

BAB I

PENDAHULUAN

A. LATAR BELAKANG

Manusia yang hidup tentu memiliki beragam kebutuhan dalam hidupnya. Mulai dari kebutuhan mendasar seperti sandang, pangan, dan papan hingga kebutuhan yang menyangkut kebutuhan afektif atau yang berhubungan dengan perasaan serta kebutuhan akan pengetahuan (kognitif). Setiap orang tentu selalu berusaha untuk memenuhi kebutuhannya, dengan melakukan berbagai hal yang dapat memberikan pemenuhan akan kebutuhannya. Keinginan untuk memenuhi kebutuhan tersebut, kemudian menimbulkan dorongan motif-motif tertentu untuk melakukan sesuatu dalam hal pemenuhan kebutuhannya. Salah satu hal yang dinilai dapat memberikan pemenuhan kebutuhan bagi manusia adalah media.

Saat ini khalayak tengah dihadapkan pada kenyataan bahwa mereka telah dibanjiri dengan beragam pilihan media massa. Mulai dari media elektronik, media cetak hingga media internet yang dapat membawa penggunanya menjelajah dunia maya yang nyaris tak terbatas. Banyaknya ragam media tersebut seolah memberikan iming-iming menarik bagi setiap penggunanya untuk terus meraup informasi-informasi actual dan tentunya memberikan segala macam kemudahan dalam menjangkau informasi paling baru dari media tersebut. Persaingan antar media dalam merebut hati para penggunanya pun tak terelakkan. Tiap media

berusaha untuk selalu berinovasi guna menarik minat pengguna media untuk terus mengaksesnya.

Di era global ini, internet menjadi pilihan bagi banyak orang di samping media-media lain. Tampaknya internet telah menjadi favorit terutama di kalangan generasi muda. Internet memberikan banyak sekali kemudahan bagi para penggunanya, terutama dengan ketersediaan informasi yang hampir tak terbatas ruang dan waktu. Dimana pun, siapa pun, dan kapan pun orang dapat mengakses berbagai macam informasi, hiburan, dan bahkan bergaul dengan sesama pengguna dari belahan bumi yang berbeda.

Begitu istimewanya internet, sehingga media ini seakan menjadi sarana utama bagi khalayak untuk memperoleh segala macam hal yang dibutuhkannya dengan seketika. Tak terbatas ruang, waktu dan gerak. Dalam bukunya, Fidler (2003: 394) menuliskan, banyak yang sepakat bahwa sebagai prasarana untuk komunikasi interpersonal dan penyebaran informasi global, internet sudah tak terbilang nilainya. Medium ini memiliki potensi besar untuk mempersatukan dunia dan menyalurkan upaya-upaya manusia untuk menemukan solusi bagi berbagai problem kritis yang mengancam masa depan kita. Dengan kelebihan internet tersebut, tak heran jika hampir seluruh kalangan mulai menggunakan internet untuk mengakses beragam informasi maupun hiburan disela-sela waktu luangnya yang kian sempit ditengah beragam kegiatan.

Dari uraian di atas dapat dilihat bahwa internet merupakan salah satu media yang dapat dijadikan sebagai sarana dalam memenuhi kebutuhan manusia,

disamping sarana-sarana yang lainnya. Karena manusia memiliki kebutuhan yang beragam, maka timbullah dorongan motif-motif tertentu untuk mengkonsumsi media dalam rangka memenuhi kebutuhannya. Ada berbagai kebutuhan yang dipuaskan oleh media massa. Pada saat yang sama, kebutuhan ini juga dapat dipuaskan oleh sumber lain selain media (Rakhmat, 2008: 207). Jika disangkutkan dengan penelitian ini, maka dapat disebutkan bahwa menurut teori *uses and gratification* manusia memiliki beragam kebutuhan yaitu kebutuhan kognitif, afektif, integrasi personal, integrasi sosial, serta pelepasan ketegangan. Media atau dalam hal ini internet merupakan salah satu sarana yang dinilai dapat memenuhi kebutuhan-kebutuhan manusia. Oleh karena adanya keinginan untuk memenuhi kebutuhan-kebutuhannya tersebut, maka dalam diri manusia timbullah dorongan motif-motif tertentu dalam menggunakan internet.

Manusia dalam rentang usia berapa pun pasti memiliki beragam kebutuhan yang berbeda dalam hidupnya. Semakin dewasa usia seseorang, maka kebutuhannya akan semakin kompleks. Rentang usia yang dinilai mulai memiliki kebutuhan-kebutuhan yang kompleks adalah remaja. Masa remaja adalah periode transisi antara masa kanak-kanak dengan masa dewasa yang melibatkan perubahan-perubahan biologis, kognitif, dan sosio-emosional (Santrock, 2007:20). Oleh karena remaja merupakan masa transisi, maka kebutuhannya akan jauh lebih kompleks dibandingkan dengan anak-anak bahkan mungkin orang dewasa, sebab dalam masa perkembangannya tersebut remaja mengalami banyak perubahan dalam dirinya. Untuk dapat memahami perubahan serta beradaptasi

dengan perubahan-perubahan dalam hidupnya tersebut, remaja membutuhkan proses pembelajaran yang tentunya akan menimbulkan sikap ingin tahu yang berlebih terutama terhadap hal-hal baru.

