

**PENGGUNAAN INTERNET
DAN KATEGORI SOSIAL PENGGUNANYA**

INTERNET USAGE AND USER'S SOCIAL CATEGORY

Rukman Pala

Peneliti BBPPKI Makassar Balitbang SDM Kementerian Kominfo
Jln. Racing Center 2 no 25 Makasar; email : rukmanpala@yahoo.co.id
(Naskah diterima melalui email Januari 2013, diperiksa mitra bestari 24 Januari 2014, direvisi Pebruari
2014, disetujui terbit Mei 2014)

ABSTRACT

Based on internet media usage in relationship with society difference, this research focused on two things, first, internet usage pattern of society and internet usage description according to individual difference (social category). By surveying 373 respondents member of PNPM or national program for community empowerment in Makassar, this study showed that community was varied on the basis of their social category e.g. sex; age in MDGs category; education, job, faith and income. Their pattern in internet use tended to show the relationship with their social category. Statistic test regarding relationship among variables showed a significant results, e.g. relationship between internet usage activities with job; internet usage activities with income and internet usage activities with job.

Key words : internet usage ; social category.

ABSTRAK

Berlatarbelakangkan fenomena penggunaan media internet dalam kaitan faktor perbedaan individual anggota masyarakat, penelitian ini memfokuskan permasalahannya pada dua hal, pertama menyangkut pola penggunaan internet anggota masyarakat dan kedua terkait gambaran pengguna internet dilihat dari segi perbedaan individu (kategori sosial). Dengan men-survey 373 responden anggota komunitas PNPM di Kota Makassar, penelitian ini memperlihatkan anggota komunitas itu bervariasi dari segi kategori sosial seperti sex; usia dalam kategori MDGs; pendidikan; pekerjaan; agama dan pendapatan. Pola mereka dalam menggunakan internet, maka ini pun cenderung menunjukkan adanya kaitan dengan persoalan perbedaan kategori sosial yang mereka sandang. Dari hasil uji statistik menyangkut keterkaitan antara sejumlah variabel, hasilnya memang menunjukkan hasil yang signifikan. Keterkaitan itu misalnya antara Aktifitas Menggunakan Internet dengan Pekerjaan; Aktifitas Menggunakan Internet dengan Pendapatan dan antara Aktifitas Menggunakan Internet dengan jenis Pekerjaan.

Kata-kata kunci : Penggunaan internet; kategori sosial.

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang dan Permasalahan

Perkembangan IPTEK yang hingga kini terus berlanjut, pada hakekatnya di satu sisi memberikan keuntungan lebih bagi masyarakat luas. Keuntungan lebih itu dalam hal ini terutama terkait dengan bidang komunikasi. Dalam bidang ini, pada praktiknya kini anggota masyarakat dapat berkomunikasi dengan sesama melalui banyak saluran dengan mudah. Dari yang bersifat konvensional hingga inkonvensional.

Sejalan dengan perkembangan tadi, saluran inkonvensional yang kini sudah relatif populer yaitu internet. Saluran berkomunikasi melalui medium ini sendiri, jenisnya bervariasi. Mulai dari *email*, *chatting* hingga melalui saluran yang dibuat sendiri oleh pengguna seperti melalui *blog* atau *websites*.

Selain itu, ketersediaan internet itupun saat ini sudah semakin melebar melalui banyak perangkat-perangkat teknologi. Jika pada awal kemunculannya internet relatif terbatas penyediaannya, yakni hanya melalui computer PC, maka kini dapat disediakan pada perangkat-perangkat teknologi lain seperti HP, laptop, atau ipad.

Gambaran fenomena internet atau media baru tadi, kiranya itu tentu jadi memudahkan anggota masyarakat dalam melakukan tindak komunikasi. Namun demikian, dalam kenyataan perkembangan meyangkut media baru tadi tidak dengan sendirinya membuat anggota masyarakat secara serta merta mampu menggunakannya. Menurut para ahli itu diantaranya karena berkaitan dengan faktor *ICT literacy* dan termasuk menyangkut faktor perbedaan individual masyarakat (*individual differences*).

Menyangkut faktor *ICT literacy*, dalam beberapa hasil penelitian, gejalanya menunjukkan memang masih relatif rendahnya kadar *ICT literacy* masyarakat itu. (Imran, dalam Hermawan, 2012) Karena itu, ini menjadi penghambat bagi anggota masyarakat dalam mengakses internet. Sementara berkaitan dengan masalah perbedaan individual masyarakat, ini memang sudah diasumsikan oleh De fleur (1970) (Dalam Baran, 2013 : 153). Individu masyarakat diasumsikan bahwa dalam mengkonsumsi media akan disesuaikan dengan karakteristik dan kebutuhan personal individu bersangkutan. Karena itu, setiap individu akan mempunyai perhatian, minat, dan keinginan berbeda terhadap media karena dipengaruhi oleh faktor-faktor psikologis individual dan pada gilirannya mempengaruhi dalam mengkonsumsi media massa. Dalam kaitan ini, fakta empirik tampaknya memang menunjukkan relevansinya dengan asumsi *individual differences theory* tadi. Ini misalnya seperti disimpulkan Imran (2013) bahwa pola aktivitas penggunaan media oleh masyarakat itu, secara empirik memang sudah mengalami perubahan sejak munculnya media baru. Demikian juga Hartono (2011), menemukan bahwa responden menyiapkan banyak alternatif sebagai modus untuk beraktifitas komunikasi melalui situs jejaring sosial namun tanpa menjadikan salah satu moduspun yang mendominasi mereka untuk beraktifitas. Baik temuan Imran maupun Hartono barusan, perubahan pola aktivitas dan ragam modus beraktifitas itu keterjadiannya berkaitan dengan faktor karakteristik individu.

Berdasarkan fenomena penggunaan media internet dalam kaitan faktor perbedaan individual anggota masyarakat sebelumnya, penelitian ini bermaksud akan menelaah lebih jauh menyangkut persoalan tersebut. Tujuannya yakni untuk mengetahui gambaran menyangkut fenomena penggunaan internet dalam kaitan karakteristik masyarakat serta saling keterkaitan di antara keduanya. Masalah penelitian ini dirumuskan menjadi : 1) Bagaimana pola penggunaan internet anggota masyarakat ? 2) Bagaimanakah gambaran pengguna internet dilihat dari segi perbedaan individu (kategori sosial) anggota masyarakat ?

PEMBAHASAN

Konsep-konsep Teoritik

Pola Penggunaan

Pola Penggunaan mengandung arti suatu cara atau kebiasaan dalam menggunakan sesuatu, yang dalam hal ini menyangkut media produk TIK berupa internet. Konsep penggunaan sendiri, dalam terminologi ilmu komunikasi merupakan salah satu konsep teoritik dalam model teori *Uses and Gratification*.

Sebagai salah satu konsep teoritik, maka dengan konsep penggunaan dalam pendekatan *Uses and Gratification*, seperti banyak dikatakan akademisi¹, itu menandakan adanya aktifitas pada khalayak pengguna media. Terkait dengan ini, Choi *et al* mengatakan bahwa pendekatan khalayak aktif sangat konsisten dengan karakteristik khalayak internet, yang memiliki beragam pilihan isi atau konten dan ruang yang luas dalam pola penggunaan²

Sementara, aktifitas khalayak itu sendiri mengandung arti bahwa anggota khalayak itu mengarahkan dirinya sendiri pada proses komunikasi (Levy dan Windahl dalam Gayatri, 1997: 3). Aktifitas khalayak tersebut, selanjutnya dikatakan Levy dan Windahl (1985) dibagi ke dalam dua dimensi. Pertama, dimensi orientasi khalayak, terdiri dari tiga level, yakni selektifitas, keterlibatan dan pemanfaatan. Sedang dimensi kedua urutan komunikasi, membedakan aktifitas berdasarkan saat terjadinya : sebelum, selama, dan sesudah terpaan media (Levy dan Windahl

¹ Hal dimaksud diantaranya dikatakan Tan (1981 : 297), bahwa *the mass media uses and gratifications* itu penekanannya terletak pada aktifitas khalayak dalam menggunakan media dalam rangka memenuhi kebutuhan mereka.

