

**NETWORK SOCIETY, INTERNET,  
DAN AKTIVITAS KOMUNIKASI MASYARAKAT**  
(Survei Aktivitas Komunikasi Masyarakat melalui *social Network websites* di Kelurahan  
Tamalanrea Indah Kecamatan Tamalanrea Kota Makassar Provinsi Sulawesi Selatan)

**NETWORK SOCIETY, INTERNET, AND PEOPLE COMMUNICATION ACTIVITY**  
(Survey of Community Communication Activities through *social Network websites* in Village  
Tamalanrea Indah District Tamalanrea of Makassar City in South Sulawesi Province)

**Muhammad Rustam**

Peneliti pada Balai Besar Pengkajian dan Pengembangan Komunikasi dan Informatika Makassar  
Jalan Prof. Abdurahman Basalama II No.25 Makassar, Provinsi Sulawesi Selatan, Indonesia,  
Telp.0411-4660370 Fax.0411-4660084, HP. 081342772451 E-mail : *romo\_rustam@yahoo.co.id*  
(Naskah diterima 2 Agustus 2017 by email; diperiksa dan diperbaiki menurut koreksi tim redaksi  
30 Agustus 2017; disetujui terbit oleh PR 23 Oktober 2017)

**ABSTRACT**

*Network Society is one of the many concepts initiated by experts to describe the phenomenon of community communication activity through use of information and communication technology (ICT) or also known as communication and informatics technology (ICT). This research wants to understand related phenomenon of individual communication activity of society in context Network Society. The phenomenon of activity in question is phenomenon of various activity habits, range of activity targets, level of frequency of activity, and linkage of individual characteristics of users of social network websites with various activities. This research uses positivistic paradigm and through survey method as its data collection technique. The study population were adult residents at 9 RW and 40 RT in Tamalanrea Indah Village, Tamalanrea District. Population population in the region referred to as many as 14,055 inhabitants. Sampling size of this study using accidental sampling, which is 150. Conclusions from this study indicate that (1) the age relationship of MDGs category with type of habit, statistically there is no significant relationship related to age of MDGs respondents with internet access. (2) The correlation between education level and type of habit, statistically related to the relationship between these two variables does not indicate any significant significance. In other words statistically the educational level of the individual tends not to determine the type of habit in social media access.*

**Keywords:** *Network Society, Internet, Communication Activity.*

**ABSTRAK**

*Network Society* merupakan salah satu konsep yang banyak digagas para ahli untuk menggambarkan fenomena aktivitas komunikasi masyarakat melalui penggunaan *information and communication technology (ICT)* atau dikenal juga dengan teknologi komunikasi dan informatika (TIK). Penelitian ini ingin memahami terkait fenomena aktivitas komunikasi individu masyarakat dalam konteks *Network Society*. Fenomena aktivitas yang dimaksud adalah fenomena ragam kebiasaan beraktivitas, ragam sasaran aktivitas, tingkat keseringan beraktivitas, dan keterkaitan karakteristik individu pengguna *social network websites* dengan ragam aktivitas. Penelitian ini menggunakan paradigma positivistik dan melalui metode survei sebagai teknik pengumpulan datanya. Populasi penelitian adalah para penduduk berusia dewasa di 9 RW dan 40 RT di Kelurahan Tamalanrea Indah, Kecamatan Tamalanrea. Populasi penduduk di wilayah dimaksud sebanyak 14.055 jiwa. *Sampling size* penelitian ini menggunakan *Aksidental Sampling*, yakni sebesar 150. Kesimpulan dari penelitian ini menunjukkan bahwa (1) hubungan usia kategori MDGs dengan jenis kebiasaan, secara statistik tidak ada hubungan yang berarti terkait usia MDGs responden dengan akses internet. (2) Hubungan tingkat pendidikan dengan jenis kebiasaan, secara statistik terkait hubungan di antara kedua variabel ini tidak menunjukkan ada signifikansi yang berarti. Dengan kata lain secara statistik tingkat pendidikan individu cenderung tidak menentukan jenis kebiasaan dalam akses media sosial.

**Kata Kunci :** *Network Society, Internet, Aktivitas Komunikasi.*

**I. PENDAHULUAN**

**1. Latar Belakang dan Permasalahan**

*Network Society* merupakan salah satu konsep yang banyak digagas para ahli untuk menggambarkan fenomena aktivitas komunikasi masyarakat melalui penggunaan *information and communication technology (ICT)* atau dikenal juga dengan teknologi

komunikasi dan informatika (TIK)<sup>1</sup>. *Network Society* yang dikenal juga dengan masyarakat berjejaringan, fenomenanya secara gradual pertama kali dikenal melalui gagasan Mc Luhan melalui konsep *global village- electronic age*-nya. (dalam Griffin 2003.).

Bertahun-tahun setelah itu, sejalan dengan perkembangan *ICT* konsep ini lalu semakin berkembang dan beragam. Diantaranya ada yang membuat sebuah ide menjadi *the post-industrial society, post-modern society, knowledge society, Telematic Society, Information Revolution, informational capitalism, transnational network capitalism, knowledge industry the 'The Wired Society'*<sup>2</sup>. (Castells, dalam <http://en.wikipedia.org>, diakses 23 Juli 17).

Aktivitas komunikasi individu sendiri dalam konteks *Network Society*, keberlangsungannya dapat terjadi karena fasilitasi dari kemampuan *ICT* tadi, yang dalam istilah December dikenal dengan *Computer mediated communication (CMC)* atau lebih lazim dikenal dengan konsep internet. Internet sendiri berarti : *An interconnected system of networks that connects computers around the world via the TCP/IP protocol.* (<http://education.yahoo.com/reference/dictionary/entry/Internet>). Dengan fasilitasi kemampuan internet dimaksud, maka dalam konteks fenomena masyarakat dalam konsep *Network Society* tadi digambarkan, bahwa mereka jadi dapat menciptakan, mendistribusikan, menggunakan dan memanfaatkan informasi untuk kepentingan dalam bidang ekonomi, politik dan aktivitas kebudayaan.<sup>3</sup>

Salah satu dari sekian banyak bentuk aplikasi yang dapat memfasilitasi anggota masyarakat untuk beraktivitas komunikasi dalam berbagai bentuk kepentingan tadi yaitu melalui aplikasi jejaring sosial (*social network websites*). Konsep yang diperkenalkan profesor J.A. Barnes di tahun 1954 ini diartikan sebagai struktur sosial yang terdiri dari elemen-elemen individual atau organisasi. Jejaring ini menunjukkan jalan di mana mereka berhubungan karena kesamaan sosialitas, mulai dari mereka yang dikenal sehari-hari sampai dengan keluarga. (<http://www.ridwanforge.net/blog/jejaring-sosial-social-networking>).

Beberapa diantaranya yang banyak dijadikan anggota masyarakat untuk bergabung dengan komunitas online, mengacu pada data *Meta List* buatan Judith Meskill pada 14 Pebruari 2005, yaitu melalui situs MySpace dengan 261,422,883 pengguna terdaftar; Facebook 200,000,000 pengguna terdaftar; Habbo 117,000,000; Friendster 90,000,000; hi5 80,000,000; Flixster 63,000,000; Classmates.com 50,000,000; LinkedIn 42,000,000; Bebo 40,000,000; Adult FriendFinde 33,000,000; Last.fm 30,000,000; imeem 24,000,000; Mixi 20,936,509; LiveJournal 17,564,977; Geni.com 15,000,000 ; dan Multiply 10,000,000.

