

# PERILAKU PENGGUNAAN INTERNET OLEH REMAJA DI SALATIGA

## DALAM PERSPEKTIF MEDIA SYSTEM DEPENDENCY THEORY

Oleh:

Dewi Kartika Sari

[dewikaes@gmail.com](mailto:dewikaes@gmail.com)

### ABSTRACT

*Study on the behavior of Internet usage lately started a lot done. A study of Internet usage behavior seen in the perspective of the media system dependency theory in Indonesia is still hard to find. For this reason, so this research is done. Taking the subject of research is the empirical data because according to teens, the majority of Internet users are teenagers, so look at the behavior of adolescents within the perspective of the media system dependency theory seems interesting to do.*

*The results showed that at the micro level, respondents chose the television media as the primary medium in bermedia activity, followed by the second after the Internet as a medium of television. But in terms of information retrieval, respondents chose the Internet as the main media in obtaining information, followed by television as a media both in the context of obtaining information. At the macro level, it is known that most respondents lived with the family of batih. In the perspective of the media system dependency an attribute theory, social environment gives influence to the respondents to select the medium used and determine which media are used to meet his needs. Other social systems are assumed to have influence is the participation of respondents in organisations in the school and outside the school. Note that the participation of respondents in organisations in the school and outside the school is a member of these organizations.*

**Keywords:** Media, Youth, Social System

## 1. PENDAHULUAN

Studi penggunaan Internet akhir-akhir ini telah banyak dilakukan. Dalam konteks *media system dependency theory* di Indonesia, belum banyak dilakukan. Disisi lain, *media system dependency theory* di negara lain selain Indonesia mulai banyak dilakukan. Setidaknya ada empat buah hasil studi mengenai *media system dependency theory*. Keempat penelitian adalah : (1) Media System Dependency, Symbolic Power, and Human Rights Online Video: Learning from Burma's "Saffron Revolution" and WITNESS's Hub yang dilakukan oleh Melissa Brough dan Zhan Li dari University of Southern California. Hasil penelitian tersebut dimuat di International Journal of Communication 7 (2013) halaman 281-304; (2) Stakeholder Theory, Meet Communications Theory: Media System Dependency and Community Infrastructure Theory, with an Application to California's Cannabis/Marijuana Industry oleh Karen Paul dari Florida International University, Miami, Florida, USA. Hasil penelitian ini dipublikasikan oleh Springer Science and Business Media Dordrecht pada tahun 2014, dan secara khusus dipublikasikan secara online pada tanggal 6 Mei 2014; (3) Political Efficacy on the Internet: A Media System Dependency Approach yang ditulis oleh Katherine Ognyanova dan Sandra Ball-Rokeach dari University of Southern California, Annenberg School for Communication and Journalism, Los Angeles California, USA; (4) Myspace Or Ourspace: A Media System Dependency View Of MySpace, sebuah thesis yang ditulis oleh Andrew Schrock pada tahun 2000. Karena sulit ditemukannya tulisan mengenai *media system dependency theory* dalam konteks pengguna di Indonesia, maka tulisan ini mencoba memaparkan perilaku audience ini dalam menggunakan Internet ditinjau dengan *media system dependency theory*.

Lebih spesifik, penelitian mengenai perilaku penggunaan Internet ini, dilakukan di Salatiga. Salatiga dipilih sebagai lokasi penelitian disebabkan oleh beragamnya etnis di Indonesia yang tinggal di Salatiga. Kehadiran mereka

tidak bisa ditampilkan karena keberadaan Universitas Kristen Satya Wacana (UKSW), yang lahir pada tahun 1956. UKSW di Salatiga juga pernah mendapat tempat bagi akademisi di Indonesia pada era 1980-an karena kekritisan para mahasiswa dan dosennya pada waktu itu terhadap Pemerintahan Orde Baru.

Pilihan kelompok umur remaja, didasarkan pada teori perkembangan remaja. Santrock (2003:31) menyatakan bahwa masa remaja adalah masa perkembangan transisi antara masa anak dan dewasa yang mencakup perubahan biologis, kognitif, dan sosial. Pada kebanyakan budaya, usia remaja dimulai pada kira-kira usia 10-13 tahun dan berakhir pada kira-kira usia 18-22 tahun. Berkaitan dengan penggunaan Internet di usia remaja, terdapat hasil penelitian yang menunjukkan meningkatnya penggunaan Internet di kalangan kelompok umur ini. Kementerian Komunikasi dan Informatika (Kemkominfo) pada tahun 2014 merilis data yang menyatakan bahwa pengguna Internet di Indonesia hingga pada tahun 2014 telah mencapai 82 juta orang. Dengan jumlah ini, Indonesia berada di peringkat ke-8 dunia dalam hal pengguna Internet. Lebih lanjut Kemkominfo menyatakan bahwa dari ke-82 juta pengguna tersebut, 80% diantaranya adalah remaja berusia 15-19 tahun. Dengan data inilah, maka penelitian tentang Perilaku Penggunaan Internet Oleh Remaja Di Salatiga Dalam Perspektif Media System Dependency Theory dilakukan.

## **2. KAJIAN TEORITIS**

Media System Dependency (MSD) Theory merupakan teori yang dikembangkan oleh Sandra Ball-Rokeach dan Melvin DeFleur. MSD sejatinya merupakan pengembangan dari pendekatan Uses and Gratifications. Uses and Gratifications memberikan penekanan kepada khalayak atau *audience* yang aktif. Khalayak juga diasumsikan memiliki tujuan tertentu dalam mengkonsumsi media massa. Dengan demikian, dalam pendekatan ini, khalayak dipandang mengerti benar media yang ia pilih untuk memenuhi

kebutuhannya serta mengetahui persis bagaimana kebutuhannya tersebut dapat terpenuhi (Littlejohn & Foss, 2005:286).