² Choi *et al*, *Motives of Internet uses : Crosscultural Perspective- The US, The Netherlands, and South Korea*.

dalam Gayatri, 1997: 4).Jadi, dalam mengamati aktifitas khalayak dalam hubungannya dengan media, secara garis besar dapat dilakukan melalui dua cara, pertama menurut dimensi orientasi dan kedua menurut dimensi urutan komunikasi.

Jika pengertian konsep penggunaan sebelumnya dihubungkan dengan persoalan penelitian ini, yang mempermasalahkan “Bagaimana Pola Penggunaan TIK di lingkungan Masyarakat Pedesaan?”, maka terkait konsep aktifitasnya Levy dan Windahl, fenomenanya dapat ditelusuri melalui dua dimensi, yaitu dimensi orientasi khalayak dan dimensi urutan komunikasi.

Sementara itu, Katz, Gurevitch dan Hass dalam mendefinisikan penggunaan media dalam kaitannya dengan aktifitas khalayak mencakup: (1) isi media : berita, opera sabun, drama tv, dll. (2) jenis media : misalnya cetak atau elektronik (3) terpaan media dan situasinya : di rumah atau di luar rumah, sendiri atau dengan orang lain (Tan, 1981 : 301).

Dengan demikian diketahui bahwa menelaah fenomena aktifitas penggunaan media dapat dilakukan terhadap tiga bagian besar, yakni melalui unsur isi media, jenis media dan terpaan media dan situasinya. Jadi aktifitas khalayak itu dimaksudkan lebih difokuskan terhadap ketiga hal dimaksud. Jika ini dikaitkan dengan konsep aktifitas Levy dan Windahl dalam konteks dimensi pertama (orientasi khalayak), maka ini berarti berupaya melihat fenomena khalayak dalam mengarahkan aktifitasnya pada penggunaan media. Pengarahan aktifitas penggunaan media dimaksud menyangkut fase-fase : **A. Selektivitas**, menyangkut :1) Isi media (internet) yang diseleksi ; 2) Jenis media (jenis *channel* dalam internet) yang dipilih ; dan 3) Terpaan Media (kekerapannya dalam menggunakan/mengakses) ; **B.Keterlibatan**, menyangkut : Ruang dan waktu yang disediakan individu untuk mengkonsumsi isi media; **C. Pemanfaatan**, menyangkut : arah pemanfaatansi/konten yang diakses : -untuk bahan dokumentasi; bahan diskusi; bahan dasar pertanyaan; bahan referensi ; bahan diskusi; bahan untuk membuat email dan sejenisnya yang berkaitan dengan aktifitas ekonomi.

Perbedaan Individu dan Kategori Sosial

Konsep *Individual differences* terkait media dikemukakan pertama kali oleh De Fleur (1970) melalui *Individual Differences Theory*-nya. Sebagaimana dikutip Baran (2013 : 153), menurut De Fleur “*Individual differences theory argues that because people vary greatly in their psychological makeup and because they have different perceptions of things, media influences from person to person. More specifically, “media message certain particular stimulus attributes that have differential interaction with personality characteristics of members of audience”*. Jadi, teori ini mengasumsikan bahwa pesan-pesan yang disampaikan media massa (termasuk tentunya jenis-jenis media-atau berbagai saluran yang ada) ditangkap individu sesuai dengan karakteristik dan kebutuhan personal individu. Efek komunikasi pada individu akan beragam walaupun individu menerima pesan yang sama. Terdapat faktor psikologis dalam menerima pesan yang disampaikan media massa. Masing-masing individu mempunyai perhatian, minat, keinginan yang berbeda yang dipengaruhi faktor-faktor psikologis yang ada pada diri individu tersebut sehingga mempengaruhi dalam menerima pesan yang disampaikan media massa. Dengan demikian efek dari media itu terbatas sifatnya. Jadi, seperti dikatakan Mary Jackson Pitts (2013) teori ini termasuk dalam domain teori komunikasi massa pada kategori *Theory of Selective Influences* yang berbasiskan pada *Individual Differences*. Teori lain yang termasuk dalam kategori *Theory of Selective Influences* ini yaitu **social categories theory**. Teori ini menganggap bahwa “*Media messages are received and interpreted selectively. Selectivity is influenced by the location of the individual in the differentiated social structure.” The social structure is composed of numerous categories of people, defined by such factors as sex, age, income, education and occupation.*

Batasan Konsep dan Operasionalisasi Konsep

Pola Penggunaan media dimaksudkan sebagai **suatu cara atau kebiasaan** dalam menggunakan internet dengan mana fenomenanya akan dipelajari dengan cara mengacu pada konsep aktifitas Levy dan Windahl dalam konteks **dimensi pertama** (orientasi khalayak) dan terbatas pada konteks selektifitas.

Perbedaan individu adalah keragaman individu dalam konteks kategori-kategori sosial seperti sex; usia dalam kategori MDGs; pendidikan; pekerjaan; agama dan pendapatan.

Karakteristik Pengguna adalah ciri-ciri khusus yang melekat pada diri individu yang pada gilirannya membedakan atau menyamakannya dengan individu-individu lainnya

Operasionalisasi Konsep

Definisi Operasional

Variabel Mayor	Variabel Minor	Indikator	Skala
Pola Penggunaan	Selektivitas-internet, menyangkut : 1) Isi media (internet) yang diseleksi	1) Jenis isi yang terseleksi	-Nominal
	2) Jenis media (jenis <i>channel</i> dalam internet) yang dipilih	2) Jenis <i>channel</i> yang terseleksi dalam pemilihan	-Nominal
	3) Terpaan Media (kekerapannya dalam menggunakan-/mengakses) dalam kaitan aktifitas ekonomi	3) frekuensi dan durasi akses dalam periode tertentu	-Ordinal
Karakteristik	kategori-kategori sosial : sex; usia dalam kategori MDGs; pendidikan; pekerjaan; agama dan pendapatan	Identitas terkait ragam: sex; usia dalam kategori MDGs; pendidikan; pekerjaan; agama dan pendapatan	Nominal

Metode Penelitian

Penelitian ini berbasis pada paradigma positivistik. Dengan begitu pendekatan yang digunakan dalam penelitian ini yaitu pendekatan kuantitatif. Pengumpulan data dilakukan dengan metode survei. Survei dilakukan terhadap 373 anggota masyarakat yang terpilih sebagai responden melalui cara stratifikasi proporsional yang mengacu pada ukuran sampel tabel Krecjie (Sugiyono, 2005). Populasinya tersebar di Pemerintahan Kota Makasar dan khususnya di wilayah Kecamatan Biringkanayya, Tamalate, Panakukang, dan Rappocini. Anggota masyarakat dimaksud yaitu anggota masyarakat yang ikut menjadi anggota kelompok BPMPD/Bapermas (Pengelola PNPM) yang dilayani Kementerian Kesra melalui program PNPM. Menurut catatan, masyarakat pada wilayah-wilayah tadi memang relatif banyak yang masih hidup pada taraf miskin. Misalnya di Panakukan, ada 4972 kk ; Rappocini (4139 kk); Biringkanayya, (4211 kk) dan Tamalate (7449 kk) (Sindo, Edisi Desember 2013).