Banyak layanan jejaring sosial berbasis web yang menyediakan kumpulan cara yang beragam bagi pengguna untuk dapat berinteraksi seperti chat, messaging, email, video, chat suara, share file, blog, diskusi grup, dan lain-lain. Umumnya jejaring sosial memberikan layanan untuk membuat biodata dirinya. Pengguna dapat meng-upload foto dirinya dan dapat menjadi teman dengan pengguna lainnya. Beberapa jejaring sosial memiliki fitur tambahan seperti pembuatan grup untuk dapat saling sharing didalamnya. (Nawawi et al. 2008). Dari pengertian tersebut, terutama dari cuplikan kalimat "...untuk dapat berinteraksi seperti *chat, dll*", ini menyiratkan bahwa fenomena tadi sebenarnya jauh sebelumnya sudah dikonseptualisasi oleh para teoritis ilmu komunikasi. Levy dan Windahl (1985) yang mempertajam konsep *uses*-nya Katz, Gurevitch dan Hass, mengaktualisasikan dengan konsep *activity*.

Berdasarkan latar belakang sebelumnya, penelitian ini ingin memahami lebih jauh terkait fenomena aktivitas komunikasi individu masyarakat dalam konteks *Network Society*

<sup>1</sup> Terhadap fenomena ini sendiri, oleh John December (1997), dikonseptualisirnya menjadi *Computer mediated communication*. *Computer mediated communication* sendiri dirumuskannya sebagai *a proces of human communication via computers, involving people situated on particular context, engaging in processes to shape media for a variety of purposes.*<sup>1</sup> (komunikasi bermedia komputer adalah sebuah proses komunikasi antar sesama manusia melalui komputer, melibatkan manusia (orang) yang disituasikan di dalam konteks *partikular* (khusus), digabungkan dalam proses untuk membentuk media bagi tujuan yang beragam.

<sup>2</sup> Manuel Castells, dalam, [http://en.wikipedia.org/wiki/Information\\_society](http://en.wikipedia.org/wiki/Information_society).

<sup>3</sup> Diinterpretasikan dari definisi, "*a society in which the creation, distribution, diffusion, use, and manipulation of information is a significant economic, political, and cultural activity.* ....", dalam [http://en.wikipedia.org/wiki/Information\\_society](http://en.wikipedia.org/wiki/Information_society).

sebelumnya. Fenomena *activity* akan difokuskan pada fenomena ragam kebiasaan beraktivitas, ragam sasaran aktivitas, tingkat keseringan beraktivitas, dan keterkaitan karakteristik individu pengguna *social network websites* dengan ragam *activity* dimaksud tadi. Dengan fokus dimaksud penelitian ini merumuskan masalahnya menjadi sbb. : Bagaimanakah fenomena aktivitas komunikasi masyarakat melalui *social network websites* ?

## 2. Signifikansi

Secara akademis hasil penelitian ini diharapkan dapat melengkapi literatur yang telah ada sebelumnya terkait dengan studi *social Network websites* dalam hubungan fenomena *network society*. Secara praktis diharapkan dapat menjadi masukan awal dalam melihat gambaran atau potret masyarakat Indonesia dalam konteks *network society*.

## II. PEMBAHASAN

### 1. Tinjauan Literatur

Berdasarkan data *digital access* yang dikeluarkan *International Telecommunication Union* (ITU) tahun 2002, beberapa negara yang tergolong penggunaannya dalam kadar *high access* internet yaitu : Korea Selatan, Denmark, Irlandia dan Denmark. Sementara yang masuk dalam kategori *upper access* Irlandia, Siprus, Spanyol dan Estonia. Sedang Indonesia bersama sejumlah negara lainnya seperti Thailand, Rumania dan Turki masuk dalam kategori *medium access* dengan skor 0,34. ([http://www.itu.int/newsarchive/press\\_releases/2003/30.html](http://www.itu.int/newsarchive/press_releases/2003/30.html) ).

Data ITU tersebut hampir sama dengan data resmi *World Internet User Statistics* yang diperbarui 10 Maret 2007 mengenai jumlah pengguna internet di Indonesia. Dengan 18,000,000 pengguna dari populasi 224,481,720 jiwa, Indonesia diketahui menempati urutan ke-15 dunia dengan penetrasi internet sebesar 8 % (1,6 % dari total pengguna internet dunia).<sup>4</sup> (Imran dan Hoesin, 2007), Dengan demikian, sesuai data tersebut kiranya dapat diartikan bahwa meskipun kemampuan medium internet dalam memfasilitasi aktivitas berkomunikasi itu sudah sangat *super*, akan tetapi dalam kenyataan semua pihak tampak belum memaksimalkan kemampuannya itu, termasuk tentunya di Indonesia.

Dalam kaitannya dengan upaya menelaah fenomena penggunaan internet sendiri, selain dilakukan cenderung berdasarkan fenomena global oleh institusi seperti ITU, *World Internet User Statistics*, dan *the Pew Research Center*, berdasarkan fakta yang ada ternyata juga dilakukan sejumlah institusi lain berdasarkan fenomena yang lebih fokus. Hal yang demikian diantaranya dilakukan *the Household Internet Use Survey (HIUS)* di Kanada yang fokus pada sampel rumah tangga. Demikian juga seperti yang dilakukan oleh Biro Statistik Tenaga Kerja di Washington DC USA, mereka memfokuskan penelitiannya khusus terhadap perubahan dalam kaitan penggunaan internet.<sup>5</sup>

Studi mengenai penggunaan internet juga tidak luput dari perhatian kalangan individu akademik. Diantaranya seperti yang dilakukan oleh Manuel Castells dan Maria Isabel Diaz de Isia di Kota Catalonia Spanyol. Dengan menggunakan metode survey, temuan utama mereka yaitu bahwa ada hubungan antara internet dengan kehidupan sosial di Catalonia, Spanyol dan di wilayah-wilayah Spanyol. Karenanya mereka menyarankan untuk dilakukan pengujian terhadap sejumlah hipotesis dari adanya hubungan-hubungan tadi.<sup>6</sup> Namun, seperti dikatakan oleh Junho Choi *et al* dengan mengacu pada hasil tinjauan pustaka mereka, kebanyakan penelitian survey terhadap para pengguna internet dilakukan hanya sebatas penggambaran siapa para pengguna dan apa yang mereka lakukan pada medium internet. Upaya lebih jauh seperti penyebab para pengguna menggunakan medium internet, masih sangat sedikit perhatian yang diberikan para peneliti. Untuk mengisi kekurangan dimaksud, Choi *et al* sendiri akhirnya mencoba meneliti penggunaan internet dari sisi *why* dengan cara menyelami motif para pengguna internet dalam beraktivitas *online*.<sup>7</sup>

<sup>4</sup> Hasyim Ali Imran dan Hanif Hoesin, (2007), "Literasi Komputer Masyarakat Pedesaan", dalam *Jurnal Studi Komunikasi dan Media*, Vol. 11 (2), hm.170, Jakarta, Balai Pengkajian dan Pengembangan Informasi Wilayah II Jakarta.

<sup>5</sup> Biro Statistik Tenaga Kerja USA dalam News United States Departement of Labor; <http://www.bls.gov/cps/>

<sup>6</sup> Manuel Castells dan Maria Isabel Diaz de Isia dalam : <http://www.uoc.edu/in3/wp/picwp1201/>

<sup>7</sup> Choi *et al.*, *Motives of Internet uses : Crosscultural Perspective- The US, The Netherlands, and South Korea.*

Selanjutnya, dari riset Choi *et al* juga diketahui bahwa dalam mempelajari motif-motif penggunaan internet, dalam analisisnya menggunakan pendekatan *Uses and Gratification*. Pendekatan yang mengacu pada petunjuk teori *Uses and Gratification* tersebut, dalam riset Choi *et al* sendiri diadopsi karena dianggap masih tetap relevan hingga kini walaupun diaplikasikan pada media yang bukan tradisional, seperti internet. Sejumlah akademisi terdahulu yang nota bene sudah lebih akrab dengan pendekatan tersebut, juga mengatakan hal yang sama. Sebagaimana dikatakan Katz & Rice (2002); Kraut & Attewell (1977); Perse & Greenberg-Dunn (1998); dan Rice & Webster (2002), bahwa meskipun pendekatan ini sudah biasa dan umum digunakan selama lebih dari 30 tahun untuk penelitian media massa tradisional, namun pendekatan ini tetap relevan digunakan dalam penelitian media komunikasi baru<sup>8</sup>.

