek kehidupan manusia. Internet menjadi media yang banyak digunakan oleh kalangan remaja ataupun pemuda untuk memenuhi kebutuhan informasi. Berita dan beragam informasi yang diperlukan dapat di temukan di internet. Kemudahan cara untuk mengakses informasi melalui internet menjadikan

semua orang dapat melakukannya dan melalui berbagai teknologi canggih seperti komputer, 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 dicari, akan didapatkan.

Melalui internet seseorang dapat mencari informasi dan berita-berita aktual melalui mesin pencari, seperti *www.google.com*, *www.Altavista.com*, *www.Ask.com*, *www.yahoo.com*, dan banyak lainnya. Internet telah memudahkan manusia untuk menjaring banyak teman dari berbagai kalangan dari seluruh dunia melalui situs-situs pertemanan, seperti *Friendster*, *Facebook*, *Twitter*, *mig33*, *Ebuddy*, *tagged*, *path*, *yahoo messenger*, *hi5*, dan masih banyak lainnya. Melalui situs-situs *social media* seseorang dapat membangun relasi dan berkomunikasi dengan siapapun serta bergabung dengan berba-

gai macam komunitas, misalnya komunitas hobi atau profesi. Melalui internet juga 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 di kunjungi untuk berbelanja. Seorang juga bisa sukses berbisnis melalui situs-situs ini. Jika sulit mencari tempat yang mampu memfasilitasi hobi, maka pengguna internet dapat mengunjungi situs-situs hobi untuk dapat memperoleh apapun yang diperlukan, dari komunitas hobi yang sama, barang-barang koleksi, hingga acara-acara dan jual beli barang-barang koleksi. Selain berita, internet juga menjadi media hiburan dengan mengunjungi situs-situs seperti *youtube*, *okezone*, dan *kapanlagi.com*.

Para remaja di Salatiga lebih banyak menggunakan

internet untuk mencari informasi, karena mereka dengan mudah mengaksesnya dimanapun dan kapanpun, baik disekolah dengan computer, dirumah dengan laptop, atau dijalan dengan *smartphone* yang mereka miliki. Kalangan remaja menggunakan internet untuk mencari informasi tentang ilmu pengetahuan dan teknologi, untuk bersosial media, untuk menonton video lewat *youtube*, mendownload film dan lagu, dan bermain game online.

Manusia menggunakan media untuk memenuhi kebutuhannya. Begitu juga dengan remaja di Salatiga, 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. 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. Diharapkan penggunaan isi media untuk mendapat kepuasan atas pemenuhan kebutuhan seseorang. Melalui *new media* (internet) inilah diharapkan ketika orang menggunakan internet selain terpenuhi kebutuhannya juga mendapatkan kepuasan dari penggunaan internet tersebut.

Berdasarkan data peringkat penggunaan media, ternyata internet paling sering digunakan oleh remaja dalam mencari informasi. Peringkat tersebut juga menandakan bahwa remaja di Salatiga mempunyai ketergantungan yang cukup tinggi terhadap internet dalam mencari informasi apapun. Bagi kalangan remaja menggunakan internet tidak hanya untuk memenuhi kebutuhan informasi saja, tetapi juga menimbulkan kepuasan tersendiri bagi mereka terutama ketika mereka menggunakan media sosial untuk berinteraksi dengan orang lain. Ketika mereka mempunyai

banyak relasi atau banyak pertemanan maka hal itu bisa menimbulkan kepuasan tersendiri bagi mereka (mereka bisa eksis di dunia maya).

Berdasarkan wawancara antara peneliti dengan salah satu responden, Ia menyatakan bahwa internet memberikan informasi yang sangat cepat dan lengkap, jadi internet sangat membantu dalam mengerjakan PR dari guru. Berikut ini kutipan wawancara tersebut :

“Aku lebih suka nyari bahan untuk kerja PR dari internet daripada nyari di buku paket. Internet lebih cepat dan lebih jelas, kalau buku paket harus buka perhalaman dan rebutan sama teman lainnya”  
(wawancara dengan Andrianus, siswa SMA Lab. pada 28 Agustus 2015)

Selain untuk mengerjakan tugas sekolah, para remaja juga memanfaatkan

internet untuk bersosial media, menonton video, mendengarkan musik dan juga bermain game. Jadi internet sangat dibutuhkan dalam bertukar informasi dan berkomunikasi secara cepat tanpa ada batasan wilayah, ruang dan waktu. Dengan internet semua pekerjaan menjadi sangat mudah dan sangat efisien terhadap waktu. Internet juga bisa digunakan untuk memperluas pengetahuan serta memperluas pergaulan seseorang sebagai makhluk sosial.