Pendekatan Uses and Gratifications dengan demikian, masuk dalam kategori *limited-effect theory* atau teori efek terbatas. Dengan kata lain, pendekatan tersebut menjamin khalayak memiliki kontrol yang cukup besar terhadap media. Kontrol khalayak terhadap media ini juga merupakan jantung dari MSD. Hanya saja, menurut Ball-Rokeach dan DeFleur, bahwa khalayak bukanlah satu-satunya faktor. Ball-Rokeach dan DeFleur berpendapat bahwa ada hubungan integral diantara khalayak, media dan sistem sosial yang lebih besar.

Sejalan dengan teori Uses and Gratifications, MSD theory memprediksi bahwa khalayak bergantung pada media untuk memenuhi kebutuhan tertentu dan mencapai sesuatu. Namun, dalam MSD theory, khalayak tidak bergantung pada semua media dengan kadar yang sama. Ball-Rokeach dan DeFleur selanjutnya menjelaskan setidaknya ada dua faktor yang menentukan ketergantungan khalayak pada media: (1) khalayak akan semakin bergantung kepada media yang mampu memenuhi sejumlah kebutuhan khalayak, daripada media yang hanya memenuhi beberapa saja dari kebutuhan khalayak tersebut; (2) kebergantungan media dipengaruhi oleh stabilitas sosial. Dengan kata lain, semakin stabil situasi sosial, kebergantungan khalayak terhadap media akan semakin menurun (Littlejohn& Foss, 2005:287).

Model ini menunjukkan bahwa institusi sosial dan sistem media berinteraksi dengan khalayak untuk menciptakan kebutuhan, kepentingan dan motivasi. Ketiga hal tersebut selanjutnya mempengaruhi khalayak untuk memilih berbagai macam sumber media dan yang bukan media yang selanjutnya akan membawa khalayak kepada sejumlah ketergantungan. Individu-individu yang bergantung pada bagian tertentu dari media akan terpengaruh, baik secara kognitif, afektif, maupun behavioral oleh bagian tertentu dari media tersebut. Sebagai konsekuensinya, khalayak akan

dipengaruhi dengan cara yang berbeda-beda oleh derajat yang berbeda pula dari media (Littlejohn & Foss, 2005:288).

Lebih lanjut mengenai MSD theory, bahwa kebutuhan individu tidak semata-mata merupakan kebutuhannya saja, namun kebutuhan tersebut dibentuk oleh beragam kondisi lingkungan budaya atau lingkungan sosialnya. Dengan kata lain bahwa kebutuhan individu, motif individu, dan penggunaan media bergantung pada faktor lain diluar kendali individu tersebut. Faktor lain bertindak sebagai pembatas pada apa dan bagaimana media dapat digunakan serta pada pilihan-pilihan non-media. Sebagai contoh, seorang remaja akan bisa bergantung pada video musik karena norma-norma tertentu dalam kelompok sosialnya. Atau seorang guru yang bergantung pada surat kabar karena kebutuhannya akan informasi dan karena tuntutan profesinya.

Dengan demikian, semakin banyaknya kebutuhan individu dan semakin banyaknya hal yang ia ingin capai, semakin rendah ia akan bergantung pada satu buah media. Jumlah kebutuhan individu, bukan hanya karena pilihan individu atau karakter psikologis dari individu namun juga terbatas pada ketersediaan media tertentu.

### **3. METODOLOGI PENELITIAN**

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan jenis penelitian deskriptif. Tulisan ini akan memaparkan data-data deskriptif kuantitatif tentang perilaku remaja di Salatiga dalam menggunakan internet, kemudian data-data tersebut akan diperdalam kajiannya dengan menggunakan *media system dependency theory*. Analisis dengan menggunakan *media system dependency theory* diharapkan dapat mempertajam temuan yang dihasilkan dari penelitian ini.

Populasi yang dalam penelitian ini adalah 18.150. Jumlah ini diperoleh berdasarkan data dari Dinas Pendidikan dan Olahraga Kota Salatiga tahun

2014. Dengan demikian, sampel yang dapat digunakan dalam penelitian ini sejumlah 391 responden. Sampel tersebut diperoleh dengan menggunakan rumus Slovin. Dari 391 kuesioner yang disebarikan kepada responden, 367 kuesioner yang dapat diolah, sedangkan 24 kuesioner tidak dapat diolah karena data tidak lengkap atau tidak memenuhi kriteria untuk dilakukan pengolahan data statistik. Kuesioner yang disebarikan kepada responden dilakukan dengan teknik *stratified quota simple random sampling*. Teknik ini dipilih karena karakteristik respondennya yang bertingkat, yakni responden yang berada di SMP kelas I dan II serta siswa SMA atau SMK kelas I dan II. Sementara jumlah responden yang sudah ditetapkan di masing-masing sekolah merupakan ciri dari teknik kuota; dan *simple random sampling* merupakan teknik pengambilan sampel yang dilakukan secara acak.

#### 4. HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Sebelum melakukan analisis perilaku remaja dalam menggunakan internet di Salatiga dipandang *media system dependency theory*, maka penulis akan memaparkan terlebih dahulu mengenai profil responden dalam penelitian ini.

##### 4.1. Profil Responden

**Tabel 1. Jenis Kelamin Responden**

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid Laki-Laki	161	43.9	43.9	43.9
Perempuan	206	56.1	56.1	100.0
Total	367	100.0	100.0	

Sumber: Data Primer yang Diolah Penulis

Berdasarkan data primer yang diolah peneliti, responden yang memiliki jenis kelamin laki-laki berjumlah 161 siswa dengan prosentase 43,9% dari total responden, sedangkan responden yang berjenis kelamin perempuan berjumlah 206 siswa dengan prosentase sebesar 56,1 %.

