



Hak cipta dan penggunaan kembali:

Lisensi ini mengizinkan setiap orang untuk menggubah, memperbaiki, dan membuat ciptaan turunan bukan untuk kepentingan komersial, selama anda mencantumkan nama penulis dan melisensikan ciptaan turunan dengan syarat yang serupa dengan ciptaan asli.

Copyright and reuse:

This license lets you remix, tweak, and build upon work non-commercially, as long as you credit the origin creator and license it on your new creations under the identical terms.

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 LATAR BELAKANG MASALAH

Usaha memetakan dan menganalisa penggunaan internet dan khalayaknya telah dimulai sejak populernya penggunaan internet di dalam kehidupan sehari-hari. Mulai dari individu dari kalangan akademik, hingga lembaga-lembaga besar berusaha menyikapi era digital yang begitu dinamis dan terus berkembang.

Peneliti berusaha mencari beberapa penelitian yang telah dilakukan mengenai hal tersebut. Ada 2 penelitian yang akhirnya penulis putuskan menjadi dasar sebagai penelitian terdahulu.

Pertama, sebuah penelitian oleh Nur (2014) yang berjudul “Pengaruh Usia, Jenis Kelamin, dan Tingkat Pendidikan Terhadap Perilaku Konsumsi Media”. Penelitian ini dibuat dan dipublikasi oleh mahasiswa kejuruan ilmu politik dari Universitas Diponegoro. Penelitian ini dibuat dengan alasan karena penggunaan media yang terus berkembang, terutama internet. Peneliti ingin mendeskripsikan penguunaan media di berbagai kalangan yang ia bagi kedalam kategori menurut usia, jenis kelamin dan tingkat pendidikan. Berdasarkan social categories theory, penulis beranggapan bahwa tiap golongan akan punya jenis media favorit sendiri, dan penggunaan yang berbeda. Kesimpulan yang diraih penelitian tersebut

secara singkat menyatakan bahwa internet merupakan media favorit dari semua kalangan yang diteliti dalam penggunaan sehari-harinya.

Kedua, penelitian oleh Sarita (2008) dari fakultas ekologi manusia Institut Pertanian Bogor. Penelitian ini berjudul “Pola Penggunaan dan Dampak Internet di Kalangan Mahasiswa Institut Pertanian Bogor”. Penelitian ini bertujuan untuk mendeskripsikan pola mahasiswa di Institut Pertanian Bogor dalam menggunakan internet. Tujuan penelitian didasarkan atas internet yang mulai menyebar luas pada saat itu, dan peneliti ingin menghubungkan beberapa faktor seperti uang saku, jurusan dan lainnya kepada penggunaan internet, dan dampaknya terhadap kegiatan belajar mahasiswa IPB. Kesimpulan penelitian tersebut yang disebutkan oleh Sarita (2008. h. 126) tidak adanya hubungan yang kuat antara penggunaan internet dan pola belajar. Walau begitu, banyak faktor yang memengaruhi durasi penggunaan internet, seperti uang saku, waktu (misalnya awal semester, menjelang ujian, liburan dan sebagainya) dan jurusan yang diambil mahasiswa.

Dari dua penelitian tersebut, penulis memilih untuk fokus kepada internet atas dasar kesimpulan penelitian pertama bahwa internet merupakan pilihan utama responden. Dari situ, penulis juga menarik sebuah pertanyaan yang penulis rasa belum terjawab di penelitian terdahulu.

Penulis mendasari penelitian ini dari dua hasil penelitian terdahulu, yang penulis rasa masih terdapat celah atau kekurangan yang bisa dikembangkan. Pertanyaan tersebut ialah: Apakah ada hubungan antara tingkat penghasilan serta usia antara motivasi penggunaan internet? Di kedua penelitian terdahulu, hal serupa memang sudah diteliti yaitu dimana penelitian oleh Nur (2014) menyatakan bahwa internet populer di kalangan dari segala usia. Namun, seperti apa penggunaan internet, dan bagaimana tiap golongan menggunakan internet belum diselidiki secara mendetail. Di penelitian kedua oleh Sarita (2008, h. 126) juga menghubungkan jumlah uang saku terhadap durasi penggunaan internet. Hal yang diobservasi di penelitian terdahulu hanyalah sebatas durasi, maka dari itu, penulis ingin meneliti lebih lanjut bagaimana hubungan tingkat penghasilan dengan motif penggunaan media online.

Peneliti menganggap pentingnya pertanyaan tersebut untuk diteliti karena beberapa alasan. Yang pertama, adalah dinamisnya perkembangan teknologi internet. Penyedia jasa internet yang dulunya hanya tersedia di kota-kota besar dengan harga yang kurang terjangkau, sekarang menjamur, mulai dari perkotaan hingga ke daerah. Internet juga tersedia dengan harga yang cukup terjangkau sekarang.

Bhayaqy (2012) lewat blognya, menuliskan di tahun 2012, ada 12 penyedia jasa internet sekelas perusahaan publik (yang sahamnya dimiliki setidaknya 300 orang dengan modal yang disetor minimal 3 Milyar Rupiah). Beberapa diantaranya adalah PT. Telekomunikasi Indonesia, PT.