Penggunaan internet yang tepat akan sangat bermanfaat bagi kemajuan pemikiran dan peradaban bagi bangsa yang selalu menginginkan perubahan kearah positif. Internet sebagai bentuk *new media* merupakan bagian dari teknologi informasi dan komunikasi yang selalu mengalami perkembangan sangat pesat seiring dengan kemajuan teknologi.

Kepentingan penggunaan Internet pada Kalangan Remaja

di Salatiga dapat disimpulkan sebagai berikut:

- Mencari sumber-sumber/ bahan-bahan terkait dengan mata pelajaran atau tugas sekolah
- Mencari informasi kesehatan
- Mencari berita atau informasi peristiwa-peristiwa terkini yang terjadi di dunia, baik di dalam negeri maupun luar negeri
- Mencari informasi pendidikan selanjutnya
- Mencari informasi terkait dengan hobi atau minat, seperti: otomotif, membaca buku, dll.
- Mencari informasi hiburan
- Mengirim atau menerima pesan email
- Mengunjungi situs *social networking*, seperti: *friendster*, *facebook*, *myspace*, dll.
- Mencari gambar, seperti: kartun, *wallpaper*, *screen saver*, artis yang disukai.
- Chatting dengan teman atau orang lain - Mendownload lagu - Mengirim atau menerima pesan *email*
- Bermain game online
- Blogging

- Membeli produk secara online, misalnya buku, musik, mainan atau pakaian
- Membaca komik online

Kemudahan-kemudahan yang didapatkan dari penggunaan internet oleh responden remaja di Salatiga menjadikan internet sebagai media paling banyak digunakan untuk mencari berbagai informasi. Kemudahan tersebut yang kemudian membuat responden menjadi ingin selalu menggunakan internet, sehingga remaja menjadi sangat bergantung dengan internet. Ketergantungan terhadap internet itu juga dikarenakan responden merasakan bahwa kebutuhannya dapat terpenuhi dengan keberadaan internet. Dari pemenuhan kebutuhan tersebut, kemudian mampu membuat responden menjadi selalu ingin menggunakan internet sampai menjadi sangat tergantung oleh internet.

b. Televisi

Berdasarkan hasil survey terhadap remaja di Salatiga, 72,7% responden sering dan paling sering menggunakan televisi untuk mencari informasi. Sedangkan hanya 34 responden yang tidak sering dan paling tidak sering menggunakan televisi sebagai media pencari informasi. Data ini menunjukkan kalangan remaja di kota Salatiga masih banyak yang menggunakan media televisi sebagai media pencari informasi.

Televisi sebagai media massa memiliki fungsi sebagai penyampai informasi. Melalui program-program televisi seperti *news*, *entertainment* bahkan acara komedi mampu memberikan informasi yang diperlukan oleh masyarakat. Selain melalui program acara, televisi juga memberikan informasi tentang produk-produk baik barang maupun produk jasa melalui iklan yang muncul di televisi.

Kelebihan televisi sebagai media massa adalah adanya penggabungan antara audio dan

visual, sehingga penonton bisa melihat gambar bergerak dan bersuara. Jalur komunikasi yang memadukan dua unsur yaitu audio dan visual membuat media ini lebih mudah untuk dinikmati oleh khalayak dibandingkan dengan media yang lain yang hanya memadukan satu jalur komunikasi saja. Misalnya koran yang hanya bisa dinikmati dengan kemampuan mata untuk membacanya, atau radio yang hanya bisa kita nikmati dengan kemampuan mendengarkan saja. Selain itu televisi saat ini menjadi media massa yang sangat dominan penggunaannya dikalangan masyarakat Indonesia. Hal inilah yang menjadikan khalayak masih menggunakan televisi sebagai media untuk mencari informasi. Begitu juga dengan kalangan remaja di kota Salatiga masih mengandalkan televisi sebagai media pencari informasi.