**Tabel 2. Kelas Responden**

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid SMP Klas I	111	30.2	30.2	30.2
SMP Klas II	22	6.0	6.0	36.2
SMA/SMK Klas I	74	20.2	20.2	56.4
SMA/SMK Klas II	160	43.6	43.6	100.0
Total	367	100.0	100.0	

Sumber: Data Primer yang Diolah Penulis

Data pada tabel 2 menunjukkan bahwa mayoritas responden yang mengisi kuesioner merupakan siswa SMA/SMK kelas II yakni sejumlah 160 responden atau 43,6% dari total responden. Setelah itu diikuti oleh siswa SMP kelas 1 sejumlah 111 responden dengan prosentase sebesar 30,2%. Terbanyak ketiga adalah siswa SMA/SMK kelas 1 yakni sejumlah 74 responden dengan prosentase 20.2%. Dan responden yang mengisi paling sedikit adalah responden yang duduk di kelas II SMP yang berjumlah 22 orang atau 6,0%.

#### **4.2. Media yang Dipilih oleh Audience**

Hampir sejalan dengan teori *uses and gratifications* yang menyoroiti tentang keaktifan audience dalam memilih media, *media system dependency theory* juga mencermati hal tersebut. Berikut ini adalah data hasil penelitian

yang menyatakan tentang pilihan responden mengenai media sebagai salah satu aktivitas berinternet:

**Tabel 3.1. Responden Berinternet Sebagai Salah Satu Aktivitas Bermedia**

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid Tidak Ada Jawaban	2	.5	.5	.5
Setiap Hari	173	47.1	47.1	47.7
Setiap Minggu	19	5.2	5.2	52.9
Setiap Bulan	2	.5	.5	53.4
Tidak Tentu Tapi Sering	107	29.2	29.2	82.6
Tidak Tentu Tapi Jarang	49	13.4	13.4	95.9
Tidak Pernah	15	4.1	4.1	100.0
Total	367	100.0	100.0	

Sumber: Data Primer yang Diolah Penulis

Tabel 3.1. menunjukkan tentang pilihan responden pada kegiatan mengakses Internet sebagai salah satu aktivitas bermedia. Berdasarkan tabel tersebut, 173 responden menyatakan bahwa mereka setiap hari mengakses Internet. Pernyataan terbanyak kedua adalah responden menyatakan tidak tentu berinternet namun sering melakukan kegiatan tersebut sebesar 107 responden atau 29.2%. Sementara itu, 2 orang responden atau 0.5% menyatakan setiap bulan berinternet dan bahkan ada juga responden yang tidak memberikan jawaban.

**Tabel 3.2. Responden Menonton TV Sebagai Salah Satu Aktivitas Bermedia**

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid Tidak Menjawab	2	.5	.5	.5
Setiap Hari	216	58.9	58.9	59.4



Setiap Minggu	5	1.4	1.4	60.8
Setiap Bulan	2	.5	.5	61.3
Tidak Tentu Tapi Sering	60	16.3	16.3	77.7
Tidak Tentu Tapi Jarang	63	17.2	17.2	94.8
Tidak Pernah	19	5.2	5.2	100.0
Total	367	100.0	100.0	

Sumber: Data Primer yang Diolah Penulis

Masih berbicara mengenai pilihan media yang digunakan audience untuk memenuhi tujuannya, tabel 3.2 menunjukkan fakta yang menarik. Menurut siswa-siswi SMA/SMK dan siswa-siswi SMP di Salatiga, responden yang menyatakan bahwa mereka menonton televisi sebagai salah satu kegiatan bermedia sebesar 216 responden atau 58.9%. Sementara responden yang menyatakan setiap bulan menonton televisi dan yang tidak memberikan jawaban, masing-masing sejumlah 2 responden atau sebesar 0.5%.

**Tabel 3.3. Responden Mendengarkan Radio Sebagai Salah Satu Aktivitas Bermedia**

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid Tidak Menjawab	38	10.4	10.4	10.4
Setiap Hari	24	6.5	6.5	16.9
Setiap Minggu	13	3.5	3.5	20.4
Setiap Bulan	3	.8	.8	21.3
Tidak Tentu Tapi Sering	42	11.4	11.4	32.7
Tidak Tentu Tapi Jarang	169	46.0	46.0	78.7
Tidak Pernah	78	21.3	21.3	100.0
Total	367	100.0	100.0	

Sumber: Data Primer yang Diolah Penulis

Tabel 3.3 menunjukkan data hasil penelitian yang menarik juga untuk diinterpretasi. Tabel 3.3 menunjukkan bahwa responden yang mendengarkan radio sebagai salah satu aktivitas bermedia memiliki jumlah responden terbanyak pada pilihan tidak tentu dan jarang. Responden yang memberikan pilihan tersebut berjumlah 169 responden atau 46.0%. Disisi lain, 3 responden menyatakan bahwa mereka mendengarkan radio sebagai salah satu aktivitas bermedia dilakukan setiap bulan.

**Tabel 3.4. Responden Membaca Koran Sebagai Salah Satu Aktivitas Bermedia**

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid Tidak Ada Jawaban	5	1.4	1.4	1.4
Setiap Hari	15	4.1	4.1	5.4
Setiap Minggu	21	5.7	5.7	11.2
Setiap Bulan	2	.5	.5	11.7
Tidak Tentu Tapi Sering	47	12.8	12.8	24.5
Tidak Tentu Tapi Jarang	186	50.7	50.7	75.2
Tidak Pernah	91	24.8	24.8	100.0
Total	367	100.0	100.0	

Sumber: Data Primer yang Diolah Penulis

Pilihan tidak tentu dan jarang juga terjadi pada pilihan audience untuk membaca koran sebagai salah satu aktivitas bermedia. Responden yang menyatakan membaca koran sebagai salah satu aktivitas bermedia berjumlah 186 responden atau 50.7%. Selain itu, ada 2 orang responden atau 0.5% yang menyatakan bahwa mereka membaca koran sebagai salah satu aktivitas bermedia. Menariknya adalah bahwa ada 91 responden atau 24.8% yang

menyatakan tidak pernah membaca koran sebagai salah satu aktivitas bermedia.