Pengumpulan data dilakukan dengan menggunakan kuesioner yang reliabelitasnya sudah diuji sebelumnya melalui pre test. Tingkat penerimaan reliabelitas mengacu pada nilai *Cronbach alfa*, yakni minimal sebesar 0,80. Terhadap data yang terkumpul melalui penggunaan kuesioner, juga dilakukan uji normalitas data. Uji normalitas data dilakukan terhadap variabel yang memiliki jawaban multidimensional. Data diolah dengan menggunakan komputer melalui program SPSS.

Hasil Penelitian

Perbedaan Individu Anggota Masyarakat

Menyangkut sex (jenis kelamin) temuan menunjukkan bahwa dalam kategori ini responden terbedakan menjadi dua, yaitu laki-laki dan perempuan. Mereka ini lebih dominan dari golongan perempuan dari pada golongan laki-laki. Golongan perempuannya sebanyak 62.7% dan laki-lakinya 37.3%. Agama yang dipeluk mereka ada tiga jenis yaitu Islam, kristen protestan dan budha dan yang terbanyak adalah responden pemeluk agama Islam (98.4%). Sementara Kristen dan Budha-nya masing-masing sebesar 1,3 % dan 0,3 %.

Berdasarkan usia dalam kategori MDGs, mereka diketahui dominan (60.9%) dari golongan Xers (lahir 1965 - 1982). Golongan kedua yang porsinya cukup banyak (19.3%) yaitu golongan Baby Boomers (lahir 1946 – 1964). Disusul oleh golongan Millennial (lahir > 1982)

yang jumlahnya hampir sama dengan Baby Boomers, yakni dengan proporsi sebesar 18.0%. Sementara golongan Veteran (lahir <1946 jumlahnya paling sedikit yakni hampir 2 %. Jadi, melihat distribusi tersebut dapat dikatakan bahwa responden penelitian ini dari segi usia menurut kategori MDGs sebenarnya kebanyakan bukan merupakan generasi yang diasumsikan akrab dengan dunia ICT, namun lebih dominan berasal dari golongan yang kurang atau tidak akrab dengan dunia ICT. (Lihat tabel 1).

Kemudian menyangkut pendidikan terakhir yang ditamatkan responden, temuan memperlihatkan bahwa responden terbedakan berdasarkan lima tingkat pendidikan, SD, SLTP, SLTA, diploma dan Sarjana. Dari lima jenis tingkatan pendidikan ini, maka responden cenderung lebih banyak yang menamatkannya pada level SLTA (46.4%). Responden yang tamat SLTP kemudian mengikuti porsi responden SLTA dengan jumlah sebanyak 25.7%. Sementara responden berpendidikan SD, diploma dan sarjana porsinya antara 4.6% - 12.9%. (lihat tabel 2). Jadi gejala ini mirip dengan temuan-temuan penelitian lainnya yang mana umumnya memang selalu memunculkan dominasi responden yang berpendidikan SLTA. Gejala ini terjadi mungkin berkaitan dengan sarana dan biaya. Dari segi sarana, hampir semua daerah di Indonesia memang cenderung sudah memiliki sekolah setingkat SLTA, baik negeri maupun swasta. Sementara dari segi biaya, maka biaya untuk menamatkan pendidikan pada level ini memang sudah relatif terjangkau oleh anggota masyarakat. Apalagi di sejumlah daerah di Indonesia biaya pendidikan pada tingkat ini sudah ada yang gratis, misalnya seperti yang dilakukan oleh Pemda Kabupaten Kutai Kertanegara Provinsi Kalimantan Tengah. Termasuk pula di sini seperti yang dilakukan oleh Pemda Provinsi DKI Jakarta, atau pemerintahan provinsi Sulawesi Selatan sendiri.

Berdasarkan usia dalam kategori MDGs, mereka diketahui dominan (60.9%) dari golongan Xers (lahir 1965 - 1982). Golongan kedua yang porsinya cukup banyak (19.3%) yaitu golongan Baby Boomers (lahir 1946 - 1964). Disusul oleh golongan Millennial (lahir > 1982) yang jumlahnya hampir sama dengan Baby Boomers, yakni dengan proporsi sebesar 18.0%. Sementara golongan Veteran (lahir <1946 jumlahnya paling sedikit yakni hampir 2 %. Jadi, melihat distribusi tersebut dapat dikatakan bahwa responden penelitian ini dari segi usia menurut kategori MDGs sebenarnya kebanyakan bukan merupakan generasi yang diasumsikan kurang akrab dengan dunia ICT, namun lebih dominan berasal dari golongan yang kurang atau tidak akrab dengan dunia ICT. (Lihat tabel 1).

Selanjutnya terkait jenis pekerjaan, temuan penelitian memperlihatkan ada 13 jenis pekerjaan yang disandang oleh para responden penelitian ini. Dari jumlah ini maka terbanyak adalah responden yang berkerja sebagai Pedagang (30.3%). Lalu cukup banyak juga yang kerjanya hanya sebagai Ibu rumah tangga (23.6%). Sementara responden yang bekerja pada jenis-jenis pekerjaan lainnya seperti sebagai PNS dan Pegawai Swasta, porsinya antara 1.9% hingga 10.2%. (lihat tabel 3).

Pendapatan mereka merentang dari < rp 1 juta hingga > rp 3 juta per bulan. Namun di antara mereka itu cenderung berpenghasilan antara < 1 juta hingga > 1,5 juta - 2 juta. Mereka yang berpenghasilan sejumlah tersebut porsinya antara 21,7 % hingga 25,7 %. Sementara yang berpenghasilan lebih dari itu, misalnya > 2,5 juta - 3 juta, jumlahnya sebanyak 11.8%. Sedang yang berpenghasilan > 2 juta - 2,5 juta dan > 3 juta jumlahnya masing-masing sebanyak 7.8% dan 7.5%. (lihat tabel 4) Berdasarkan GNP Indonesia per tahun 2012 yang sebesar 650 000 US \$, maka dengan asumsi per US \$ -nya sebesar RP 10.000,-, maka kebanyakan pendapatan responden penelitian ini relatif sangat kecil karena per bulannya mereka hanya berpendapatan sebesar Rp. 541.670,-.

Pola Penggunaan

Temuan penelitian menunjukkan bahwa responden sebagian besarnya (62.2%=232) mengaku tidak pernah menggunakan internet. Kebanyakan yang tidak mengakses tersebut adalah responden kalangan tamatan SD hingga SLTA dengan proporsi antara 46 - 96 responden. Jadi hanya sebagian kecil saja (37.8% = 141) di antara mereka itu yang mengaku pernah menggunakan internet. Dari mereka yang mengaku pernah menggunakan internet

tersebut, maka dari segi pendidikan yang melakukannya kebanyakan responden berpendidikan SLTA (jumlahnya antara 2 hingga 36 responden) dan dalam dua minggu terakhir mereka melakukannya kebanyakan antara 1 kali hingga 6 kali dengan proporsi responden sebanyak antara 19 hingga 51 responden. (lihat tabel 16)

Diketahui juga bahwa informasi yang pertama kali dilihat saat mengakses internet itu bidangnya beragam. Ada 12 ragam bidang informasi pertama yang diakses responden. Ragam bidang dimaksud yaitu mulai dari bidang politik hingga bidang teknologi. Namun bidang informasi pertama yang paling banyak diakses adalah ekonomi (12.9%). Bidang-bidang informasi lainnya dapat dikatakan relatif kecil pengaksesnya karena proporsinya hanya berkisar 1.3% - 7.2%. Jauh di bawah jumlah pengakses bidang informasi ekonomi. (lihat tabel 6).