Dari tinjauan literatur sebelumnya, terlihat bahwa komentar Choi *et al* terkait penggunaan internet cenderung merefleksikan kekecewaannya terhadap para peneliti yang fokusnya masih cenderung pada sekitar penggambaran siapa para pengguna dan apa yang mereka lakukan pada medium internet. Dengan alasan itu pula makanya Choi *et al* jadi lebih tertarik pada soal motif pengguna dalam studinya.

Dalam kaitannya dengan ‘penggunaan internet’ terkait dengan studi ini, meski studi dimaksud cenderung masih termasuk yang ‘mengecewakan’ Choi *et al*, namun demikian dapat dikatakan cenderung masih memiliki perbedaan dengan studi-studi yang ‘mengecewakan Choi *et al*.

Pembeda studi ini dengan studi Choi *et al* dan yang lainnya tadi, yaitu bahwa studi ini terfokus pada fenomena aktivitas komunikasi yang difokuskan pada *social network websites* sebagai salah satu dari banyak bentuk layanan yang ada di internet. Selain itu fenomena *activity* focusnya hanya pada fenomena aktivitas ‘selama’ mengakses yang dilihat dari empat dimensi, yaitu : dimensi ragam kebiasaan, ragam sasaran, tingkat keseringan dan keterkaitan karakteristik individu pengguna *social network websites* dengan ragam *activity* dimaksud tadi. Dengan demikian riset ini menjadi berbeda dengan riset-riset yang telah ada sebelumnya.

## 2. Konsep-Konsep Teoritik

Ragam ciri yang terindikasi dalam fenomena penggunaan situs jejaring sosial sebagai bagian dari sejumlah fasilitas yang terdapat dalam medium internet tadi, pada hakikatnya itu sebenarnya menggambarkan bagaimana pola individu dalam menggunakan media (*mass media uses*) seperti dijelaskan Tan (1981 : 297) melalui model teorinya yang disebut *mass media uses and gratification*. Sebuah model teori yang sekaligus juga diketahui menjadi penanda bahwa khalayak yang sebelumnya dianggap pasif dalam versi model jarum hipodermis itu, ternyata aktif dalam penggunaan media. Sementara, aktivitas khalayak sendiri mengandung arti bahwa anggota khalayak itu mengarahkan dirinya sendiri pada proses komunikasi. Asumsi ini memandang bahwa penggunaan media didorong oleh kebutuhan dan tujuan yang didefinisikan sendiri oleh khalayak, dan partisipasi aktif dalam proses komunikasi dapat membantu, membatasi atau bahkan mempengaruhi gratifikasi dan efek yang berkaitan dengan terpaan media (Levy dan Windahl dalam Gayatri, 1997 : 3).

### a. *Network society*

Konsep dimaksud pada dasarnya adalah sebuah konsep yang mengabstraksi fenomena komunikasi antarmanusia melalui media baru yang lazim dikenal dengan internet. Walau jauh sebelumnya konsep dimaksud belum diketahui oleh khalayak luas, namun fenomenanya secara futurologi telah digambarkan oleh Mc Luhan melalui konsep *global village-electronic age*-nya (dalam Griffin 2003). Fenomena konsep dimaksud sejalan dengan fenomena perkembangan *ICT*, maka menyebabkannya jadi berkembang dan bervariasi.

*Network Society* fenomenanya secara gradual pertama kali dikenal melalui gagasan Mc Luhan melalui konsep *global village- electronic age*-nya.(dalam Griffin 2003.). Perkembangan konsep dimaksud diantaranya ditandai melalui pemunculan konsep *information society* sebagaimana dikemukakan Webster (1995). Menurutnya pengertian

---

<sup>8</sup> Sebagaimana dikutip oleh Choi *et al.*, dalam riset mereka “*Motives of Internet uses : Crosscultural Perspective- The US, The Netherlands, and South Korea*”.

konsep dimaksud terkait dengan lima konsep, yakni : menurut konsep *technological, economic, occupational, spatial, dan cultural*.

Selain konsep *information society*, ada juga yang menggagasnya menjadi konsep '*The Wired Society*', *the post industrial society*. James Martin (1978) '*The Wired Society*' diartikannya sebagai suatu masyarakat yang terkoneksi dengan massa dan jaringan telekomunikasi. ([http://en.wikipedia.org/wiki/Network\\_society](http://en.wikipedia.org/wiki/Network_society)).

Sementara konsep *network societies* sendiri diantaranya diartikan Barney (2004: 25sq). Dalam pengertiannya berarti "*the reproduction and institutionalization throughout (and between) those societies of networks as the basic form of human organization and relationship across a wide range of social, political and economic configurations and associations*". Dengan konseptualisasi serupa sama Barney, Jan Van Dijk (2006) mendefinisikan *network society as a "social formation with an infrastructure of social and media networks enabling its prime mode of organization at all levels (individual, group/organizational and societal* ([http://en.wikipedia.org/wiki/Information\\_society](http://en.wikipedia.org/wiki/Information_society)).

#### b. Internet<sup>9</sup>

Medium internet yang secara konseptual dikenal pada tahun 1970, yang nota bene secara fisik juga dikembangkan dari *software* bernama ARPANET yang dikembangkan pihak militer Amerika Serikat<sup>10</sup>, dalam kenyataan juga memiliki banyak definisi. Dalam kamus Merriam-Webster *Online Dictionary* bahwa komputer merupakan *electronic communications network that connects computer networks and organizational computer facilities around the world*. (<http://www.merriam-webster.com/dictionary/Internet>). Menurut *Your Dictionary*, secara leksikal disebutkan bahwa *internet refers to a collection of networks connected by routers*. (<http://www.yourdictionary.com/internet>). Definisi lainnya yaitu *the global network of public computers running Internet Protocol*.

Dengan definisi leksikal tersebut, maka substansi internet adalah menyangkut komunikasi antarmanusia di seluruh dunia melalui jaringan komunikasi elektronik yang dimungkinkan karena adanya koneksitas jaringan komputer. Dengan kata lain, internet berarti jutaan komputer di seluruh dunia yang saling berketersambungan. Karenanya, jika sebuah komputer sudah tersambung dengan internet, maka komputer tersebut sudah terkoneksi dengan komputer-komputer lainnya melalui jaringan kabel telepon, kabel dan satelit. *Web, e-mail, chat, dan newsgroups* merupakan beberapa hal yang dapat dilakukan pada internet<sup>11</sup>.

Salah satu konsep mutakhir yang ditawarkan untuk melihat internet sebagai media komunikasi adalah konsep "*computer mediated communications*" (CMC). Konsep CMC dari Jhon December ([www.december.com](http://www.december.com)) yang dirumuskannya menjadi *a process of human communication via computers, involving people situated on particular context, engaging in processes to shape media for a variety of purposes*,<sup>12</sup> ini sebenarnya masih bersifat "mentah" dan cenderung menerjemahkan konsep CMC dari alur logika teknis jaringan internet. Apalagi konsep-konsep yang ditawarkan dalam CMC tidak melihat komunikasi melalui internet adalah bersifat virtual (maya). Konsep CMC juga tidak memberi penjelasan tentang level dan konteks komunikasi, unsur-unsur komunikasi yang terlibat serta model yang berlaku dalam komunikasi menggunakan internet.

Internet sebagai *Supermedium for communicating*, berdasarkan indikasi yang ada maka dari segi pemanfaatannya menunjukkan peningkatan dari waktu ke waktu. Sebagai contoh, misalnya seperti yang dilaporkan oleh *the Household Internet Use Survey (HIUS)* mengenai rumah tangga yang menggunakan internet di Kanada. Disebutkan, dari tahun 1999 ke tahun 2000 meningkat 1.4 juta rumah tangga (+42%). Dari tahun 2000 ke tahun 2001, meski tidak setajam sebelumnya akan tetapi tetap terjadi peningkatan, yakni meningkat sebanyak 1,1 (+23%) juta rumah tangga yang menggunakan internet secara teratur di rumah. (*The Daily*, dalam : <http://www.statcan.ca/Daily/English/020725/d020725a.htm>).