**Tabel 3.5. Responden Membaca Majalah Sebagai Salah Satu Aktivitas Bermedia**

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid Setiap Hari	29	7.9	7.9	7.9
Setiap Minggu	10	2.7	2.7	10.6
Setiap Bulan	2	.5	.5	11.2
Tidak Tentu Tapi Sering	57	15.5	15.5	26.7
Tidak Tentu Tapi Jarang	167	45.5	45.5	72.2
Tidak Pernah	102	27.8	27.8	100.0
Total	367	100.0	100.0	

Sumber: Data Primer yang Diolah Penulis

Membaca majalah merupakan salah satu pilihan responden juga sebagai salah satu bentuk kegiatan bermedia. Pilihan jawaban tidak tentu dan jarang memiliki prosentase terbesar untuk dipilih responden, yakni sebesar 45.5% atau sebesar 167 responden. Pilihan jawaban terbanyak kedua adalah pilihan tidak pernah membaca majalah yakni sebesar 102 responden atau 27.8%. Sementara itu, terdapat 2 responden atau 0.5% yang menyatakan mereka membaca majalah sebagai salah satu kegiatan bermedia.

Berdasarkan interpretasi dari kelima media tersebut, yakni Internet, Televisi, Radio, Koran dan Majalah, maka ada satu hal yang menarik untuk diamati. Hal menarik tersebut adalah pilihan terbanyak responden dalam menggunakan media. Responden menyatakan bahwa mereka setiap hari menonton Televisi, diikuti dengan Internet, Majalah, Radio, dan yang terakhir adalah Koran. Hal ini menarik untuk dicermati karena rupanya Televisi masih merupakan media dengan tingkat penetrasi tertinggi bagi siswa-siswi SMA/SMK dan siswa-siswi SMP di Salatiga. Fenomena ini masih sejalan dengan

temuan Nielsen Media Research tahun 2014 yang menyatakan bahwa Televisi masih menjadi jawara untuk media yang dikonsumsi masyarakat di Indonesia. Konsumsi Televisi mencapai 95%, diikuti oleh Internet sejumlah 33%, kemudian Radio sebesar 20%, Tabloid sebesar 6% dan yang terakhir adalah Majalah sebesar 5%. Data temuan Nielsen ini tidak mencantumkan konsumsi masyarakat Indonesia untuk Koran.

Meskipun data hasil pilihan media terbanyak pertama adalah Televisi, penulis tetap akan fokus pada Internet. Alasan mendasar dari pemilihan studi ini yakni adanya tren peningkatan penetrasi Internet di Indonesia. Hal ini sesuai dengan laporan tahunan Yahoo! TNS Net Index ke-empat mengenai studi inovatif tentang perilaku pengguna internet (Supriadi, 2012). Laporan tersebut menyatakan tren signifikan mengenai perilaku pengguna Internet di Indonesia. Yahoo! TNS Net Index menyebut selama dua tahun terakhir, pengguna telepon seluler atau ponsel di Indonesia menjadi penggerak utama pertumbuhan penggunaan Internet di Indonesia. Ponsel merupakan media kedua paling banyak digunakan, yakni sebesar 55% setelah media Televisi yang memiliki prosentase 100%. Hal lain yang dicatat mengenai pertumbuhan Internet adalah faktor bergesernya demografi grup usia 30 s.d. 50 tahun yang mulai ikut menggunakan Internet. Selain Internet merupakan media yang penggunaannya terus mengalami peningkatan, alasan lain dipilihnya remaja adalah bahwa terdapat laporan hasil survey yang menyatakan 30 juta pengguna Internet di Indonesia adalah remaja (Lukman, 2014). Dengan dua alasan inilah maka penelitian ini dilakukan.

**Tabel 4. Frekuensi Responden Menggunakan Internet**

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Tidak Menjawab	1	.3	.3	.3
	Setiap Hari	143	39.0	39.0	39.2
	Setiap Minggu	23	6.3	6.3	45.5

Tidak Tentu Tapi Sering	121	33.0	33.0	78.5
Tidak Tentu Tapi Jarang	74	20.2	20.2	98.6
Tidak Pernah	5	1.4	1.4	100.0
Total	367	100.0	100.0	

Sumber: Data Primer yang Diolah Penulis

Berkaitan dengan berinternet sebagai salah satu aktivitas bermedia, tabel 4 menunjukkan frekuensi responden dalam menggunakan Internet. Responden yang menyatakan setiap hari menggunakan Internet sebesar 39% atau 143 responden. Disusul dengan responden yang menyatakan tidak tentu namun sering (33% atau 121 responden), tidak tentu tapi jarang (20.2% atau 74 responden), setiap minggu (6.3% atau 23 responden), tidak pernah (1.4% atau 5 responden), dan yang tidak menjawab 1 orang responden atau 0.3%.

Data mengenai frekuensi responden dalam menggunakan Internet ini, disebut dalam *media system dependency theory* sebagai variable ketergantungan itu sendiri. Dikatakan bahwa:

*"Dependency" partly or entirely as exposure time. "Dependency" was captured in measures such as days per week an individual uses a medium."*

#### 4.3. Media yang Digunakan untuk Mencari Informasi

Dalam konteks pencarian informasi, pada tabel 5.1 menunjukkan bahwa responden paling sering menggunakan Internet.