Dari apa yang penulis amati dengan hadirnya media televisi ada beberapa kelebihan

televisi dibanding media lainnya, yaitu :

- Televisi dapat dinikmati dengan mudah, karena kita melihat langsung dari mata kita secara nyata tanpa harus berimajinasi seperti kalau kita membaca Koran atau mendengarkan radio.
- Televisi media yang jangkauan pemirsanya luas, bisa dinikmati oleh semua kalangan.
- Televisi adalah media yang relatif murah dibandingkan media lain, karena Televisi tidak perlu berlangganan untuk mengakses channel nasional yang telah disediakan.
- Televisi jangkauannya luas sampai pelosok desa.
- Selain menyampaikan informasi, televisi juga menghadirkan berbagai hiburan menarik bagi penontonnya.

Menurut penulis inilah yang menjadi alasan mengapa media televisi masih sangat dipilih oleh khalayak untuk mencari informasi, selain itu

media ini juga memberikan peranan yang lebih besar dalam mempengaruhi masyarakat dibandingkan media lainnya. Berdasarkan data statistik diatas pula, menunjukkan bahwa kalangan remaja di Salatiga juga masih bergantung dengan televisi, hal ini ditentukan tidak hanya dari jumlah responden menonton yang tinggi, tapi juga dapat dilihat dari frekuensi menonton yang masih tinggi pula. Bahkan menurut peneliti, kalangan remaja belum bisa meninggalkan media televisi dari media hiburan mereka terutama di beberapa stasiun televisi swasta yang banyak menyajikan acara hiburan yang ditujukan untuk remaja seperti FTV, Sinetron, *reality show* dan acara musik. Jadi pada intinya sampai saat ini remaja di Salatiga masih sangat bergantung pada media televisi.

#### c. Radio

Media radio berbeda dengan media televisi. Media radio hanya mengandalkan suara saja untuk menyampaikan informasi kepada khalayak. Sama halnya dengan Koran atau majalah, orang yang mendengarkan radio juga akan berimajinasi ketika khalayak mendengarkan informasi yang diberikan. Radio yang bersifat audial yang hanya dapat digunakan dengan cara dideengarkan, hal ini bukan berarti radio tidak sanggup menjalankan fungsinya sebagai media penerangan. Radio dianggap sebagai media yang mampu menyiarkan informasi yang dapat memuaskan khalayak pendengarnya meskipun hanya dilengkapi dengan unsur audio saja. Radio dapat menjalankan programnya dalam bentuk siaran berita, wawancara, editorial udara, reportase langsung, *talk show* dan lain-lain. Meskipun radio hanya bersifat audio saja, tapi ternyata remaja di Salatiga masih

bergantung dengan radio dalam proses mencari informasi.

Keuntungan dari Radio adalah dapat menjangkau hampir seluruh masyarakat, setiap waktu, setiap tempat, dan melibatkan siapa saja (bahkan orang buta huruf) serta di mana saja. Pendengar tidak harus tetap berada di depan pesawat radionya, tidak seperti halnya menonton televisi. Ini berarti mendengarkan dapat dilakukan sembari melakukan hal-hal lainnya, berpindah tempat. Hal ini berarti lebih banyak waktu yang dapat digunakan untuk mengerjakan hal-hal lainnya, sambil dapat mendengarkan/menikmati suaranya. Ini juga berarti bahwa makin banyak pendengar yang dapat dijangkau sementara mereka masih tetap dapat bekerja sesuai tanggung jawab pekerjaannya.

Meskipun radio mempunyai banyak kelebihan tetapi minat responden remaja di Salatiga terhadap penggunaan radio untuk pencarian informasi hanya 16,3% dari 367 orang

responden. Hal tersebut menunjukkan bahwa kalangan remaja di Salatiga masih kurang memanfaatkan radio sebagai media untuk pencarian informasi. Kalangan remaja menggunakan radio sebagian besar hanya untuk mendengarkan musik, mengupdate musik terbaru dan berkirim-kirim salam. Ada kepuasan tersendiri bagi remaja seumuran mereka jika nama mereka bisa disebutkan ketika siaran sedang berlangsung dan mereka bisa menunjukkan siapa saja teman sepergaulan mereka. Hal ini berarti radio digunakan oleh kalangan remaja lebih untuk menunjukkan identitas mereka daripada sekedar mencari informasi atau berita.