<sup>9</sup> Dicuipik dari Hasyim Ali Imran, 2010. "POLA AKTIVITAS KOMUNIKASI PENGGUNA INTERNET MELALUI SITUS JEJARING SOSIAL", *Jurnal Studi Komunikasi dan Media* Vol 14 (2). Jakarta. Balai Pengkajian dan Pengembangan Komunikasi dan Informatika (BPPKI) Jakarta.

<sup>10</sup> <http://www.exampleessays.com/viewpaper/32010.html>

<sup>11</sup> (*TekMom's Tech Buzzwords*, dalam : <http://www.tekmom.com/buzzwords/zdinternet.html>).

<sup>12</sup> (<http://fantastic4.blogdetik.com/2009/03/06/friendster-vs-facebook/>)

Namun demikian, fenomenanya tidak sama antar sesama negara di dunia. Penggunaan yang relatif baik umumnya dialami oleh negara-negara yang sudah relatif maju, seperti negara Kanada yang disebutkan barusan. Sementara tingkat penggunaan yang relatif rendah biasanya terjadi di negara-negara berkembang dan terkebelakang.

### c. **Aktivitas Komunikasi**

Aktivitas khalayak mengandung arti bahwa anggota khalayak itu mengarahkan dirinya sendiri pada proses komunikasi (dalam , Gayatri , 1997 : 4). Aktivitas khalayak 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 aktivitas berdasarkan saat terjadinya : sebelum, selama, dan sesudah terpaan media (dalam, Gayatri, 1997:4). Jadi, dalam mengamati aktivitas khalayak dalam hubungannya dengan media, secara garis besar dapat dilakukan melalui dua cara, pertama menurut dimensi orientasi dan kedua menurut dimensi urutan komunikasi.

Selanjutnya, Katz, Gurevitch dan Hass dalam mendefinisikan ‘penggunaan’ media dalam kaitannya dengan konsep *aktivitas khalayak* Levy dan Windahl tadi, 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 aktivitas komunikasi melalui *internet/social network websites* dapat dilakukan melalui tiga bagian besar, yakni melalui unsur isi media/*social network websites*, jenis media dan terpaan media serta situasinya.

Jika pengertian konsep penggunaan terkait *activity* sebelumnya dihubungkan dengan persoalan penelitian ini, yang mempertanyakan fenomena aktivitas komunikasi masyarakat melalui *social network websites* dengan fokus pada fenomena dimensi ragam kebiasaan, ragam sasaran, dan tingkat keseringan, maka terkait konsep aktivitasnya Levy dan Windahl, ini berarti cenderung menelaah aktivitas dalam dimensi kedua, yakni terkait dengan dimensi urutan komunikasi, terutama pada aktivitas *selama* terjadinya terpaan media. Penelitian ini bermaksud melakukan pengujian hipotesis, namun demikian upaya melakukan keterkaitan antara fenomena *activity* dengan sejumlah karakteristik individu tetap akan dilakukan dalam rangka sebatas upaya melihat potret *activity*.

## 2. **Definisi Konsep dan operasional**

Aktivitas khalayak adalah pengarahannya diri sendiri anggota khalayak pada proses komunikasi yang sifatnya terkait dengan dimensi kedua yakni menyangkut urutan komunikasi terutama pada fase ‘selama’. Fenomena *activity* difokuskan hanya pada fenomena aktivitas ‘selama’ mengakses yang dilihat dari empat dimensi, yaitu : dimensi ragam kebiasaan, ragam sasaran, dan ragam tingkat keseringan.

## 3. **Metode Penelitian**

Penelitian ini menggunakan paradigma positivistik dan melalui metode survei sebagai teknik pengumpulan datanya. Populasi penelitian adalah para penduduk yang berusia dewasa di 9 RW dan 40 RT di Kelurahan Tamalanrea Indah, Kecamatan Tamalanrea, Kota Makassar, Provinsi Sulawesi Selatan. Populasi penduduk di wilayah dimaksud sebanyak 14.055 jiwa (Pria 6.836; Wanita 7.219) dengan jumlah rumah tangga 5.519 KK dan luas wilayah 4,74 km<sup>2</sup> sehingga kepadatan penduduk di kelurahan Tamalanrea Indah tersebut adalah 2.965 km<sup>2</sup>. Penelitian ini sendiri *Sampling size*-nya bersifat quota, yakni sebesar 150 dengan pengambilannya yang purposive dengan teknik *aksidental sampling*.

Pengumpulan data dilakukan dengan menggunakan kuesioner yang dalam pelaksanaannya dilakukan oleh peneliti dengan dibantu anggota pemuda dan aparat Kelurahan Tamalanrea Indah sebagai pendamping untuk kelancaran pelaksanaan proses pengumpulan data. Data yang terkumpul kemudian diedit secara manual dan kemudian diolah secara komputerisasi melalui bantuan aplikasi SPSS. Out put data SPSS menjadi sumber data utama untuk keperluan analisis (deskriptif) dan interpretasi.

#### 4. Penyajian dan Analisis Data

##### a. Identitas Responden

Temuan penelitian terkait jenis kelamin menunjukkan fenomena distribusi data yang seimbang antara pria dan wanita dari sampel sebanyak 150. Namun usia mereka dalam kategori MDGs lebih dominan yang berkategori *Millenial* (lahir > 1982), mencapai 61.3 %. Cukup banyak juga di antara mereka yang berkategori *Xers* (lahir 1965 - 1982), yakni 34.0 %. Sedikit saja di antara mereka yang masih dari kalangan *Baby Boomers* (lahir 1946 – 1964) (4.7%). Bahkan sudah tidak ada di antara mereka yang berasal dari kalangan Veteran. Dengan demikian responden penelitian ini menjadi ideal dari segi usia dalam kategori konsep MDGs. Diduga mereka itu bisa jadi sebagai responden-responden yang termasuk *pervasive* terkait dengan masyarakat dalam kategori *network society*.

Responden juga diketahui umumnya beragama Islam itu, dari segi tingkat pendidikan juga diketahui bahwa bagian terbesar (53.3%) mereka menamatkan pendidikan SLTA. Cukup berarti juga (25.3% ) jumlah mereka yang berlatarbelakangkan pendidikan SLTP. Pendidikan lainnya seperti SD, diploma, sarjana dan pasca sarjana proporsinya relatif kecil, di bawah 10 %.

Lalu, responden riset ini juga diketahui memiliki sepuluh jenis pekerjaan. Namun bagian terbesar (40.7%) mereka itu berasal dari kalangan pegawai swasta. Cukup banyak (36.0%) juga jumlahnya mereka yang masih berstatus Pelajar/Mahasiswa. Sementara responden ibu rumah tangga, meski jumlahnya tidak banyak (10.7%) namun jumlahnya tidak dapat dianggap ‘tidak berarti’ sehubungan jumlah jenis pekerjaan lainnya itu proporsinya relatif kecil, yakni masing-masing < 5 %.

Dalam kaitannya dengan produk Teknologi Informasi dan Komunikasi (TIK) seperti internet, ada indikasi bahwa mereka itu cenderung sudah mengenal akrab. Indikasi ini setidaknya tampak dari pengetahuan mereka tentang eksistensi *social network websites* sebagai salah satu bentuk layanan dalam medium internet. Ada delapan *social network websites* yang terungkap dari pengakuan mereka tahu. Namun demikian, dari delapan *social network websites* tadi, tampak hanya dua *social network websites* yang akunnnya sudah banyak dimiliki responden, yaitu Facebook (100%) dan Twitter (52.7%). Youtube juga termasuk *social network websites* yang akunnnya tidak sedikit (14.7%) telah dimiliki responden. Termasuk Flixster yang pemilik akunnnya sudah ada juga meski jumlahnya baru mencapai 10.0% saja.