**Tabel 5.1. Peringkat Internet Dalam Konteks Pencarian Informasi Oleh Responden**

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid Tidak Menjawab	28	7.6	7.6	7.6

Paling Sering	200	54.5	54.5	62.1
Sering	103	28.1	28.1	90.2
Cukup Sering	22	6.0	6.0	96.2
Tidak Sering	4	1.1	1.1	97.3
Sangat Tidak Sering	10	2.7	2.7	100.0
Total	367	100.0	100.0	

Sumber: Data Primer yang Diolah Penulis

Hal ini terbukti dari 367 responden, 200 responden atau setara dengan 54.5 % menyatakan paling sering menggunakan Internet dalam hal pencarian informasi. Terbanyak kedua adalah responden yang menyatakan sering mencari informasi menggunakan Internet. Tipe responden yang sering mencari informasi di Internet sejumlah 103 responden atau 28.1 %.

Apabila fakta ini dibandingkan dengan tabel 3.1 dan tabel 3.2, maka temuan menarik dari penelitian ini adalah bahwa meskipun Internet menempati urutan paling banyak kedua untuk aktivitas bermedia setelah Televisi, namun pada tabel 5.1. menunjukkan bahwa Internet tetap populer bagi responden dalam hal pencarian informasi. Dengan demikian, sesungguhnya menjadi penting bagi penelitian selanjutnya untuk mengetahui tujuan responden menggunakan Televisi sebagai salah satu aktivitas bermedia.

**Tabel 5.2. Peringkat TV Dalam Konteks Pencarian Informasi Oleh Responden**

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid Tidak Menjawab	29	7.9	7.9	7.9
Paling Sering	115	31.3	31.3	39.2
Sering	152	41.4	41.4	80.7
Cukup Sering	37	10.1	10.1	90.7
Tidak Sering	21	5.7	5.7	96.5

Sangat Tidak Sering	13	3.5	3.5	100.0
Total	367	100.0	100.0	

Sumber: Data Primer yang Diolah Penulis

Pada tabel 5.2 ditunjukkan bahwa dalam konteks pencarian informasi, media Televisi menempati urutan kedua setelah Internet. Hal ini dibuktikan dari data statistik bahwa responden yang menyatakan paling sering menggunakan Televisi sebagai alat untuk mencari informasi sebesar 115 responden atau 31.3%. Angka ini rupanya masih lebih kecil daripada responden yang menyatakan bahwa mereka sering mencari informasi dari Televisi. Responden yang menyatakan bahwa mereka sering menggunakan Televisi untuk mencari informasi sebesar 152 responden atau setara dengan 41.4%.

**Tabel 5.3. Peringkat Koran Dalam Konteks Pencarian Informasi Oleh Responden**

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

Sumber: Data Primer yang Diolah Penulis

Masih berkaitan dengan konteks pencarian informasi, tabel 5.3 menunjukkan Koran sebagai pilihan responden untuk mencari informasi. Berbeda dengan kedua media sebelumnya, yakni Internet dan Televisi, Koran

rupanya cukup sering digunakan untuk mencari informasi oleh responden. Responden yang menyatakan cukup sering menggunakan koran untuk mencari informasi berjumlah 108 responden atau 29.4%. Sementara hanya ada 4 responden atau 1.1% yang menyatakan paling sering mencari informasi di Koran.

**Tabel 5.4. Peringkat Majalah Dalam Konteks Pencarian Informasi Oleh Responden**

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

Sumber: Data Primer yang Diolah Penulis

Selain Internet, Televisi, dan Koran, media lain yang digunakan oleh responden dalam konteks pencarian informasi adalah Majalah. Yang menarik dari data ini adalah bahwa mayoritas responden menyatakan sangat tidak sering menggunakan Majalah untuk mencari informasi. Hal ini ditunjukkan pada tabel 5.4 yakni responden yang menyatakan sangat tidak sering menggunakan Majalah untuk mencari informasi sebesar 31.9% atau sejumlah 117 responden. Jawaban terbanyak kedua adalah tidak sering menggunakan Majalah, yakni sebesar 24.0% atau sejumlah 88 responden. Sementara responden yang menyatakan paling sering mencari informasi menggunakan Majalah sebanyak 5 responden atau 1.4%.

**Tabel 5.5. Peringkat Radio Dalam Konteks Pencarian Informasi Oleh Responden**



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

Sumber: Data Primer yang Diolah Penulis

Media selanjutnya adalah Radio. Berdasarkan data dari tabel 5.5, responden yang menyatakan sangat tidak sering menggunakan radio sebagai media untuk mencari informasi berjumlah 124 responden atau setara dengan 33.8%. Jawaban ini merupakan jawaban terbanyak responden dalam hal penggunaan radio sebagai media untuk mencari informasi. Selanjutnya disusul dengan responden yang cukup sering mencari informasi di radio sebesar 15.3% atau 56 responden. Sementara responden yang menyatakan paling sering mencari informasi lewat radio sejumlah 36 responden atau 9.8%.

Dari keseluruhan tabel poin 5 dapat ditarik kesimpulan bahwa siswa-siswi SMA/SMK dan siswa-siswi SMP paling sering menggunakan Internet dalam hal pencarian informasi. Diikuti dengan media Televisi, Radio, Majalah, dan media yang dipilih terakhir adalah Koran. Pilihan Internet sebagai salah satu bentuk konvergensi media tetap menjadi idola di kalangan remaja, khususnya di Salatiga. Pilihan berikutnya jatuh pada bentuk media audio visual yakni Televisi, kemudian media audio yakni radio dan setelah itu, bentuk media cetak, yakni Majalah dan Koran menjadi pilihan akhir siswa-siswi ini dalam pencarian informasi.