Walapun jika dilihat dari jumlah responden yang menggunakan radio hanya sedikit tapi dari responden yang mendengarkan radio tersebut menunjukkan bahwa remaja tersebut masih bergantung dengan radio untuk mendapatkan informasi.

d. Koran/ Surat Kabar

Media massa adalah alat yang digunakan dalam penciptaan pesan dari sumber kepada khalayak dengan menggunakan alat komunikasi mekanis seperti surat kabar (Canggara, 2003:53). Dapat kita lihat bagaimana fungsi dan peran surat kabar sebagai media komunikasi untuk khalayak pembaca dimana dapat dikatakan sebagai jendela pengetahuan untuk meluaskan pandangan kita dan memungkinkan kita dapat informasi yang terjadi disekitar kita, juru baca dan menjelaskan makna terhadap peristiwa atau hal yang terpisah dan kurang jelas, pembawa atau pengantar informasi serta sebagai pengontrol sosial.

Dari hasil survey yang dilakukan ternyata hanya 34 responden atau 9,3% dari 367 responden remaja di Salatiga yang sering dan sangat sering menggunakan koran sebagai media pencari informasi. Dari jumlah presentase tersebut

dapat dikatakan bahwa minat remaja dalam membaca Koran untuk mencari informasi masih sangat kurang. Sedangkan 108 responden cukup sering menggunakan Koran untuk pencarian informasi, berarti mereka terkadang masih menggunakan Koran sebagai media pencari informasi. Hal ini bisa disebabkan karena Koran termasuk dalam bentuk media cetak yang hanya berisi tulisan dan gambar mati.

Berbeda dengan media televisi yang menampilkan audio visual sehingga menarik perhatian khalayak untuk menonton, pada surat kabar atau Koran hanya menampilkan tulisan dan gambar saja dan sebagian besar berwarna hitam putih. Ketika orang membaca Koran, maka perlu berimajinasi untuk bisa memahami isi tulisan dalam Koran. Koran hanya memuat gambar mati yang berupa photo atau karikatur, yang terkadang kurang menarik perhatian khalayak untuk membacanya.

Dari segi waktunya Koran juga kurang aktual, karena kejadian hari ini baru akan dibaca esok hari. Berbeda dengan media internet ada juga Koran elektronik yang selalu mengupdate berita dengan sangat cepat. Kelemahan lainnya, untuk mendapatkan Koran, orang harus membeli dan dari ukurannya yang lebar menjadikan kurang nyaman untuk membacanya. Hal inilah yang menjadi alasan asumsi penulis mengenai kurang minatnya kalangan remaja untuk mencari informasi melalui media Koran. Kalangan remaja biasanya lebih tertarik membaca tulisan dengan gambar berwarna-warni dan bentuknya menarik. Kalangan remaja yang masih duduk di sekolah menengah ini baru akan mencari informasi melalui media Koran ketika mereka hendak membuat kliping. Kelebihan dari Koran inilah yaitu beritanya dapat dibaca berulang kali sehingga orang masih menyimpannya dan sewaktu orang tersebut membutuh-

kannya, Koran itu masih bisa digunakan kembali. Beberapa kelebihan tersebutlah yang membuat remaja di Salatiga ada kalanya bergantung pada koran, meskipun tingkat ketergantungannya tidak sebesar ketergantungan oleh internet dalam mencari informasi.

#### e. Majalah

Dari kelima media yang ada, Majalah paling sedikit jumlah responden yang memanfaatkannya untuk pencarian informasi. Dari 367 responden hanya 14 responden yang sangat sering dan sering menggunakan majalah untuk pencarian informasi. Hampir sama dengan Koran, majalah merupakan media cetak yang menyajikan informasi melalui tulisan dan gambar mati, kelebihanannya terkadang majalah lebih banyak bermain warna untuk tulisan dan gambar serta layout yang lebih kreatif dan menarik. Dari sisi harga memang majalah biasanya jauh lebih mahal daripada Koran.