##### b. Aktivitas Komunikasi Melalui situs jejaring sosial

###### 1. Ragam Kebiasaan beraktivitas

Temuan terkait ragam aktivitas responden disajikan dalam tabel 1 berikut. Dari tabel dimaksud distribusi datanya menampakkan bahwa ada 16 ragam jenis aktivitas yang biasa mereka lakukan saat mengakses situs jejaring sosial. Namun demikian tidak semua jenis aktivitas tadi dominan *biasa* dilakukan responden.

Meskipun begitu, hampir semua jenis aktivitas itu secara dominan sudah dilakukan responden. Beragam jenis aktivitas dimaksud yaitu : "Upload Foto diri sendiri"(97.3%); "Mengundang/menerima orang lain jadi teman"(96.0); "Mencari teman lama"(94.7%); "mengomentari pernyataan orang lain dalam situs"(86.7%); "Melihat-lihat profil orang lain" (83.3%); "Dating dengan teman" (71.3%); dan "Main game"(56.7%) termasuk jenis aktivitas yang sudah biasa dilakukan oleh banyak responden. Sementara jenis-jenis aktivitas lainnya seperti "Mendengar musik new entry" dan lain-lain proporsinya masih < 50%. (lihat tabel 1).

Melihat fenomena dominasi sejumlah besar jenis aktivitas pada distribusi data tabel 1 sebelumnya, kiranya itu menunjukkan pencerminan sikap-perilaku yang cenderung bersifat ‘*personal interest*’ dan jauh dari sikap-sikap yang ‘*business interest*’. Masih relatif sedikit di antara responden itu yang ‘sikap-perilaku bermedia jejaring sosial’-nya itu sudah mencerminkan ‘*business interest*’. Proporsi mereka itu baru sebesar 12.7 % saja., di mana aktivitas itu berupa "Menawarkan barang kepada teman online".

**Tabel 1**  
**Responden menurut Aktivitas yang biasa dilakukan Saat Online**  
**Melalui situs jejaring sosial**  
 n : 150

Ragam Kebiasaan Aktivitas	Ya		Tidak		Jumlah	
	f	%	f	%	f	%
1) "Upload Foto diri sendiri"	146	97.3	4	2.7	150	100.0
2) "Download foto orang lain"	58	38.7	92	61.3	150	100.0
3) "Mengundang/menerima orang lain jadi teman"	144	96.0	6	4.0	150	100.0
4) "Menyampaikan uneg-uneg"	134	89.3	16	10.7	150	100.0
5) "Mencari teman lama"	142	94.7	8	5.3	150	100.0
6) "mengomentari pernyataan orang lain dalam situs"	130	86.7	20	13.3	150	100.0
7) "Menawarkan barang kepada teman online"	19	12.7	131	87.3	150	100.0
8) "Dating dengan teman"	107	71.3	43	28.7	150	100.0
9) "Melihat-lihat profil orang lain"	125	83.3	25	16.7	150	100.0
10) "Main game"	85	56.7	65	43.3	150	100.0
11) "Upload video diri sendiri"	23	15.3	127	84.7	150	100.0
12) "Upload video orang lain"	7	4.7	143	95.3	150	100.0
13) "Download musik"	58	38.7	92	61.3	150	100.0
14) "Mendengar musik new entry"	74	49.3	76	50.7	150	100.0
15) "Invitation"	44	29.3	106	70.7	150	100.0
16) "Greeting/ucapan selamat"	74	49.3	76	50.7	150	100.0

Sumber : diolah kembali dari hasil out put SPSS.

## 2. Ragam Sasaran Aktivitas Komunikasi Melalui Situs Jejaring Sosial

Menyangkut sasaran komunikasi yang biasa menjadi target kalangan responden saat menggunakan situs jejaring sosial (lihat tabel 2), temuan memperlihatkan bahwa responden itu lebih banyak (88.0%) proporsinya yang mengarahkannya "kepada siapa saja (everyone)". Kemudian "hanya kepada teman tertentu" (62.7%). Cukup banyak juga jumlahnya (48.7%) yang mengarahkan "kepada seseorang".

Dengan gambaran pola distribusi data tabel 2 sebelumnya kiranya memperlihatkan bahwa responden riset ini umumnya, bahwa melalui sosial media ingin memperlihatkan hakikat dari suatu proses komunikasi. Hakikat komunikasi dimaksud yaitu diusahakan semaksimal mungkin 'diketahui seluas-luasnya' suatu pesan oleh komunikan.



**Tabel 2**  
**Responden Menurut arah/orientasi Aktivitas Komunikasi yang biasa dilakukan Melalui Situs Jejaring Sosial**  
n : 150

Ragam sasaran pengarah aktivitas	Ya		Tidak		Jumlah	
	f	%	f	%	f	%
"kepada siapa saja (everyone)"	132	88.0	18	12.0	150	100.0
"hanya kepada teman tertentu"	94	62.7	56	37.3	150	100.0
"teman sekelompok"	36	24.0	114	76.0	150	100.0
"kepada seseorang"	73	48.7	77	51.3	150	100.0

Sumber : diolah kembali dari hasil out put SPSS.

### 3. Tingkat Keseringan Beraktivitas Komunikasi Melalui Ragam Jenis Komunikasi melalui Situs Jejaring Sosial

Gambaran frekuensi kalangan responden dalam beraktivitas terhadap beragam jenis aktivitas terkait media sosial sebelumnya, temuannya disajikan dalam tabel 3 berikut. Dari pola distribusi data pada tabel 3 dimaksud, maka diketahui bahwa terdapat sembilan (9) jenis aktivitas yang respondennya cenderung lebih banyak yang 'tidak pernah' mengakses jenis-jenis aktivitas dimaksud. Proporsinya berkisar 43.3 % - 95.3%. yaitu jenis aktivitas "Main game" dan "Upload video orang lain".

Kemudian, dari jenis-jenis aktivitas yang pernah diakses yang jumlah responden pengaksesnya relatif sedikit tadi, temuan memperlihatkan bahwa *tingkat keseringan* mereka dalam mengakses jenis-jenis aktivitas itu cenderung lebih banyak yang 'jarang'. Misalnya seperti jenis-jenis aktivitas "Mencari teman lama" (67.3%); "Melihat-lihat profil orang lain" (59.3 %); "Upload Foto diri sendiri" (58.0 %); dll. Sementara jumlah responden yang cukup banyak jumlahnya (36.7%) yang sering mengakses yaitu responden pengakses "Mengundang/menerima orang lain jadi teman". Sementara jenis aktivitas "Mendengar musik new entry" menjadi jenis aktivitas yang 'sangat sering' dilakukan sejumlah responden meski dalam proporsi yang tidak banyak (18.0%) dan "Menyampaikan uneg-uneg (14.0%).

**Tabel 3**  
**Responden Menurut Tingkat Keseringannya terhadap sejumlah aktivitas yang ada dalam berkomunikasi Melalui Situs Jejaring Sosial**  
n : 150

Ragam Kebiasaan Aktivitas	Sangat sering		Sering		Jarang		Tidak Pernah		Jumlah	
	f	%	f	%	f	%	f	%	f	%
1) "Upload Foto diri sendiri"	15	10.0	44	29.3	87	58.0	4	2.7	150	100.0
2) "Download foto orang lain"	-	-	10	6.7	49	32.7	91	60.7	150	100.0
3) "Mengundang/menerima orang lain jadi teman"	3	2.0	55	36.7	86	57.3	6	4.0	150	100.0
4) "Menyampaikan uneg-uneg"	21	14.0	52	34.7	61	40.7	16	10.7	150	100.0
5) "Mencari teman lama"	1	.7	40	26.7	101	67.3	8	5.3	150	100.0
6) "mengomentari pernyataan orang lain dalam situs"	15	10.0	51	34.0	64	42.7	20	13.3	150	100.0
7) "Menawarkan barang kepada teman online"	2	1.3	6	4.0	12	8.0	130	86.7	150	100.0

8) "Datang dengan teman"	4	2.7	30	20.0	73	48.7	43	28.7	150	100.0
9) "Melihat-lihat profil orang lain"	7	4.7	29	19.3	89	59.3	25	16.7	150	100.0
10) "Main game"	17	11.3	23	15.3	45	30.0	65	43.3	150	100.0
11) "Upload video diri sendiri"			2	1.3	21	14.0	127	84.7	150	100.0
12) "Upload video orang lain"	1	.7			6	4.0	143	95.3	150	100.0
13) "Download musik"	1	.7	26	17.3	31	20.7	92	61.3	150	100.0
14) "Mendengar musik new entry"	27	18.0	15	10.0	32	21.3	76	50.7	150	100.0
15) "Invitation"			12	8.0	32	21.3	106	70.7	150	100.0
16) "Greeting/ucapan selamat"	2	1.3	14	9.3	58	38.7	76	50.7	150	100.0
17) Berdiskusi dengan anggota group			6	4.0	38	25.3	106	70.7	150	100.0

Sumber : diolah kembali dari hasil out put SPSS.