Setelah mengakses bidang informasi pertama sebagaimana dimaksud, biasanya responden melanjutkannya dengan pencarian-pencarian informasi pada bidang-bidang lainnya. Atau ada yang tetap melanjutkannya pada bidang-bidang yang sama. Namun berdasarkan temuan penelitian, kebiasaan mereka itu kebanyakan menunjukkan tetap dilanjutkan pada pencarian bidang-bidang yang sama, yaitu bidang ekonomi. Ada 23.6% (88) responden yang melakukan kebiasaan ini. Cukup banyak juga yang melanjutkannya pada pencarian bidang hiburan. Mereka yang melakukan aktifitas ini jumlahnya sebanyak 19.0% (71). Lalu, tidak sedikit (12.3% = 46) pula yang kebiasaannya dilakukan dengan mencari informasi-informasi kesehatan dan informasi menyangkut pekerjaan (8.8% = 33). (lihat tabel 6).

Terkait dengan bidang informasi pertama yang biasa diakses responden saat menggunakan internet sebelumnya, yakni menyangkut bidang informasi ekonomi, maka yang sering mereka akses itu biasanya menyangkut suatu produk barang yang paling banyak (93 % = 82) dan tidak sedikit juga yang biasa mengakses informasi mengenai suatu jasa (14,7%). Kebiasaan mengakses informasi-informasi lainnya, meskipun masih ditemukan namun jumlahnya relatif sedikit. Artinya, sangat sedikit responden yang melakukan kebiasaan itu, proporsinya antara 2 % - 7 %. (lihat tabel 8).

Terkait dengan bidang informasi pertama yang biasa diakses responden saat menggunakan internet sebelumnya, yakni menyangkut bidang informasi ekonomi, maka yang sering mereka akses itu biasanya menyangkut suatu produk barang yang paling banyak (93 %) dan tidak sedikit juga yang biasa mengakses informasi mengenai suatu jasa (14,7%). Kebiasaan mengakses informasi-informasi lainnya, meskipun masih ditemukan namun jumlahnya relatif sedikit. Artinya, sangat sedikit responden yang melakukan kebiasaan itu, proporsinya antara 2 % - 7 %. (lihat tabel 7).

Selanjutnya, mengenai perangkat yang biasa digunakan responden saat mengakses internet, tampak (lihat tabel 9) ada tiga perangkat yang biasa mereka gunakan itu. Ketiganya yaitu Telepon seluler (HP); Laptop; dan Personal Computer (PC). Proporsi terbanyak yaitu telepon seluler (36,88 %). Namun cukup banyak juga yang mengakses internet melalui Smartphone (Iphone/Blackberry/Android) (11,35 %). Paling sedikit yaitu melalui penggunaan Tablet (Ipad, Galaxy Tab dan sejenisnya), yakni hanya digunakan oleh 2,13 %.

Lalu, dari berbagai saluran komunikasi dalam internet itu, maka saluran (Channel) yang biasa digunakan saat mengakses internet itu adalah melalui Chat room menggunakan Facebook yang paling banyak. Para pengguna saluran ini porsinya mencapai 56,03 %. Saluran lain yang juga cukup banyak yaitu melalui penggunaan email (14,18 %). Termasuk pula melalui Chat room menggunakan Yahoo Messenger atau melalui BBM dan melalui web sites tertentu yang porsi pengaksesnya tampak berimbang, yakni masing-masing sebesar 9,22 %. Sementara melalui saluran lainnya proporsi pengaksesnya di bawah 2 %. (Lihat tabel 9).

Lalu, dari berbagai saluran komunikasi dalam internet itu, maka saluran (Channel) yang biasa digunakan saat mengakses internet itu adalah melalui *Chat room* dalam *Facebook* yang paling banyak. Para pengguna saluran ini porsinya mencapai 56,03 %. Saluran lain yang juga cukup banyak yaitu melalui penggunaan *email* (14,18 %). Termasuk pula melalui *Chat room* menggunakan *Yahoo Messenger* atau melalui *BBM* dan melalui *web sites* tertentu yang porsi pengaksesnya tampak berimbang, yakni masing-masing sebesar 9,22 %. Sementara melalui saluran lainnya proporsi pengaksesnya di bawah 2 %. (Lihat tabel 9).

Mereka melakukan aktifitas penggunaan internet itu dalam dua minggu terakhir saat penelitian ini dilaksanakan, yakni antara 1 hingga di atas 14 kali. Namun diantara mereka itu terbanyak melakukannya antara 1-2 kali, yakni dilakukan oleh 36,17 % responden. Kemudian yang melakukannya antara 3-4 kali sebanyak 28,37 %. Cukup banyak pula yang melakukannya antara 5-6 kali, di mana ini dilakukan oleh sebanyak 13,48 % responden. Sementara yang melakukannya antara 7 hingga di atas 14 kali persinya antara 2 hingga 5,67 %, Bahkan dijumpai juga ada yang tidak mengakses internet sama sekali dalam dua minggu terakhir ini, walaupun porsi responden demikian persinya relatif kecil (4,96 %). (Lihat tabel 10).

Kategori Sosial dan Pola Penggunaan

Pada bagian ini akan dipaparkan tentang gambaran penggunaan internet yang dilihat dari segi perbedaan individu (kategori sosial) anggota masyarakat. Kategori yang digunakan dibatasi pada tingkat pendapatan per bulan; usia (kategori MDGs); pekerjaan; dan pendidikan.

Dari segi pernah tidaknya responden dalam menggunakan internet, maka diketahui bahwa mereka yang pernah menggunakan itu lebih banyak yang berpendapatan antara > 1,5 juta - 2 juta (9,9%). Cukup banyak juga dilakukan responden yang berpendapatan 1 juta - 1,5 juta ((7,5%). Sementara dari mereka yang tidak pernah menggunakan itu kebanyakan adalah mereka yang berpendapatan antara 1 juta - 1,5 juta (25,5%) dan antara > 1,5 juta - 2 juta (25,7%) dan cukup banyak juga terjadi pada kalangan responden berpendapatan < 1 juta (21,7). (lihat tabel 12).

Kemudian masih dalam soal responden menyangkut penggunaan internet, maka dalam kaitan usia MDGS, maka terkait pada mereka yang tidak pernah menggunakan itu, mereka banyak berasal dari kalangan Xers (lahir 1965 - 1982) (161=43.2%) dan kalangan Baby Boomers (lahir 1946 – 1964 (58=15.5%). Lalu, dari kalangan pengguna internet itu (banyak dari kalangan Xers (lahir 1965 – 1982(17.7%) dan Millennial (lahir > 1982 (15.5%)) (lihat tabel 13), maka Channel Yang Biasa digunakan mereka saat mengakses internet itu bervariasi, mulai dari biasa yang menggunakan E-mail hingga melalui Website tertentu. Namun di antara mereka itu terbanyak melakukannya melalui saluran Chat room menggunakan Facebook (79 =21.2%). Saluran ini banyak digunakan oleh responden Xers (lahir 1965 - 1982) (32=8.6%) dan Millennial (lahir > 1982) (36=9.7%). (lihat tabel 14)

Selanjutnya, dari segi jenis pekerjaan, maka diketahui bahwa mereka yang tidak menggunakan atau menggunakan internet bervariasi dari segi jenis pekerjaan. Dari kalangan yang tidak pernah menggunakan, mereka banyak muncul dari kalangan pedagang (75=20,1%) dan cukup banyak juga berasal dari kalangan petani (33=(8,8%). Sementara dari kalangan pengguna internet, mereka banyak berasal dari kalangan pedagang juga, proporsinya yakni 38 (10,2). Kemudian banyak juga muncul dari kalangan Pegawai Swasta 34 (9,1) dan wira usaha (33= (8,8). (lihat tabel 15).

Mengenai jenis media yang digunakan untuk mengakses internet, maka dilihat dari segi pekerjaan responden, temuan menunjukkan bahwa para pedagang dan wira usaha itu banyak yang menggunakan medium Personal Computer (PC); Laptop dan Telepon selular (HP) sebagai pilihan. Smartphone (Iphone/Blackberry/Android) Telepon selular (HP) banyak digunakan kalangan pegawai swasta. Sementara kalangan Ibu rumah tangga lebih memilih Telepon selular (HP) sebagai media akses. Sedang medium Tablet (Ipad, Galaxy Tab dan sejenisnya) masih digunakan secara terbatas oleh kalangan Pegawai Swasta; petani dan Fasilitator PNPM (lihat tabel 16).