First Media Tbk, PT Indosat Tbk, dan lain-lain. Selain penyedia jasa internet besar, terdapat juga lusinan perusahaan kecil yang mencangkup area yang lebih sempit dan biasanya berbasis di daerah. Hal tersebut berarti semakin menjalarnya internet, bukan hanya di perkotaan, tetapi juga di daerah yang dulunya sulit terjamah internet.

Harga jasa penyediaan internet yang ditawarkan cukup bervariasi. Misalnya, dari beberapa penyedia jasa internet ternama menyediakan paket yang berkisar Rp. 100 ribu per bulannya. Lewat situs resmi Telkom speedy (2016), penulis melihat bahwa layanan Telkom Speedy menaruh harga Rp. 65 ribu untuk paket internet 512 kbps per bulannya. Tidak hanya penyedia jasa internet rumahan, operator telepon seluler menyediakan paket internet harian yang berkisar harga Rp. 2 ribu (paket 30 MB smartfren) hingga Rp. 60 ribu per bulannya untuk kuota 2 GB.

Selain itu, perangkat yang dapat mengakses internet semakin menjamur, mulai dari *smartphone* yang dapat ditemukan dengan harga cukup terjangkau dibawah Rp. 1 Juta (Ulashape, 2016) seperti ponsel keluaran smartfren, hingga *laptop* atau *notebook* dengan harga kisaran Rp. 3 hingga 4 juta (Adjie, 2016, para. 4)

Alasan Kedua, adalah khalayak internet yang bertambah, dan berubah. Asosiasi Penyedia Jasa Internet Indonesia (2014, h. 20), pengguna internet di indonesia tahun 2014 sendiri mencapai 34,9%. Di

tahun 2013 sendiri, angka penetrasi internet di Indonesia hanya mencapai 28,6%.

Kebiasaan dan perilaku pengguna internet pun berubah, salah satunya adalah kepercayaan masyarakat kepada *e-commerce* yang semakin meningkat. Hal tersebut terlihat dari tingkat transaksi online yang meningkat tiap tahunnya., lewat Novindari mengutip BMI research (2015, para. 2) menyatakan jumlah transaksi online di Indonesia pada tahun 2014 sebesar 21 triliun Rupiah dan diperkirakan meningkat menjadi 50 triliun di tahun 2015.

Alasan ketiga, semakin banyak pula perusahaan dan organisasi yang menggunakan internet sebagai alat untuk menjajakan produknya. Diantaranya OLX, Lazada, Berniaga, hingga bisnis kecil yang berbasis media sosial. Peneliti beranggapan, tingkat penghasilan akan sangat mempengaruhi kebiasaan belanja online masyarakat.

Hal tersebut juga mencakup media. Misalnya seperti Kompas yang mengembangkan portal berita online mereka, yaitu Kompas.com sejak lama, maupun *e-paper* yang dapat diakses dengan berbagai cara. Hal ini berbeda dengan media lain yang pembacanya lebih tersegmentasi dan kecil.

Remotivi (2015, para. 3) di tahun 2015, ada beberapa media cetak yang secara total menghentikan produksinya, dan beralih sepenuhnya ke ranah internet. Beberapa diantaranya adalah The Jakarta Globe. Edisi terakhir versi cetak The Jakarta Globe terbit pada tanggal 15

Desember 2015 lalu. Selain itu ada Harian Bola, Koran Sinar Harapan, Dan Koran Tempo edisi minggu.

Gutierrez (2015, para.6) mengatakan salah satu alasan dari beberapa media cetak yang menghentikan produksinya adalah mahalnya biaya yang dibutuhkan untuk mengelola media cetak, dan turunnya jumlah oplah pembaca. Perpindahan tersebut juga didukung oleh tingkat penetrasi internet yang semakin besar di Indonesia.

1.2 RUMUSAN MASALAH PENELITIAN

Berdasarkan latar belakang masalah di atas, maka masalah yang akan diteliti dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1.2.1 Adakah pengaruh antara usia dan tingkat penghasilan dengan motivasi penggunaan internet di warga Kecamatan Ciledug?

1.2.2 Seberapa Besar pengaruh antara usia dan tingkat penghasilan dengan motivasi penggunaan internet di warga Kecamatan Ciledug?

1.3 TUJUAN PENELITIAN

Tujuan penelitian ini adalah:

1. Mencari pengaruh antara usia dan tingkat penghasilan dengan motivasi penggunaan internet di warga Kecamatan Ciledug.

2. Mengukur seberapa Besar pengaruh antara usia dan tingkat penghasilan dengan motivasi penggunaan internet di warga Kecamatan Ciledug.

1.4 KEGUNAAN PENELITIAN

Kegunaan penelitian ini adalah:

1.4.1 KEGUNAAN TEORITIS

Penelitian ini diharapkan dapat digunakan untuk memberi kontribusi dalam perkembangan ilmu yang berusaha untuk meneliti tentang internet dan khalayaknya, terutama di Kecamatan Ciledug.

1.4.2 KEGUNAAN PRAKTIS

Penelitian ini dapat digunakan oleh media sebagai tinjauan dan penerapan strategi bagi pengusaha, media, atau pembuat konten di internet agar lebih mengerti khalayak dan pengguna internet, terutama di masyarakat Kecamatan Ciledug.

1.5 BATASAN/FOKUS MASALAH

Batasan atau fokus masalah dalam penelitian ini adalah motivasi penggunaan internet pada warga di Kecamatan Ciledug.