#### 4. Hubungan Karakteristik Individu dengan Aktivitas Komunikasi

Seperti sudah disinggung sebelumnya di bagian awal, riset ini juga termasuk berupaya mengetahui keterkaitan variabel mayor karakteristik dengan variabel jenis kebiasaan beraktivitas dalam penggunaan *social network media websites*. Tidak semua variabel minor yang tercakup dalam variabel mayor karakteristik dilihat keterkaitannya, namun hanya beberapa saja, yaitu variabel minor 'tingkat pendidikan' dan variabel minor 'usia dalam kategori MDGs'. Terhadap keterkaitan dua variabel dimaksud, pengujian statistiknya dilakukan dengan bantuan aplikasi SPPSS seri 17.0. Hasilnya disajikan dalam tabel 4 dan tabel 5.

##### a. Hubungan Usia kategori MDGs dengan Jenis Kebiasaan

Sebagaimana diperlihatkan dalam data tabel 4, **Hasil tes Chi square ( $\chi^2$ )** terhadap data riset ( $O$ ) = 653 (nilai terbesar). Dibandingkan dengan nilai  $\chi^2$  pada tabel distribusinya secara teoritis dengan **df 2 pada  $\alpha$  0.05**, nilai observasi ( $O$ ) yang sebesar 653 tadi sangat jauh lebih kecil dibandingkan dengan nilai teoritis yang sebesar **5.991. Selisihnya 5.404. Ini artinya hasil riset ( $O$ ) ini tidak SIGNIFIKAN.** Dengan kata lain, secara scientific tidak ada hubungan yang berarti terkait usia MDGs responden dengan akses internet. Intinya usia dalam kategori MDGs hampir tak berkait dengan mengakses internet (dalam hubungannya dengan jenis-jenis kebiasaan). Mau tua, anak-anak, remaja maupun dewasa, tidak ada kaitannya dengan akses internet. Artinya, semua orang butuh akses aplikasi jejaring sosialnya.

**Tabel 4**

#### Statistik Hubungan Usia kategori MDGs dengan Jenis Kebiasaan

Usia MDGs	Pearson Chi-Square	Asymp. Sig. (2-sided)	DF	$\alpha$	Jenis Kebiasaan	Signifiqansi	
						Ya	Tidak
v	v	.211	2	0,05	Upload Foto diri sendiri		5.991
v	v	.030	2	0,05	Download foto orang lain		5.991
v	v	.033	2	0,05	Mengundang/menerima orang lain jadi teman		5.991
v	v	.000	2	0,05	"Menyampaikan uneg-uneg"		5.991
v	v	.653	2	0,05	Mencari teman lama		5.991
v	v	.002	2	0,05	"mengomentari pernyataan orang lain dalam situs"		5.991

v	v	.055	2	0,05	"Menawarkan barang kepada teman online"	5.991
v	v	.015	2	0,05	"Dating dengan teman"	5.991
v	v	.512	2	0,05	Melihat-lihat profil orang lain	5.991
v	v	.067	2	0,05	Main game	5.991
v	v	.088	2	0,05	Download musik	5.991
v	v	.587	2	0,05	invitation	5.991
v	v	.035	2	0,05	Mendengar musik new entry	5.991
v	v	.128	2	0,05	Greeting/ucapan selamat	5.991

Sumber : diolah kembali dari hasil out put SPSS.

### b. Hubungan Tingkat Pendidikan dengan Jenis Kebiasaan

Terkait dengan Hubungan Usia kategori MDGs dengan Jenis Kebiasaan, sebagaimana diperlihatkan data tabel 5, maka hasilnya memperlihatkan bahwa nilai observasi ( $\chi^2$ ) terbesar pada Hubungan Tingkat Pendidikan dengan Jenis Kebiasaan adalah antara tingkat pendidikan SLTP dengan Download foto orang lain, nilainya sebesar .806. Nilai ini sangat jauh berada di bawah nilai teoritis distribusi *chi square* pada df 2 dengan  $\alpha$  0.05 yang sebesar 9.488. Dengan demikian ini dapat ditafsirkan bahwa secara statistik terkait hubungan di antara kedua variabel ini tidak ada signifikansi yang berarti. Dengan kata lain secara statistik tingkat pendidikan individu cenderung tidak menentukan jenis kebiasaan dalam akses media sosial.

**Tabel 5**  
**Statistik Hubungan Tingkat Pendidikan dengan Jenis Kebiasaan**

Tingkat Pendidikan	Pearson Chi-Square	Asymp. Sig. (2-sided)	DF	$\alpha$	Jenis Kebiasaan	Signifiquansi	
						Ya	Tidak
					<b>Upload Foto diri sendiri</b>		
SD	v	0	0	0,05			0
SLTP	v	.068	4	0,05			9.488
SLTA	v	.000	8	0,05			15.507
Diploma	v	0	0	0,05			0
Sarjana	v	0	0	0,05			0
PASCA SARJANA	v	0	0	0,05			0
					<b>Download foto orang lain</b>		
SD	v	.634	3	0,05			7.815
SLTP	v	.806	4	0,05			9.488
SLTA	v	.364	8	0,05			15.507
Diploma	v	.132	3	0,05			7.815
Sarjana	v	.362	3	0,05			7.815
PASCA SARJANA	v	0	0	0,05			0
					<b>Mengundang/menerima orang lain jadi teman</b>		
SD	v	0	0	0,05			0
SLTP	v	.00	4	0,05			9.488

SLTA	v	.040	8	0,05		15.507
Diploma	v	.821	3	0,05		7.815
Sarjana	v	0	0	0,05		0
PASCA SARJANA	v	0	0	0,05		0
					<b>"Menyampaikan uneg- uneg"</b>	
SD	v	.007	3	0,05		7.815
SLTP	v	.000	4	0,05		9.488
SLTA	v	.040	8	0,05		15.507
Diploma	v	.821	3	0,05		7.815
Sarjana	v	0	0	0,05		0
PASCA SARJANA	v	0	0	0,05		0
					<b>Mencari teman lama</b>	
SD	v	0	0	0,05		0
SLTP	v	.000	4	0,05		9.488
SLTA	v	.040	8	0,05		15.507
Diploma	v	.821	3	0,05		7.815
Sarjana	v	0	0	0,05		0
PASCA SARJANA	v	0	0	0,05		0
					<b>"mengomentari pernyataan orang lain dalam situs"</b>	
SD	v	.007	3	0,05		7.815
SLTP	v	.063	4	0,05		9.488
SLTA	v	.028	8	0,05		15.507
Diploma	v	.565	3	0,05		7.815
Sarjana	v	.046	3	0,05		7.815
PASCA SARJANA	v	0	0	0,05		0
					<b>"Menawarkan barang kepada teman online"</b>	
SD	v	.007	3	0,05		7.815
SLTP	v	.723	4	0,05		9.488
SLTA	v	.475	8	0,05		15.507
Diploma	v	.565	3	0,05		7.815
Sarjana	v	.046	3	0,05		7.815
PASCA SARJANA	v	0	0	0,05		0
					<b>"Dating dengan teman"</b>	
SD	v	.176	3	0,05		7.815
SLTP	v	.426	4	0,05		9.488
SLTA	v	.000	8	0,05		15.507
Diploma	v	.565	3	0,05		7.815
Sarjana	v	.877	3	0,05		7.815
PASCA SARJANA	v	0	0	0,05		0