Tabel 13
Penggunaan Internet Menurut Usia
n 373

Pernah atau tidaknya responden menggunakan internet		Tahun kelahiran responden berdasarkan kategori MDGs				Total
		Veteran (lahir <1946)	Baby Boomers (lahir 1946 - 1964)	Xers (lahir 1965 - 1982)	Millenial (lahir > 1982)	
Pernah	f	3	14	66	58	141
	%	.8%	3.8%	17.7%	15.5%	37.8%
Tidak pernah	f	4	58	161	9	232
	%	1.1%	15.5%	43.2%	2.4%	62.2%
Total	f	7	72	227	67	373
	%	1.9%	19.3%	60.9%	18.0%	100.0%

Tabel 14
Saluran (Channel) yang biasa digunakan Menurut Tahun kelahiran kategori MDGs
n 373

Saluran (Channel) yang biasa digunakan responden saat berkomunikasi melalui internet		Tahun kelahiran responden berdasarkan kategori MDGs				Total
		Veteran (lahir <1946)	Baby Boomers (lahir 1946 - 1964)	Xers (lahir 1965 - 1982)	Millenial (lahir > 1982)	
E-mail	f	0	1	11	8	20
	%	.0%	0.3%	2.9%	2.1%	5.4%
Chat room menggunakan Facebook	f	3	8	32	36	79
	%	0.8%	2.1%	8.6%	9.7%	21.2%
Chat room menggunakan Yahoo Messenger	f	0	1	6	6	13
	%	.0%	0.3%	1.6%	1.6%	3.5%
Chat room menggunakan G-Talk	f	0	0	2	0	2
	%	.0%	.0%	0.5%	.0%	0.5%
Chat room menggunakan BBM	f	0	1	5	7	13
	%	.0%	0.3%	1.3%	1.9%	3.5%
Sosial Networking Sites	f	0	0	1	0	1
	%	.0%	.0%	0.3%	.0%	0.3%
Website tertentu	f	0	3	9	1	13
	%	.0%	0.8%	2.4%	0.3%	3.5%
Tidak mengakses internet	f	4	58	161	9	232
	%	1.1%	15.5%	43.2%	2.4%	62.2%
Total	f	7	72	227	67	373
	%	1.9%	19.3%	60.9%	18.0%	100.0%

Tabel 15
Pernah Tidaknya Menggunakan Internet Menurut Pekerjaan
n: 373

Pekerjaan Responden	Pernah atau tidaknya responden menggunakan internet				Jumlah	
	Pernah		Tidak Pernah		n	%
	n	%	n	%		
Petani	3	0,8	33	8,8	36	9,7
Nelayan	-	-	1	0,3	1	0,3
Buruh	3	0,8	13	3,5	16	4,3
Pedagang	38	10,2	75	20,1	113	30,3
Wira Usaha	33	8,8	21	5,6	54	14,5
PNS	4	1,1	3	0,8	7	1,9
TNI/Polri	1	0,3	-	-	1	0,3
Pegawai Swasta	34	9,1	4	1,1	38	10,2
Pelajar/Mahasiswa	4	1,1	-	-	4	1,1
Guru/Dosen	4	1,1	3	0,8	7	1,9
Ibu rumah tangga	12	3,2	76	20,4	88	23,6
Pensiunan	4	1,1	3	0,8	7	1,9
Fasilitator PNPM	1	0,3	-	-	1	0,3
Total	141	37,8	232		373	100,00

Tabel 16
Jenis Media/perangkat yang biasa digunakan Menurut Pekerjaan
n: 373

Pekerjaan Responden	Jenis Media						Jumlah
	Personal Computer	Laptop	HP	Smartphone (Iphone, Blac kberry/Android)	Tablet (Ipad, Galaxy Tab dan sejenisnya)	Tidak mengakses internet	
Petani	1	0	0	1	1	33	36
Nelayan	0	0	0	0	0	1	1
Buruh	0	1	2	0	0	13	16
Pedagang	10	10	16	2	0	75	113
Wira Usaha	8	9	13	3	0	21	54
PNS	2	2	0	0	0	3	7

TNI/Polri	1	0	0	0	0	0	1
Pegawai Swasta	8	6	11	8	1	4	38
Pelajar/Mahasiswa	0	3	1	0	0	0	4
Guru/Dosen	0	2	1	1	0	3	7
Ibu rumah tangga	0	3	8	1	0	76	88
Pensiunan	1	3	0	0	0	3	7
Fasilitator PNPM	0	0	0	0	1	0	1
Total	31	39	52	16	3	232	373

Sementara menyangkut fenomena kategori pendidikan, maka dari segi intensitas mengakses internet dalam dua minggu terakhir, maka tampak bahwa akses itu banyak dilakukan antara 1-2 kali dan antara 3-4 kali, dan ini banyak dilakukan oleh kalangan berpendidikan SLTA dan termasuk kalangan berpendidikan Sarjana. (lihat tabel 18). Mereka ketika menggunakan internet itu, biasanya dilakukan melalui sejumlah saluran yang ada pada internet. Namun saluran yang biasa terpilih untuk digunakan adalah saluran Chat room yang ada di Facebook. Paling banyak pengguna saluran ini adalah responden tamatan SLTA dan cukup banyak juga responden tamatan sarjana. Saluran pilihan kedua yaitu E-mail dan ini pun banyak menjadi pilihan responden tamatan SLTA. Sementara saluran-saluran lainnya, meski dijadikan pilihan juga namun relatif kurang banyak yang memilihnya. Saluran-saluran dimaksud misalnya seperti saluran Chat room menggunakan Yahoo Messenger; Chat room menggunakan BBM; dan Website tertentu, yang mana juga cenderung banyak dilakukan responden kalangan alumni SLTA. (lihat tabel 17).

Dalam kaitan dengan aktifitas bisnis/ekonomi, diketahui bahwa dalam dua minggu terakhir ini dilakukan antara 1-6 kali oleh responden dari kalangan tamatan SLTA (lihat tabel 18) dan ini dilakukan kebanyakan melalui saluran Chat room yang ada di Facebook (lihat tabel 19).

Tabel 17
Kebiasaan Gunakan Channel Menurut Pendidikan
n 373

Channel yang biasa digunakan saat berkomunikasi melalui internet	Pendidikan					Jumlah
	Sarjana	Diploma	SLTA	SLTP	SD	
E-mail	5	4	10	1	0	20
Chat room menggunakan Facebook	19	6	49	4	1	79
Chat room menggunakan Yahoo Messenger	4	0	5	4	0	13
Chat room menggunakan G-Talk	0	0	1	1	0	2
Chat room menggunakan BBM	4	1	7	1	0	13
Sosial Networking Sites	0	0	1	0	0	1
Website tertentu	3	3	4	2	1	13
Tidak mengakses internet	4	3	96	83	46	232
Jumlah	39	17	173	96	48	373

Tabel 18
Intensitas Akses dalam dua minggu terakhir Menurut Pendidikan
n 373

Intensitas Akses	Pendidikan					Jumlah
	Sarjana	Diploma	SLTA	SLTP	SD	
1 - 2 kali	7	2	36	5	1	51
3 - 4 kali	10	5	22	3	0	40
5 - 6 kali	8	4	7	0	0	19

7 - 8 kali	3	1	3	1	0	8
9 - 10 kali	1	0	1	1	0	3
11 - 12 kali	3	2	2	0	0	7
13 - 14 kali	1	0	2	0	0	3
> 14 kali	1	0	2	0	0	3
Tidak pernah	1	0	2	3	1	7
Tidak mengakses internet	4	3	96	83	46	232
Jumlah	39	17	173	96	48	373