Sesuai dengan sifat remaja yang aktif dan dinamis, internet dinilai cocok menjadi salah satu media yang dapat memenuhi kebutuhan remaja akan keingintahuan dan hal-hal baru di sekitarnya. Dengan berbagai kemudahan yang ditawarkan oleh internet, para remaja ini dapat dengan sekejap memenuhi kebutuhannya dalam hal pengetahuan, sosialisasi, hingga eksistensi diri. Menurut sebuah penelitian terhadap remaja di Amerika yang dilakukan oleh Kaiser Family Foundation (Santrock, 2007: 219), antara tahun 1998 sampai 2001, presentase remaja berusia 14 hingga 17 tahun yang menggunakan internet meningkat dari 51 persen menjadi 75 persen, sementara untuk remaja berusia antara 10 hingga 13 tahun meningkat dari 39 persen menjadi 65 persen (Santrock, 2007: 218). Diantara remaja berusia 15 hingga 17 tahun, sepertiganya menggunakan internet selama 6 jam per minggu atau lebih, 24 persen menggunakan internet selama 3 jam hingga 5 jam per minggu, dan 10 persen menghabiskan 1 jam per minggu atau kurang. Dari data penelitian diatas, maka dapat disimpulkan bahwa remaja merupakan salah satu kelompok usia yang dinilai aktif dalam menggunakan internet. Namun para orang tua hendaknya juga perlu memperhatikan penggunaan internet dikalangan remaja ini, sebab ada beberapa fakta yang disebutkan oleh Donerstein (Santrock, 2007) mengenai penggunaan situs internet oleh remaja AS, yaitu sebagai berikut: dari 1.000 situs yang dikunjungi, 10 persen diantaranya

berorientasi seksual; sebanyak 44 persen remaja telah mengunjungi situs orang dewasa; 25 persen telah mengunjungi situs yang mendukung kebencian terhadap kelompok tertentu; 12 persen telah menemukan situs dimana mereka dapat memperoleh informasi mengenai cara membeli senjata api.

Seperti yang diuraikan di atas, seringkali remaja dikaitkan dengan kasus-kasus yang berhubungan dengan penyalahgunaan internet. Seperti diberitakan oleh media massa beberapa waktu lalu, terdapat banyak kasus kejahatan maupun penyalahgunaan internet yang melibatkan remaja. Sebut saja beberapa kasus penculikan remaja akibat pergaulan di situs jejaring sosial yang ramai diberitakan oleh media massa. Salah satunya seperti diberitakan oleh portal berita Okezone.com, bahwa sepanjang Januari sampai Februari 2010, Komnas Perlindungan Anak mendapatkan 36 laporan terkait kasus anak yang menjadi korban situs jejaring sosial Facebook dan sekitar 7 diantaranya adalah kasus penculikan. Laporan-laporan tersebut menunjukkan bahwa modus-modus kejahatan ini berawal dari situs jejaring sosial tersebut(<http://techno.okezone.com/read/2010/02/23/55/306496/sebulan-7-kasus-penculikan-via-facebook>, diakses 5 September 2011, pukul 19.37).

Tindak kejahatan via internet sudah semakin memprihatinkan terutama yang melibatkan anak remaja. Belum lagi kenakalan-kenakalan yang kerap menjadi bagian dalam kehidupan remaja. Seperti diberitakan oleh Tribun Jogja, 2 November 2011 lalu mengenai 17 orang pelajar di Sleman terjaring razia yang dilakukan oleh Dinas Pendidikan dan Olah raga Kabupaten Sleman. Para pelajar

tersebut terjaring razia ketika sedang berada di sejumlah warnet di kawasan Sleman saat jam pelajaran tengah berlangsung (<http://jogja.tribunnews.com/2011/11/02/17-pelajar-terjaring-razia-di-warnet>, diakses 2 November 2011, pukul 14.00). Hal serupa juga diberitakan oleh portal berita SOLOPOS.com, sebanyak 19 orang pelajar terjaring razia Satpol PP Klaten tengah berada di warnet ketika jam pelajaran tengah berlangsung. Bahkan dua diantaranya merupakan pasangan siswa siswi yang terpergok tengah berduaan di bilik warnet (<http://www.solopos.com/2011/tak-berkategori/19-pelajar-terjaring-razia-123456>, diakses 15 November 2011, pukul 20.15).

Dari uraian berita-berita diatas dapat dilihat bahwa penggunaan internet di kalangan remaja seakan tidak terkendali, sehingga timbul menjadi tindakan penyalahgunaan. Remaja seakan terbuai dengan segala kemudahan yang ditawarkan sehingga internet pun digunakan untuk hal-hal yang tidak semestinya, hingga kemudian menimbulkan penyalahgunaan atau akhirnya mengalami kecanduan internet.