					Melihat-lihat profil orang lain		
SD	v	.526	3	0,05			7.815
SLTP	v	.040	4	0,05			9.488
SLTA	v	.447	8	0,05			15.507
Diploma	v	.024	3	0,05			7.815
Sarjana	v	.046	3	0,05			7.815
PASCA SARJANA	v	0	0	0,05			0
					<b>Main game</b>		
SD	v	.323	3	0,05			7.815
SLTP	v	.006	4	0,05			9.488
SLTA	v	.036	8	0,05			15.507
Diploma	v	.380	3	0,05			7.815
Sarjana	v	.292	3	0,05			7.815
PASCA SARJANA	v	0	0	0,05			0
					<b>Upload video diri sendiri</b>		
SD	v	.120	3	0,05			7.815
SLTP	v	.500	4	0,05			9.488
SLTA	v	.968	8	0,05			15.507
Diploma	v	.565	3	0,05			7.815
Sarjana	v	.046	3	0,05			7.815
PASCA SARJANA	v	0	0	0,05			0
					<b>Upload video orang lain</b>		
SD	v	0	0	0,05			0
SLTP	v	.001	4	0,05			9.488
SLTA	v	.287	8	0,05			15.507
Diploma	v	.821	3	0,05			7.815
Sarjana	v	0	0	0,05			0
PASCA SARJANA	v	0	0	0,05			0
					<b>Download musik</b>		
SD	v	.162	3	0,05			7.815
SLTP	v	.187	4	0,05			9.488
SLTA	v	.806	8	0,05			15.507
Diploma	v	.132	3	0,05			7.815
Sarjana	v	.292	3	0,05			7.815
PASCA SARJANA	v	0	0	0,05			0
					<b>invitation</b>		
SD	v	.187	3	0,05			7.815
SLTP	v	.500	4	0,05			9.488
SLTA	v	.539	8	0,05			15.507
Diploma	v	.155	3	0,05			7.815
Sarjana	v	.362	3	0,05			7.815
PASCA SARJANA	v	0	0	0,05			0

					Mendengar musik new entry	
SD	v	.409	3	0,05		7.815
SLTP	v	.480	4	0,05		9.488
SLTA	v	.175	8	0,05		15.507
Diploma	v	.060	3	0,05		7.815
Sarjana	v	.362	3	0,05		7.815
PASCA SARJANA	v	0	0	0,05		0
					Greeting/ucapan selamat	
SD	v	.117	3	0,05		7.815
SLTP	v	.287	4	0,05		9.488
SLTA	v	.378	8	0,05		15.507
Diploma	v	.307	3	0,05		7.815
Sarjana	v	.410	3	0,05		7.815
PASCA SARJANA	v	0	0	0,05		0

Sumber : Dimodifikasi berdasarkan hasil output SPSS.

## 5. Diskusi

Penelitian ini berusaha menjawab tentang fenomena aktivitas komunikasi masyarakat melalui *social network websites*. Permasalahan difokuskan pada fenomena ragam kebiasaan beraktivitas, ragam sasaran aktivitas, tingkat keseringan beraktivitas, dan keterkaitan karakteristik individu pengguna *social network websites* dengan ragam *activity* dimaksud tadi.

Dari hasil pembahasan menunjukkan bahwa terkait dengan fenomena Ragam Kebiasaan beraktivitas, temuan menunjukkan hampir semua jenis aktivitas itu secara dominan sudah dilakukan responden. Beragam jenis aktivitas dimaksud yaitu : "Upload Foto diri sendiri"(97.3%); "Mengundang/menerima orang lain jadi teman"(96.0); "Mencari teman lama"(94.7%); "mengomentari pernyataan orang lain dalam situs"(86.7%); "Melihat-lihat profil orang lain" (83.3%); "Dating dengan teman" (71.3%); dan "Main game"(56.7%) termasuk jenis aktivitas yang sudah biasa dilakukan oleh banyak responden. Sementara jenis-jenis aktivitas lainnya seperti "Mendengar musik new entry" dan lain-lain proporsinya masih < 50%. Fenomena dominasi sejumlah besar jenis aktivitas ini menunjukkan pencerminan sikap-perilaku yang cenderung bersifat '*personal interest*' dan jauh dari sikap-sikap yang '*business interest*'. Masih relatif sedikit di antara responden itu yang 'sikap-perilaku bermedia jejaring sosial'-nya itu sudah mencerminkan '*business interest*'.

Dalam kaitan dengan fenomena Ragam Sasaran Aktivitas Komunikasi Melalui Situs Jejaring Sosial, temuan menunjukkan bahwa sasaran komunikasi yang biasa menjadi target kalangan responden saat menggunakan situs jejaring sosial temuan memperlihatkan bahwa responden itu lebih banyak proporsinya yang mengarahkannya "kepada siapa saja (everyone)". Kemudian "hanya kepada teman tertentu". Cukup banyak juga jumlahnya yang mengarahkan "kepada seseorang". Dengan gambaran ini kiranya memperlihatkan bahwa responden riset ini umumnya, bahwa melalui sosial media ingin memperlihatkan hakikat dari suatu proses komunikasi. Hakikat komunikasi dimaksud yaitu diusahakan semaksimal mungkin 'diketahui seluas-luasnya' suatu pesan oleh komunikan.

Kemudian menyangkut persoalan Tingkat Keseringan Beraktivitas Komunikasi Melalui Ragam Jenis Komunikasi melalui Situs Jejaring Sosial, maka diketahui bahwa terdapat sembilan (9) jenis aktivitas yang respondennya cenderung lebih banyak yang 'tidak pernah' mengakses jenis-jenis aktivitas dimaksud. Proporsinya berkisar 43.3 % - 95.3%. yaitu jenis aktivitas "Main game" dan "Upload video orang lain". Selanjutnya, dari jenis-jenis aktivitas yang pernah diakses yang jumlah responden pengaksesnya relatif sedikit dimaksud, temuan memperlihatkan bahwa *tingkat keseringan* mereka dalam mengakses jenis-jenis aktivitas itu

cenderung lebih banyak yang 'jarang'. Misalnya seperti jenis-jenis aktivitas "Mencari teman lama"; "Melihat-lihat profil orang lain"; "Upload Foto diri sendiri"; dll. Sementara jumlah responden yang cukup banyak jumlahnya yang sering mengakses yaitu responden mengakses "Mengundang/menerima orang lain jadi teman". Sementara jenis aktivitas "Mendengar musik new entry" menjadi jenis aktivitas yang 'sangat sering' dilakukan sejumlah responden meski dalam proporsi yang tidak banyak dan "Menyampaikan uneg-uneg.

Dengan temuan yang mencerminkan keanekaragaman aktivitas responden (dalam dimensi Kebiasaan beraktivitas; Sasaran Aktivitas Komunikasi dan Tingkat Keseringan Beraktivitas) dalam mengakses internet (media sosial) sebelumnya, kiranya itu dapat menjadi gambaran yang relevan dengan apa yang diasumsikan oleh Levy dan Windahl (1985). Dalam asumsi teori *uses and gratification*, keterjadian ragam aktivitas tadi sendiri juga termasuk menjadi bentuk pencerminan ragam upaya individu dalam memenuhi kebutuhannya melalui penggunaan media. "...how individuals use mass communication to gratify their needs. "[https://www.utwente.nl/en/bms/communication-theories/sorted-by-cluster/Mass%20Media/Uses\\_and\\_Gratifications\\_Approach](https://www.utwente.nl/en/bms/communication-theories/sorted-by-cluster/Mass%20Media/Uses_and_Gratifications_Approach)). Sementara terkait dengan munculnya keragaman aktifitas itu sendiri, dalam asumsi teori ini juga hal itu diantaranya disebabkan faktor variabel anteseden seperti demografi.