Tabel 19
Intensitas Aktifitas Ekonomi dalam dua minggu terakhir
Menurut Channel yang Biasa Digunakan
n 373

Channel yang Biasa Digunakan	Intensitas Akses Internet								Tidak pernah	Tidak akses internet f	Total
	1 - 2	3 - 4	5 - 6	7 - 8	9 - 10	11 - 12	13 - 14	> 14			
Tidak mengakses	0	0	0	0	0	0	0	0	0	232	232
Website tertentu	3	2	2	0	1	0	0	0	0	0	13
Sosial Networking Sites	1	0	0	0	0	0	0	0	0	0	1
Chat room menggunakan BBM	3	4	0	1	1	3	1	0	0	0	13
Chat room menggunakan G-Talk	0	0	0	0	1	0	0	0	1	0	2
Chat room menggunakan Yahoo Messenger	1	4	2	1	0	0	0	0	4	0	13
Chat room menggunakan Facebook	32	23	13	4	0	0	2	3	2	0	79
E-mail	6	7	2	2	0	3	0	0	0	0	20
Jumlah	51	40	19	8	3	7	3	3	7	232	373

Kategori Sosial dan Pola Penggunaan dalam Analisis Perbedaan Statistik

Di bawah ini akan disajikan hasil analisis statistik SPSS menyangkut sejumlah pola penggunaan internet sebelumnya dalam kaitan beberapa kategori sosial saja sebagai contoh kasus untuk mengetahui ada tidaknya perbedaan atau asosiasi yang signifikan diantara keduanya.

1. Variabel Pekerjaan dengan Aktifitas Menggunakan Internet

Untuk melihat perbedaan di antara kedua variabel, penelitian ini menetapkan probabilitas senilai 0,05. Jika nilai probabilitas pada Asymp. Sig > 0.05 maka dapat diartikan bahwa tidak ada perbedaan diantara kedua variabel. Namun bila probabilitas pada Asymp. Sig < 0.05 maka berarti adanya perbedaan signifikan diantara kedua variabel.

Pada Kolom Asymp Sig (2 Sided) menunjukkan nilai probabilitas. Karena Asymp. Sig-nya adalah .000 yang artinya lebih besar dari pada nilai probabiliti yang ditetapkan untuk keperluan analisis, yakni 0,05, maka ini berarti menunjukkan adanya perbedaan signifikan dalam kaitan menggunakan internet terkait dengan jenis pekerjaan.

Fenomena statistik yang sama juga terjadi melalui pengujian staistik lainnya, yaitu dengan alat uji Lambda simetris. Hasil uji Lambda simetris nilai Approx. Sig sebesar .001 jelas tidak melebihi nilai probabiliti yang ditetapkan sebesar 0,05. Dengan demikian ini berarti adanya perbedaan diantara kedua variabel, yang mana perbedaannya jadi lebih signifikan dibandingkan dengan hasil uji Pearson Chi-Square sebelumnya.

Chi-Square Tests

	Value	df	Asymp. Sig. (2-sided)
Pearson Chi-Square	107.912(a)	12	.000
Likelihood Ratio	117.728	12	.000
Linear-by-Linear Association	.013	1	.911
N of Valid Cases	373		

a 14 cells (53.8%) have expected count less than 5. The minimum expected count is .38.

			Value	Asymp. Std. Error(a)	Approx. T(b)	Approx. Sig.
Nominal by Nominal	Lambda	Symmetric	.130	.037	3.208	.001
		Pernah atau tidaknya responden menggunakan internet	.362	.062	4.818	.000
		Pekerjaan responden	.004	.047	.081	.935
	Goodman and Kruskal tau	Pernah atau tidaknya responden menggunakan internet	.289	.038		.000(c)
		Pekerjaan responden	.044	.008		.000(c)
a Not assuming the null hypothesis.						
b Using the asymptotic standard error assuming the null hypothesis.						
c Based on chi-square approximation						

2. Media/Perangkat yang biasa digunakan dan Jenis Pekerjaan

Mengenai kaitan variabel jenis pekerjaan dengan variabel media/perangkat yang biasa digunakan, hasil uji statistiknya adalah sbb. :

Chi-Square Tests

	Value	df	Asymp. Sig. (2-sided)
Pearson Chi-Square	294.763(a)	60	.000
Likelihood Ratio	178.802	60	.000
Linear-by-Linear Association	.058	1	.810
N of Valid Cases	373		

a 62 cells (79.5%) have expected count less than 5. The minimum expected count is .01.

Directional Measures

			Value	Asymp. Std. Error(a)	Approx. T(b)	Approx. Sig.
Nominal by Nominal	Lambda	Symmetric	.050	.033	1.463	.144
		Jenis Media/perangkat yang biasa digunakan responden saat mengakses internet Dependent	.085	.035	2.371	.018
		Pekerjaan responden Dependent	.031	.048	.629	.529
	Goodman and Kruskal tau	Jenis Media/perangkat yang biasa digunakan responden saat mengakses internet Dependent	.175	.021		.000(c)
		Pekerjaan responden Dependent	.057	.009		.000(c)

a Not assuming the null hypothesis. b Using the asymptotic standard error assuming the null hypothesis. c Based on chi-square approximation

Dari hasil uji tampak bahwa pada Kolom Asymp Sig (2 Sided) hasil Chi-Square Tests menunjukkan nilai probabilitas. Karena Asymp. Sig-nya adalah .000 yang artinya lebih besar dari pada nilai probabiliti yang ditetapkan untuk keperluan analisis, yakni 0,05, maka ini juga berarti menunjukkan adanya perbedaan sangat signifikan dalam kaitan jenis pekerjaan dengan penggunaan internet. Namun demikian berbeda hasilnya jika dilakukan pengujian melalui lambda simetris. Hasil testnya menunjukkan nilai Approx. Sig.sebesar .144, nilai mana jelas lebih besar dari pada nilai probabiliti yang ditetapkan yaitu 0,05. Mengacu pada hasil tersebut dapat diartikan bahwa antara variabel jenis pekerjaan dengan variabel Media/Perangkat yang biasa digunakan untuk mengakses internet tidak memiliki perbedaan yang signifikan.

3. Aktifitas Menggunakan Internet dan Pendapatan

Menyangkut antara variabel pendapatan dengan Aktifitas Menggunakan Internet, hasil uji statistik pada Chi-Square Tests, menunjukkan bahwa pada Kolom Asymp Sig (2 Sided) nilai probabilitas adalah sebesar 0,000. Karena nilai Asymp. Sig-tersebut lebih besar dari pada nilai probabiliti yang ditetapkan untuk keperluan analisis, yakni 0,05, maka ini berarti menunjukkan adanya perbedaan yang signifikan antara variabel pendapatan dengan variabel penggunaan internet.

Chi-Square Tests

	Value	df	Asymp. Sig. (2-sided)
Pearson Chi-Square	26.939(a)	5	.000
Likelihood Ratio	26.627	5	.000
Linear-by-Linear Association	18.896	1	.000
N of Valid Cases	373		

a. 0 cells (.0%) have expected count less than 5. The minimum expected count is 10.58.

Dari hasil analisis uji statistik sebelumnya dapat disimpulkan sbb. :

Perbedaan di Antara Variabel	Hasil uji Statistik		
		Signifikan pada taraf	Tidak signifikan
Aktifitas Menggunakan Internet X Pekerjaan	-Pearson Chi-Square -Lambda Simetris	.000 .001	
Media/Perangkat yang biasa digunakan X Jenis Pekerjaan	-Pearson Chi-Square -Lambda Simetris	.000	.144
Aktifitas Menggunakan Internet X Pendapatan	Pearson Chi-Square	.000	

PENUTUP

Penelitian ini mempertanyakan masalah pola penggunaan internet anggota masyarakat dan mencoba mengetahui kaitannya dengan masalah perbedaan individu (kategori sosial) anggota masyarakat.