Seringnya siswa-siswi ini menggunakan Internet, merupakan salah satu karakteristik yang tidak mungkin dilepaskan dari mereka. Tapscott (2009:2) menyebut bahwa generasi ini disebut dengan *Net Generation*. Generasi ini, lanjut Tapscott berbeda dengan generasi sebelumnya dimana mereka adalah generasi pertama yang tumbuh dengan dikelilingi oleh media digital. Bahkan generasi ini berasumsi bahwa lingkungan natural mereka adalah lingkungan digital.

Berkaitan dengan pilihan audience terhadap media dan pilihan media untuk kebutuhan infomarsi ini, dalam *media system dependency theory* merupakan aspek mikro. Aspek mikro menekankan interaksi antara media dan audience, dan sebaliknya, audience dengan media. Penelitian ini memiliki kelemahan dalam hal ketiadaan data mengenai interaksi media dengan audience mengenai hal-hal yang diperoleh media dari audience.

#### 4.4. Sistem Sosial Audience

Sistem sosial adalah lingkungan sosial dimana individu tersebut berinteraksi dengan orang lain. Dalam persektif *media system dependency theory*, bahwa sesungguhnya motif, kehendak dan keinginan individu tidak serta merta muncul dari dalam dirinya sendiri, namun dipengaruhi oleh sistem sosial individu tersebut. Dalam kajian ini, akan dipaparkan mengenai dengan siapa saja responden tinggal dan organisasi yang diikuti oleh responden.

**Tabel 6. Orang Dewasa Yang Tinggal Bersama Responden**

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid Keluarga Inti	292	79.6	79.6	79.6
Keluarga Inti dan Kerabat	52	14.2	14.2	93.7
Kerabat	13	3.5	3.5	97.3
Bapak/Ibu/Penjaga Kos	10	2.7	2.7	100.0

**Tabel 6. Orang Dewasa Yang Tinggal Bersama Responden**

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid Keluarga Inti	292	79.6	79.6	79.6
Keluarga Inti dan Kerabat	52	14.2	14.2	93.7
Kerabat	13	3.5	3.5	97.3
Bapak/Ibu/Penjaga Kos	10	2.7	2.7	100.0
Total	367	100.0	100.0	

Sumber: Data Primer yang Diolah Penulis

Tabel 6 menunjukkan data tentang orang dewasa yang tinggal bersama responden. Dari 367 responden, 79.6% atau 292 responden menyatakan bahwa mereka tinggal bersama keluarga inti. Mendefinisikan keluarga inti setidaknya, menurut Lestari (2014: 3), didasarkan pada tiga sudut pandang, yakni definisi struktural, definisi fungsional, dan definisi interaksional. Pada kajian definisi struktural, keluarga disini didefinisikan berdasarkan kehadiran atau ketidakhadiran anggota keluarga, yakni orang tua, anak, dan kerabat lainnya.

Definisi ini menekankan pada siapa yang menjadi bagian dari keluarga. Dalam perspektif ini kemudian muncul pengertian tentang keluarga sebagai asal usul (*families of origin*), keluarga sebagai wahana melahirkan keturunan (*families of procreation*), dan keluarga batih (*extended family*).

Definisi fungsional, selanjutnya, didefinisikan dengan penekanan pada terpenuhinya tugas-tugas dan fungsi-fungsi psikososial. Fungsi-fungsi ini mencakup fungsi perawatan, sosialisasi pada anak, dukungan emosi dan materi, dan pemenuhan peran-peran tertentu. Definisi ini memfokuskan pada tugas-tugas yang dilakukan oleh keluarga. Sudut pandang ketiga dalam memaknai tentang keluarga adalah mendefinisikan keluarga dalam konteks transaksional. Keluarga, dalam perspektif ini didefinisikan sebagai kelompok

yang mengembangkan keintiman melalui perilaku-perilaku yang memunculkan rasa identitas sebagai keluarga (*family identity*), berupa ikatan emosi, pengalaman historis, maupun cita-cita masa depan. Definisi ini memfokuskan pada bagaimana keluarga melaksanakan fungsinya. Fokus pada penelitian ini, yang dimaksud keluarga inti mengacu pada perspektif yang pertama yakni definisi structural yang memfokuskan pada kehadiran atau ketidakhadiran anggota keluarga, khususnya orang tua dan anak.

Berdasarkan konsep yang penulis gunakan ini, maka terlihat data hasil penelitian menunjukkan bahwa sebagian besar responden menyatakan bahwa mereka tinggal dengan keluarga inti mereka. Terbanyak kedua adalah responden yang tinggal dengan keluarga inti dan kerabatnya yakni sebesar 14.2% atau 52 responden, diikuti dengan responden yang tinggal dengan kerabatnya sebesar 3.5% atau 13 orang responden, dan sisanya, 10 responden atau setara dengan 2.7% menyatakan mereka adalah anak kos dimana orang dewasa yang ada di sekitar mereka adalah bapak atau ibu atau penjaga kos.

#### 4.5. Organisasi Yang Diikuti oleh Responden

Hal kedua selain orang dewasa yang tinggal bersama responden, yang mempengaruhi individu teradap pilihan medianya adalah organisasi yang diikuti oleh responden.

**Tabel 7.1. Keterlibatan Dalam Organisasi Formal Sekolah**

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Ya Sebagai Pengurus	102	27.8	27.8	27.8
	Ya Sebagai Anggota	265	72.2	72.2	100.0
	Total	367	100.0	100.0	

Sumber: Data Primer yang Diolah Penulis

Tabel 7.1 menunjukkan data mengenai keterlibatan responden dalam organisasi formal di sekolah. Yang dimaksud organisasi formal adalah Organisasi Siswa Intra Sekolah atau disingkat OSIS. Berdasarkan data pada tabel 7.1, dapat diasumsikan bahwa seluruh responden yang berjumlah 367 orang, masuk dalam OSIS. Masih berdasarkan tabel 7.1, 27.8% atau setara dengan 102 responden menyatakan bahwa mereka adalah pengurus OSIS. Sementara 72.2% atau 256 responden menyatakan mereka adalah anggota OSIS.