Terakhir yaitu menyangkut persoalan Hubungan Karakteristik Individu dengan Aktivitas Komunikasi. Temuan menunjukkan bahwa menyangkut : **a. Hubungan Usia kategori MDGs dengan Jenis Kebiasaan**, secara *scientific* tidak ada hubungan yang signifikan terkait usia MDGs responden dengan akses internet. Intinya usia dalam kategori MDGs hampir tak berkaitan dengan mengakses internet. Mau tua, anak-anak, remaja maupun dewasa, tidak ada kaitannya dengan akses internet. Artinya, semua orang butuh akses aplikasi jejaring sosialnya. Terkait dengan **b. Hubungan Tingkat Pendidikan dengan Jenis Kebiasaan**, secara statistik terkait hubungan di antara keduanya tidak ada signifikansinya yang berarti. Dengan kata lain secara statistik tingkat pendidikan individu cenderung tidak menentukan jenis kebiasaan dalam akses media sosial. Keterjadian hubungan statistik yang demikian, dalam realita ilmiah memang dimungkinkan terjadi. Salah satu diantaranya mungkin karena faktor variabel anteseden atau bisa juga karena faktor variabel intervening. Selain itu, dimungkinkan juga karena faktor metodenya, seperti instrument penelitian yang kurang ideal terkait dengan ratio responden dengan jumlah sel yang ada dalam tabel sesuai dengan tuntutan item-item dalam instrumen.

### III. PENUTUP

#### Kesimpulan dan Saran

Hampir semua jenis aktivitas itu secara dominan sudah dilakukan responden. Beragam jenis aktivitas dimaksud yaitu : "Upload Foto diri sendiri" (97.3%); "Mengundang/menerima orang lain jadi teman" (96.0); "Mencari teman lama" (94.7%); "mengomentari pernyataan orang lain dalam situs" (86.7%); "Melihat-lihat profil orang lain" (83.3%); "Dating dengan teman" (71.3%); dan "Main game" (56.7%) termasuk jenis aktivitas yang sudah biasa dilakukan oleh banyak responden. Sementara jenis-jenis aktivitas lainnya seperti "Mendengar musik new entry" dan lain-lain proporsinya masih < 50%. Fenomena dominasi sejumlah besar jenis aktivitas ini menunjukkan pencerminan sikap-perilaku yang cenderung bersifat '*personal interest*' dan jauh dari sikap-sikap yang '*business interest*'. Masih relatif sedikit di antara responden itu yang 'sikap-perilakunya bermedia jejaring sosial '-nya itu sudah mencerminkan '*business interest*'.

Ragam Sasaran Aktivitas Komunikasi Melalui Situs Jejaring Sosial, temuan menunjukkan bahwa sasaran komunikasi yang biasa menjadi target kalangan responden saat menggunakan situs jejaring sosial (lihat tabel 2), temuan memperlihatkan bahwa responden itu lebih banyak (88.0%) proporsinya yang mengarahkannya "kepada siapa saja (everyone)". Kemudian "hanya kepada teman tertentu" (62.7%). Cukup banyak juga jumlahnya (48.7%) yang mengarahkan "kepada seseorang". Dengan gambaran pola distribusi dalam data tabel 2 sebelumnya kiranya memperlihatkan bahwa responden riset ini umumnya, bahwa melalui sosial media ingin memperlihatkan hakikat dari suatu proses komunikasi. Hakikat komunikasi dimaksud yaitu diusahakan semaksimal mungkin 'diketahui seluas-luasnya' suatu pesan oleh komunikan.

Tingkat Keseringan Beraktivitas Komunikasi Melalui Ragam Jenis Komunikasi melalui Situs Jejaring Sosial, temuan menunjukkan bahwa terdapat sembilan (9) jenis aktivitas yang respondennya cenderung lebih banyak yang ‘tidak pernah’ mengakses jenis-jenis aktivitas dimaksud.

Dari jenis-jenis aktivitas yang pernah diakses yang jumlah responden pengaksesnya relatif sedikit tadi, temuan memperlihatkan *tingkat keseringan* mereka dalam mengakses jenis-jenis aktivitas itu cenderung lebih banyak yang ‘jarang’. Misalnya seperti jenis-jenis aktivitas "Mencari teman lama" (67.3%); "Melihat-lihat profil orang lain" (59.3 %); "Upload Foto diri sendiri" (58.0 %); dll. Sementara jumlah responden yang cukup banyak jumlahnya (36.7%) yang sering mengakses yaitu responden pengakses "Mengundang/menerima orang lain jadi teman". Sementara jenis aktivitas "Mendengar musik new entry" menjadi jenis aktivitas yang ‘sangat sering’ dilakukan sejumlah responden meski dalam proporsi yang tidak banyak (18.0%) dan "Menyampaikan uneg-uneg" (14.0%).

Temuan menunjukkan bahwa menyangkut : a. Hubungan Usia kategori MDGs dengan Jenis Kebiasaan, secara scientific tidak ada hubungan yang berarti terkait usia MDGs responden dengan akses internet. Terkait dengan b. Hubungan Tingkat Pendidikan dengan Jenis Kebiasaan, secara statistik terkait hubungan di antara kedua variabel ini tidak ada signifikansinya yang berarti. Dengan kata lain secara statistik tingkat pendidikan individu cenderung tidak menentukan jenis kebiasaan dalam akses media sosial.

**Ucapan Terimakasih :** Penulis mengucapkan terimakasih kepada tim redaksi yang telah memberikan kesempatan kepada penulis untuk turut berpartisipasi dalam mengisi JSKM pada edisi kali ini.

#### **Daftar Pustaka:**

- Castells, Manuel dan Maria Isabel Diaz de Isia dalam : <http://www.uoc.edu/in3/wp/picwp1201/>.
- Choi *et al*, *Motives of Internet uses : Crosscultural Perspective- The US, The Netherlands, and South Korea*. Tanpa Tahun.
- Imran, Hasyim Ali dan Hoesin, Hanif. 2007., “Literasi Komputer Masyarakat Pedesaan”, dalam Jurnal Studi Komunikasi dan Media, Vol. 11 (2), hm.170, Jakarta, Balai Pengkajian dan Pengembangan Informasi Wilayah II Jakarta.
- Imran, Hasyim Ali. 2010. “POLA AKTIVITAS KOMUNIKASI PENGGUNA INTERNET MELALUI SITUS JEJARING SOSIAL”, Jurnal Studi Komunikasi dan Media Vol 14 (2). Jakarta. Balai Pengkajian Dan Pengembangan Komunikasi Dan Informatika (BPPKI) Jakarta.
- Levy, Mark dan Sven Windahl. 1985 “The Concept of Audience Activity”, dalam Rosengren, Werner dan Palmgreen (eds) *Media Gratification Research*. Beverly Hill : Sage.
- Mc Luhan, Marshal. 2003”*Technology Determinism*”, In *A First Look at Communication Theory*, Fifth Edition, by EM Griffin, New York, McGraw Hill.
- Nawawi, Muhammad Ridwan , Sahnur , Muhammad Irfani dan Dwiyaksa, Dino.2008. “ANALISIS DAN PERANCANGAN APLIKASI JEJARING SOSIAL PENJUALAN BERBASIS WEB.
- Sugiyono. 2006. *Statistika untuk Penelitian*. Bandung : Alfabeta
- Tanpa Nama. *Uses And Gratification Theory*-dalam, <http://communicationtheory.org/uses-and-gratification-theory/>, (accessed, August, 24, 2015).
- University of Twente.2017.“Uses and Gratifications Approach”. dalam <https://www.utwente.nl/en/bms/communication-theories>. accessed on August, 15, 2017.
- Webster, Frank. 1995. *Theories of The Information Society*. London and New York. Rout Ledge.