Menyangkut kategori sosial, temuan memperlihatkan bahwa anggota komunitas PNPM itu bervariasi dari segi kategori sosial seperti sex; usia dalam kategori MDGs; pendidikan; pekerjaan; agama dan pendapatan. Terkait dengan pola mereka dalam menggunakan internet, maka ini pun cenderung menunjukkan adanya kaitan dengan persoalan perbedaan kategori sosial yang mereka sandang. Dari hasil uji statistik menyangkut keterkaitan antara sejumlah variabel, hasilnya memang menunjukkan hasil yang signifikan. Keterkaitan itu misalnya antara Aktifitas Menggunakan Internet dengan Pekerjaan; Aktifitas Menggunakan Internet dengan Pendapatan dan antara Aktifitas Menggunakan Internet dengan jenis Pekerjaan. Jadi dengan temuan dan hasil analisis penelitian ini, kiranya dapat menjadi fakta empirik yang menguatkan asumsi yang dikemukakan dalam *Theory of Selective Influences*, yakni teori yang diantaranya berasumsi berdasarkan *Individual Differences* dan *social categories*.

Daftar Pustaka

- Baran, Stanley J dan Dennis K . Davis “Mass Communication Theory, Foundation, Ferment and Future”, Six Edition. Hlm : 153, dalam http://books.google.co.id/books?id=jpokJDPWt_MC&pg=PA153&lpg=PA153&dq=individual+differences+theorymelvin+de+fleur&source=bl&ots=6x4Q6oUqBJ&sig=VD1Tju_11ZRwc_HzmnIrbhkSQxtE&hl=id&sa=X&ei=C5OAUomhAonwrQec34Ew&redir_esc=y#v=onepage&q=individual%20differences%20theory-melvin%20de%20fleur&f=false diakses 11 Nov 2013)
- Chaniago, Junaidi, “Uji Chi Square dengan SPSS dan Cara membaca Out Put-nya”, dalam <http://sarahocrena.blogspot.com/2012/02/uji-chi-square-dengan-spss-dan-cara.html>, diakses 6 November 2013.
- Choi; Watt; Dekkers dan Park. Tanpa tahun. Motives of Internet Uses, Crosscultural Perspectives, The US- The Netherlands and South Korea, <http://www-unix.oit.umass.edu/-comm-dept/resources/bib.Htm> 1).
- Choi, Eun-Jung., Rose, Robert La., Lee, Doo-Hee. 2003. A Cross-Cultural Comparison of Internet Usage: Media Habits, Gratifications, and Addictions in Korea and The US. *International Conference*, 963-966.
- Hartono, Yuli , 2011. “Aktifitas komunikasi masyarakat Melalui situs jejaring sosial”. Dalam Jurnal Studi Komunikasi dan Media No. 15 (2) , Jakarta, BPPKI Balibang SDM Kementerian Kominfo.
- Imran, Hasyim Ali, “Literasi Teknologi Informasi Dan Komunikasi Masyarakat Pedesaan”, dalam [sulhanihermawan](http://sulhanihermawan.files.wordpress.com/2012/03/contoh_riset_kuantitatif.pdf), http://sulhanihermawan.files.wordpress.com/2012/03/contoh_riset_kuantitatif.pdf, diakses 4 Nopember 2013.
- Infante, Dominic A., Rancer, Andrew S., Womack, Deanna F. 1990. *Building Communication Theory*. Prospect Heights Illinois: Waveland.
- Katz, E., Blumer, Jay G., Gurevitch. *Utilization of Mass Communication by Individual*, “*The Uses of Mass Communication : Curent Perspective on Gratification Research*. Beverly Hills-London: Sage Publications.
- Suyatno,” Uji Asosiasi “, dalam [www. Goobokee.org/membaca out put korelasi spss.](http://www.Goobokee.org/membaca_out_put_korelasi_spss_) , diakses 12 Nopember 2013.
- Sugiyono, 2005, “Statistik Untuk Pengujian Validitas dan Reliabelitas Instrumen Penelitian”, dalam, *Statistika Untuk Penelitian*, Bandung, CV Alfabeta.
- Tan, Alexis. 1981. *Mass Communication Theories and Research*. Columbus-Ohio: Grid publishing Inc. [obookeobooke.org/==t-korelasi-spss/www.gobook](http://www.obookeobooke.org/==t-korelasi-spss/www.gobook)

LAMPIRAN

Tabel 1

	Tahun kelahiran responden berdasarkan kategori MDGs	
	Count	%
Veteran (lahir <1946)	7	1.9%
Baby Boomers (lahir 1946 - 1964)	72	19.3%
Xers (lahir 1965 - 1982)	227	60.9%
Millenial (lahir > 1982)	67	18.0%
Total	373	100.0%

Tabel 2

	Pendidikan Terakhir yang ditamatkan responden	
	Count	%
SD	48	12.9%
SLTP	96	25.7%
SLTA	173	46.4%
Diploma	17	4.6%
Sarjana	39	10.5%
Total	373	100.0%

Tabel 3

	Pekerjaan responden	
	Count	%
Petani	36	9.7%
Nelayan	1	.3%
Buruh	16	4.3%
Pedagang	113	30.3%
Wira usaha	54	14.5%
PNS	7	1.9%
TNI/Polri	1	.3%
Pegawai Swasta	38	10.2%
Pelajar/Mahasiswa	4	1.1%
Guru/Dosen	7	1.9%
Ibu rumah tangga	88	23.6%
pensiunan	7	1.9%
Fasilitator PNPM	1	.3%
Total	373	100.0%

Tabel 4

	Pendapatan responden dalam sebulan	
	Count	%
< 1 juta	81	21.7%
1 juta - 1,5 juta	95	25.5%
> 1,5 juta - 2 juta	96	25.7%
> 2 juta - 2,5 juta	29	7.8%
> 2,5 juta - 3 juta	44	11.8%
> 3 juta	28	7.5%
Total	373	100.0%

Tabel 5-
Intensitas Akses dalam dua minggu terakhir Menurut Pendidikan n 373

Intensitas Akses	Pendidikan					Jumlah
	Sarjana	Diploma	SLTA	SLTP	SD	
1 - 2 kali	7	2	36	5	1	51
3 - 4 kali	10	5	22	3	0	40
5 - 6 kali	8	4	7	0	0	19
7 - 8 kali	3	1	3	1	0	8
9 - 10 kali	1	0	1	1	0	3
11 - 12 kali	3	2	2	0	0	7
13 - 14 kali	1	0	2	0	0	3
> 14 kali	1	0	2	0	0	3
Tidak pernah	1	0	2	3	1	7
Tidak mengakses internet	4	3	96	83	46	232
Jumlah	39	17	173	96	48	373

Tabel 6

	Informasi yang pertama kali dilihat saat responden mengakses internet	
	Count	%
Politik	5	1.3%
Ekonomi	48	12.9%
Budaya	1	.3%
Sosial	2	.5%
Hobi	9	2.4%
Olahraga	17	4.6%
Hiburan	27	7.2%
Pendidikan	9	2.4%
Kesehatan	5	1.3%
Pekerjaan	12	3.2%
Agama	1	.3%
Teknologi	5	1.3%
Tidak mengakses internet	232	62.2%
Total	373	100.0%

Tabel 7
Kebiasaan Mengakses Jenis Informasi Setelah Mengakses Informasi Bidang Pertama
n 141