**Tabel 7.2. Keterlibatan Responden Dalam Klub Olahraga**

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid Tidak	239	65.1	65.1	65.1
Ya Sebagai Pengurus	6	1.6	1.6	66.8
Ya i Sebagai Anggota	122	33.2	33.2	100.0
Total	367	100.0	100.0	

Sumber: Data Primer yang Diolah Penulis

Tabel 7.2 merupakan data hasil penelitian yang menunjukkan keterlibatan responden dalam klub olahraga. Faktanya, bahwa lebih dari 50% responden, atau tepatnya 65.1% atau sejumlah 239 responden menyatakan tidak terlibat dalam klub olahraga tersebut. Sisanya, sebesar 128 responden menyatakan mengikuti klub olahraga dengan rincian 122 responden atau 33.2% menyatakan keterlibatannya sebagai anggota, sementara 1.6% atau 6 orang responden menyatakan keterlibatannya di klub hobi tersebut sebagai pengurus dari klub hobi yang mereka ikuti.

**Tabel 7.3. Keterlibatan Respoden Dalam Klub Seni/Musik Art/Teater**

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
--	-----------	---------	---------------	--------------------

Valid	Tidak	279	76.0	76.0	76.0
	Ya i Sebagai Pengurus	2	.5	.5	76.6
	Ya Sebagai Anggota	86	23.4	23.4	100.0
	Total	367	100.0	100.0	

Sumber: Data Primer yang Diolah Penulis

Tabel 7.3 menunjukkan keterlibatan responden dalam klub seni atau musik art atau teater. Sebesar 76% atau sejumlah 279 responden menyatakan mereka tidak terlibat dalam klub seni, musik art atau teater. Hanya 88 responden yang menyatakan keterlibatan mereka pada klub tersebut. Dari 88 responden, 86 responden atau setara dengan 23.4% responden menyatakan bahwa mereka adalah anggota dari klub ini, sementara sisanya adalah sebagai pengurus, yakni 2 orang responden atau 0.5%.

**Tabel 7.4. Keterlibatan Responden Dalam Klub Hobi**

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid Tidak	313	85.3	85.3	85.3
Ya Sebagai Pengurus	9	2.5	2.5	87.7
Ya Sebagai Anggota	45	12.3	12.3	100.0
Total	367	100.0	100.0	

Sumber: Data Primer yang Diolah Penulis

Tidak banyak berbeda dengan kedua tabel sebelumnya, tabel 7.4 menunjukkan data mengenai keterlibatan responden dalam klub hobi, dimana mayoritas responden menyatakan tidak terlibat dalam klub hobi. Responden yang menyatakan tidak terlibat dalam klub hobi sebesar 313 responden atau 85.3%. Sedangkan responden yang mengikuti klub hobi dan berperan dalam kepengurusan berjumlah 9 responden atau 2.5%. Sisanya, 45 responden atau 12.3% menyatakan mereka adalah anggota dari klub hobi tersebut.

**Tabel 7.5. Keterlibatan Responden Dalam Klub Selain Klub Olahraga, Klub Seni, dan Klub Hobi**

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid Tidak	282	76.8	76.8	76.8
Yai Sebagai Pengurus	2	.5	.5	77.4
Ya Sebagai Anggota	83	22.6	22.6	100.0
Total	367	100.0	100.0	

Sumber: Data Primer yang Diolah Penulis

Tabel 7.5 memperlihatkan kepada kita mengenai keterlibatan responden dalam klub namun selain klub olahraga, seni dan klub hobi. Sebanyak 282 responden atau setara dengan 76.8% menyatakan bahwa mereka juga tidak mengikuti klub selain ketiga klub yang telah disebutkan. Terdapat 83 responden atau 22.6% menyatakan ikut dalam klub tersebut sebagai anggota dan sisanya sebanyak 2 orang responden atau 0.5% menyatakan bahwa mereka terlibat dalam klub sebagai pengurus.

Dari poin 7 mengenai keterlibatan responden dalam organisasi, nampak bahwa umumnya responden mengikuti organisasi formal di sekolah. Sementara untuk organisasi lain selain organisasi formal, responden tidak banyak terlibat dalam klub-klub tersebut. Responden umumnya juga terlibat sebagai anggota, bukan pengurus. Hal ini terlihat dari tabel poin 7 secara keseluruhan yang menunjukkan kecenderungan responden untuk menjadi anggota pada organisasi formal di sekolah atau pada klub-klub yang mereka ikuti.

Berkenaan dengan sistem sosial ini, *media system dependency theory* menyatakan bahwa terdapat interaksi antara sistem sosial dengan media dan sistem sosial dengan individu. Tabel 6 menunjukkan dominannya interaksi antara keluarga batih dengan audience. Interaksi ini membentuk kebutuhan

audience akan pilihan media yang digunakan dan pilihan media untuk kebutuhan memperoleh informasi. Tabel 7 menunjukkan tentang interaksi antara audience dengan lingkungan sosialnya selain keluarga. Data menunjukkan bahwa mayoritas audience menjadi anggota saat terlibat dalam kegiatan di luar kegiatan sekolah. Disisi lain, diakui bahwa penelitian ini belum mampu memaparkan tentang data interaksi antara media dengan sistem sosial, maupun interaksi antara sistem sosial dengan media.