Dari segi segmentasi, majalah biasanya mempunyai segmen tertentu, sedangkan Koran segmentasinya lebih umum. Peringkat terakhir inilah yang menandakan bahwa remaja sekarang tidak begitu tergantung dengan majalah dalam mencari informasi. Jika dahulu ketika orang ingin tahu horoskop atau cerpen terbaru atau berita tentang artis favoritnya, majalah adalah tempat yang tepat untuk mencari informasi tersebut. Namun sejak munculnya internet, remaja lebih sering menggunakan internet dalam mencari informasi. Apalagi sekarang ini harga majalah relatif lebih mahal sehingga remaja salatiga tidak banyak yang membeli majalah.

Berdasarkan penyajian data yang ada, dapat diperoleh penjelasan bagaimana perilaku remaja di Salatiga dalam konsumsi media. Jadi, remaja di Salatiga dalam mencari informasi masih memilih internet sebagai medianya setelah itu pilihan ke dua adalah televisi. Hal

ini menandakan bahwa ketergantungan remaja terhadap media internet sangat tinggi, remaja sangat tergantung dengan keberadaan internet. Bahkan dapat dikatakan bahwa internet telah menjadi kebutuhan primer bagi remaja di Salatiga. Selain internet, remaja di Salatiga juga sangat tergantung oleh keberadaan televisi. Internet dan televisi menjadi media yang sangat penting dalam proses pencarian informasi oleh remaja di kota Salatiga. Sedangkan radio, koran dan majalah mulai ditinggalkan oleh remaja dalam proses pencarian informasi. Untuk radio, sebagian dari responden remaja masih sering mendengarkan radio. Sedangkan koran dan majalah secara fisik sudah dapat digantikan oleh keberadaan internet karena di internet juga ada portal berita dan e-majalah. Oleh sebab itu tingkat ketergantungan terhadap koran dan majalahpun sangat kecil.

## **KESIMPULAN**

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan diatas, maka penulis dapat mengambil kesimpulan bahwa kalangan remaja di kota Salatiga lebih sering menggunakan media internet dalam melakukan pencarian informasi baik berkaitan dengan ilmu pengetahuan dan teknologi maupun untuk bersosialisasi dengan sesamanya. Sedangkan media yang jarang digunakan untuk mencari informasi adalah media Koran. Hal ini menandakan bahwa tingkat ketergantungan remaja di Salatiga terhadap internet dalam mencari informasi sangat tinggi dibandingkan media lainnya.

Dengan tingkat ketergantungan penggunaan internet yang tinggi, maka perlu adanya literasi internet yaitu internet sehat untuk pelajar. Hal ini menjadi sangat penting supaya para remaja ketika menggunakan internet dapat menggunakannya sesuai kebutuhan mereka sebagai pelajar yaitu untuk mencari informasi yang menambah wawasan dan pengetahuan.

## DAFTAR PUSTAKA

- Ardianto, dan Erdinaya. 2005. *Komunikasi Massa: Suatu Pengantar, cetakan Kedua*. Simbiosis Rekatama Media. Bandung.
- Ardianto, Elvinaro dan Lukiati Komala. 2007. *Komunikasi Massa revisi*. Bandung: Simbiosis Rekatama media.
- Defleur, M.I, dan Sandra Ball-Rokeach. 1975. *Theories of Mass Communication, 3<sup>th</sup>ed*. New York : David McKay.
- Handoko, T. H. 2000. *Dasar-dasar Manajemen Produksi dan Operasi*. Edisi I. BPFE. Yogyakarta.
- Lull, James. 1998. *Media Komunikasi Kebudayaan*. Yayasan Obor Indonesia. Jakarta.
- McQuail, Denis. 1991. *Teori Komunikasi Massa*. Erlangga. Jakarta.
- Morissan. 2010. *Psikologi Komunikasi*. Ghalia Indonesia. Bogor.
- Surip, Muhammad. 2011. *Teori Komunikasi : Perspektif Teoritis Teori Komunikasi*. Medan : UNIMED
- Tubbs, Stewart L dan Sylvia Moss. 2000. *Human Communications: Prinsip-prinsip Dasar*. Bandung: Remaja Rosdakarya.