	Ya		Tidak		Tidak mengakses internet		Total	
	Count	%	Count	%	Count	%	Count	%
Politik	27	7.2%	114	30.6%	232	62.2%	373	100.0%
Ekonomi	88	23.6%	53	14.2%	232	62.2%	373	100.0%
Budaya	25	6.7%	116	31.1%	232	62.2%	373	100.0%
Sosial	37	9.9%	104	27.9%	232	62.2%	373	100.0%
Militer	3	.8%	138	37.0%	232	62.2%	373	100.0%
Hobi	37	9.9%	104	27.9%	232	62.2%	373	100.0%
Hiburan	71	19.0%	70	18.8%	232	62.2%	373	100.0%
Pendidikan	29	7.8%	112	30.0%	232	62.2%	373	100.0%
Kesehatan	46	12.3%	95	25.5%	232	62.2%	373	100.0%
Pekerjaan	33	8.8%	108	29.0%	232	62.2%	373	100.0%
Teknologi	22	5.9%	119	31.9%	232	62.2%	373	100.0%

Tabel 8
Responden menurut Informasi Ekonomi Yang Sering Diakses
n 88

Informasi Ekonomi	
Informasi mengenai suatu produk barang	82
Informasi mengenai suatu jasa	13
Informasi tender proyek pemerintah	4
Informasi pengadaan barang instansi pemerintah	3
Informasi pelelangan barang pemerintah	2
Informasi proyek kontraktual dari pemerintah	2
Informasi proyek pemberdayaan masyarakat	6
Informasi tentang perizinan ekonomi/usaha	2
Informasi tentang perkreditan dan usaha kecil	8
lainnya	2

Jawaban > 1

Tabel 9
Responden Menurut Jenis Media/perangkat
yang biasa digunakan saat akses internet n 141
n 141

Jenis Media/perangkat yang biasa digunakan saat akses internet	f	%
Personal Computer (PC)	31	21,98
Laptop	39	27,66
Telepon selular (HP)	52	36,88
Smartphone (Iphone/Blackberry/Android)	16	11,35
Tablet (Ipad, Galaxy Tab dan sejenisnya)	3	2,13
Jumlah	141	100

Tabel 10
Responden Menurut Saluran (Channel) yang biasa digunakan saat berkomunikasi melalui internet
n 141

Saluran (Channel) yang biasa digunakan responden saat berkomunikasi melalui internet	f	%
E-mail	20	14,18
Chat room menggunakan Facebook	79	56,03
Chat room menggunakan Yahoo Messenger	13	9,22
Chat room menggunakan G-Talk	2	1,42
Chat room menggunakan BBM	13	9,22
Sosial Networking Sites	1	0,71
Website tertentu	13	9,22
Jumlah	141	100

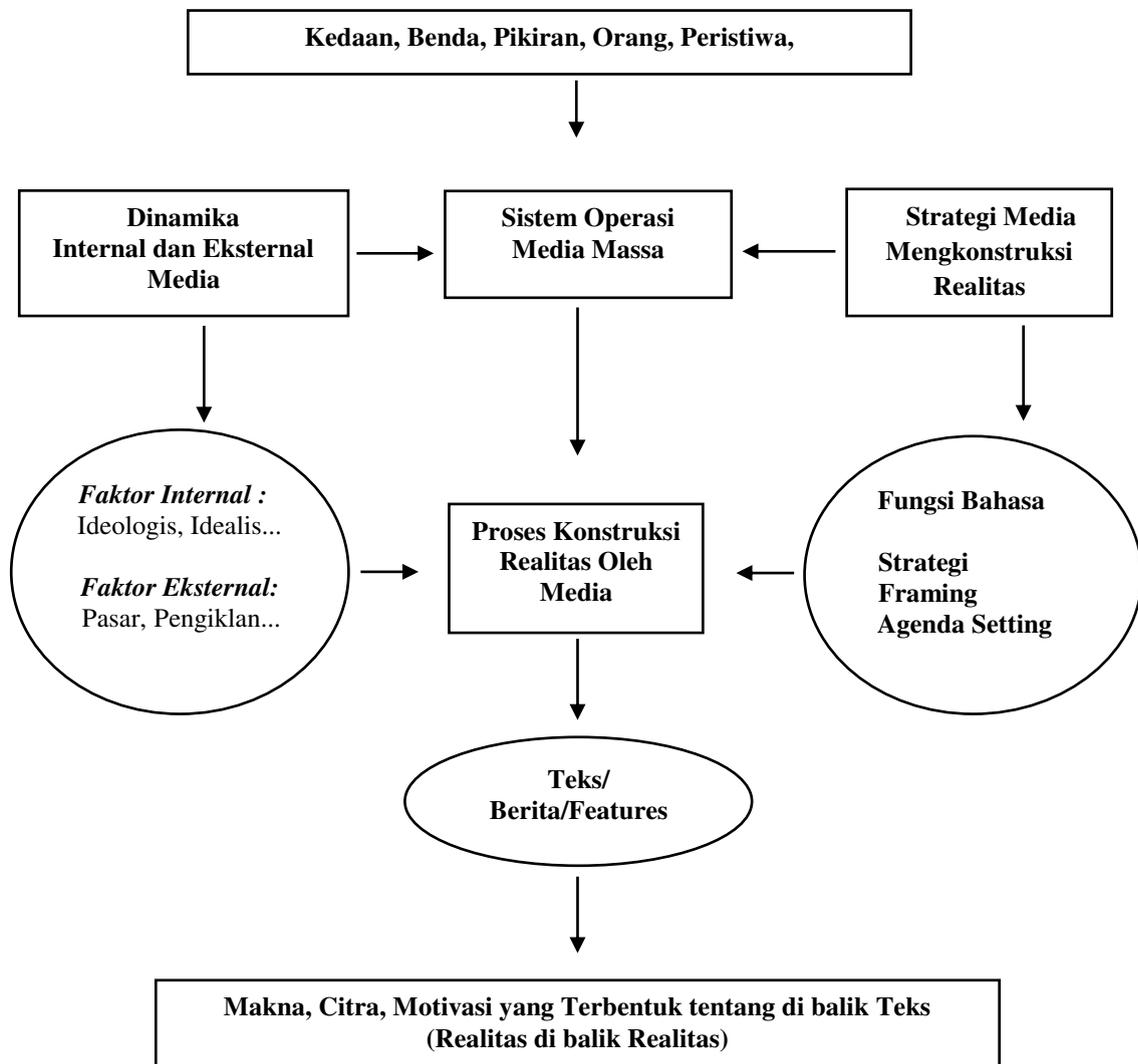
Tabel 11
Responden Menurut Intensitas mengakses internet dalam dua minggu terakhir
n 141

	f	%
1 - 2 kali	51	36,17
3 - 4 kali	40	28,37
5 - 6 kali	19	13,48
7 - 8 kali	8	5,67
9 - 10 kali	3	2,13
11 - 12 kali	7	4,96
13 - 14 kali	3	2,13
> 14 kali	3	2,13
Tidak pernah	7	4,96
Jumlah	141	100

Tabel 12
Penggunaan Internet Menurut tingkat Pendapatan responden dalam sebulan
n 373

Pernah atau tidaknya responden menggunakan internet	Pendapatan responden dalam sebulan						Total
	< 1 juta	1 juta - 1,5 juta	> 1,5 juta - 2 juta	> 2 juta - 2,5 juta	> 2,5 juta - 3 juta	> 3 juta	
Pernah	22 (5,9)	28 (7,5)	37 (9,9)	16 (4,3)	17 (4,6)	21 (5,6)	141 (37,8)
Tidak pernah	59 (15,8)	67 (18,0)	59 (15,8)	13 (3,5)	27 (7,2)	7 (1,9)	232 (62,2)
Total	81 (21,7)	95 (25,5)	96 (25,7)	29 (7,8)	44 (11,8)	28 (7,5)	373 (100)

Proses Pembuatan Wacana (dengan W besar) oleh media massa:



Sumber : Ibnu Hamad, *Handout* perkuliahan Metode Penelitian Kualitatif, MIK UPDM (B), Jakarta, 2006.