## 5. KESIMPULAN

Hasil penelitian dan temuan data di lapangan mengenai perilaku remaja dalam penggunaan Internet dipotret dengan menggunakan *media system dependency theory* adalah responden paling banyak menggunakan Televisi sebagai salah satu aktivitas bermedia, disusul penggunaan Internet sebagai media kedua untuk aktivitas bermedianya. Namun disisi lain, Internet merupakan media yang paling sering digunakan responden untuk kebutuhan mencari informasi, diikuti Televisi sebagai pilihan media kedua setelah Internet untuk memenuhi kebutuhan mencari informasi. Interaksi antara audience dengan media inilah yang disebut dengan level mikro oleh *media system dependency theory*.

Pada level makro, *media system dependency theory* menyoroti mengenai interaksi media dengan sistem sosial dan antara audience dengan sistem sosial. Interaksi audience dengan sistem sosial dijelaskan dalam penelitian ini dari data mengenai orang dewasa yang tinggal dengan responden. Diketahui bahwa responden umumnya tinggal dengan keluarga batih. Selain itu, interaksi audience dengan sistem sosialnya juga diperoleh dari data mengenai organisasi yang responden ikuti di sekolah ataupun di luar sekolah. Diketahui bahwa responden umumnya terlibat dalam organisasi di sekolah dan di luar sekolah sebagai anggota.



Dalam penelitian ini, diakui belum bisa memaparkan data mengenai hasil interaksi media yang memperoleh informasi dari audience dan belum bisa memaparkan juga mengenai interaksi antara media dengan sistem sosial. Penelitian selanjutnya diharapkan dapat menjawab dua pertanyaan yang belum bisa dijawab dari penelitian ini.

## DAFTAR PUSTAKA

- Littlejohn, Stephen W. & Kate A. Foss. (2005). *Theories of Human Communication 8th ed.*: California: Thomson Wadsworth.
- Stokes, Jane. (2007). *How To Do Media and Cultural Studies: Panduan untuk Melaksanakan Penelitian dalam Kajian Media dan Budaya*. Yogyakarta: Bentang Media.
- Santrock, John W. (2003). *Adolecence Perkembangan Remaja*. Jakarta: Erlangga.
- Lestari, Sri. (2014). *Psikologi Keluarga: Penanaman Nilai dan Penanganan Konflik dalam Keluarga*. Jakarta: Prenada Media.
- Chen, Yi-Fan. (2013). *Mobile Media Dependency: Private Consumption In Public Spaces*. Paper submitted for review to the 8th Media in Transition Conference on Public Media, Private Media. Diakses tanggal 5 Januari 2015. Alamat web: [http://web.mit.edu/comm-forum/mit8/papers/yi-fan\\_chen.pdf](http://web.mit.edu/comm-forum/mit8/papers/yi-fan_chen.pdf).
- Brough, Melissa & Zhan Li. (2013). *Media System Dependency, Symbolic Power, and Human Rights Online Video: Learning from Burma's "Saffron Revolution" and WITNESS's Hub*. International Journal of Communication 7 (2013) halaman 281-304.

Paul, Karen. (2014). *Stakeholder Theory, Meet Communications Theory: Media System Dependency and Community Infrastructure Theory, with an Application to California's Cannabis/Marijuana Industry*. Springer Science and Business Media Dordrecht. Online access: <http://link.springer.com/article/10.1007%2Fs10551-014-2168-x>.

Ognyanova, Katherine & Sandra Ball-Rokeach. (2012). *Political Efficay on the Internet: A Media System Dependency Approach*. Diakses tanggal 15 Juli 2015. Alamat web: [http://www.academia.edu/2193885/Political\\_Efficacy\\_on\\_the\\_Internet\\_A\\_Media\\_System\\_Dependency\\_Approach](http://www.academia.edu/2193885/Political_Efficacy_on_the_Internet_A_Media_System_Dependency_Approach).

Schrock, Andrew. (2000). Myspace Or Ourspace: A Media System Dependency View Of MySpace. Diakses tanggal 15 Juli 2015. Alamat web: [http://etd.fcla.edu/CF/CFE0001451/schrock\\_andrew\\_r\\_200612\\_MA.pdf](http://etd.fcla.edu/CF/CFE0001451/schrock_andrew_r_200612_MA.pdf).

Nielsen Media Research. (2014). *Nielsen: Konsumsi Media Lebih Tinggi Di Luar Jawa*. Diakses tanggal 10 Juli 2015. Alamat web: <http://www.nielsen.com/id/en/press-room/2014/nielsen-konsumsi-media-lebih-tinggi-di-luar-jawa.html>.

Tapscoot, Don. (2009). *Growing Up Digital*. Diakses tanggal 15 Juli 2015. Alamat web: <https://books.google.co.id/books?id=DWIIY1PxkyYC&printsec=frontcover&hl=id#v=onepage&q&f=false>.

Supriadi, Cecep. (2012). *Tren Penggunaan Internet di Indonesia*. Diakses tanggal 12 Juli 2015. Alamat web: <http://www.marketing.co.id/tren-penggunaan-internet-di-indonesia/>.

Lukman, Enricko. (2014). *Laporan: 30 Juta Pengguna Internet di Indonesia adalah Remaja*. Diakses tanggal 12 Juli 2015. Alamat web:

<https://id.techinasia.com/laporan-30-juta-pengguna-internet-di-indonesia-adalah-remaja/>.

Ajo. (2014). *Kemkominfo: Pengguna Internet di Indonesia Capai 82 Juta*. Diakses tanggal 13 Juli 2015. Alamat web: [http://kominfo.go.id/index.php/content/detail/3980/Kemkominfo%3A+Pengguna+Internet+di+Indonesia+Capai+82+Juta/0/berita\\_satker#.VbZDIH1PLr0](http://kominfo.go.id/index.php/content/detail/3980/Kemkominfo%3A+Pengguna+Internet+di+Indonesia+Capai+82+Juta/0/berita_satker#.VbZDIH1PLr0).