Berkaitan dengan penggunaan internet di kalangan remaja maupun kaum muda sendiri, sudah ada beberapa penelitian mengenai penggunaan internet tersebut dengan berbagai topik dan masalah yang dibahas. Seperti penelitian mengenai tingkat kepuasan penggunaan internet dalam mengakses situs jejaring sosial, yang dilakukan oleh Dwi Wahyu Wulandari pada tahun 2010 lalu. Penelitian ini mengambil sampel para penghuni rumah kost di daerah Sleman. Dalam penelitian ini disebutkan bahwa sebagian besar responden (90%) merasa

puas menggunakan situs jejaring sosial Friendster maupun Facebook sebagai media *emotional release*. Disebutkan pula bahwa terdapat perbedaan tingkat kepuasan pada responden laki-laki dan perempuan. Responden perempuan memiliki tingkat kepuasan yang lebih tinggi dibandingkan responden laki-laki. Sebagian besar responden yang merasa puas dengan situs jejaring sosial ini adalah remaja dengan kisaran usia 18 tahun. Dari penelitian tersebut dapat diketahui bahwa faktor usia dan jenis kelamin turut mempengaruhi tingkat kepuasan dalam menggunakan internet. Selain itu juga faktor ketersediaan jaringan turut mempengaruhi kepuasan dalam penggunaan internet itu sendiri (Wulandari, 2010).

Penelitian berikutnya adalah penelitian tentang Hubungan Intensitas Mengakses Situs Jejaring Sosial pada Interaksi Langsung Siswa SMA Ditinjau dari Tingkat Ekonomi Siswa. Penelitian ini dilakukan oleh Theresia Ismiyati, dengan siswa SMA Pangudi Luhur Yogyakarta sebagai obyek penelitiannya. Dalam penelitian ini disebutkan bahwa, ada hubungan antara intensitas mengakses situs jejaring sosial terhadap interaksi langsung siswa SMA ditinjau dari tingkat ekonomi siswa. Selain faktor tingkat ekonomi dimungkinkan terdapat variabel lain yang mempengaruhi hubungan intensitas mengakses situs jejaring sosial terhadap interaksi langsung siswa. Variabel tersebut antara lain: ketersediaan jaringan internet dan pengetahuan akan situs jejaring sosial. Penelitian ini difokuskan pada variabel tingkat ekonomi siswa sebagai variabel dominan. Seseorang yang memiliki tingkat ekonomi yang tinggi dapat memiliki

intensitas akses situs jejaring sosial yang lebih tinggi dibandingkan dengan orang yang datang dari keluarga dengan tingkat ekonomi sedang atau rendah. Di sini dapat dilihat bahwa faktor ekonomi juga turut berperan dalam hal penggunaan internet. Selain faktor itu, faktor ketersediaan jaringan serta pengetahuan tentang akses internet itu sendiri juga turut memberikan pengaruh (Ismiyati, 2010).

Kemudian yang terakhir adalah penelitian yang dilakukan oleh Anggia Dewi Fransiska Manurung, tentang Motivasi Mahasiswa Komunikasi Universitas Atma Jaya Yogyakarta dalam Menggunakan Blog. Penelitian ini menyebutkan bahwa, Blog tampaknya menjadi alternatif bagi mahasiswa komunikasi Universitas Atmajaya Yogyakarta untuk memenuhi kebutuhannya. Kebutuhan mereka akan kreativitas, informasi, sosialisasi, bisa didapatkan dengan menggunakan blog. Mereka juga berpendapat bahwa para pengguna blog dengan mudah mengakses, update, dan mempublikasikan tulisan mereka. Saat ada waktu luang blog menjadi salah satu kegiatan menyenangkan. Kegiatan seperti ini seperti membuat desain blog yang menarik atau hanya sekedar menulis layaknya menulis diari. Dari penelitian tersebut, dapat diketahui bahwa blog, atau dalam hal ini internet dapat pula dijadikan alternatif bagi para penggunanya untuk memenuhi kebutuhannya, seperti kebutuhan akan kreatifitas, informasi, serta sosialisasi (Manurung, 2010). Hasil dari penelitian-penelitian ini akan menjadi bahan acuan bagi peneliti untuk mengembangkan penelitian mengenai motivasi remaja dalam penggunaan internet.

Peneliti memilih siswi SMA Stella Duce 2 Yogyakarta sebagai obyek untuk diteliti, sebab para siswi ini dinilai dapat mewakili sifat-sifat remaja saat ini yang cenderung aktif dan dinamis. Selain itu, karena sebagian besar siswi merupakan orang luar kota yang tinggal di asrama serta kost, tentunya kebutuhan akan sosialisasi dan komunikasi mereka dengan keluarga maupun teman menjadi hal yang penting. Terutama bagi siswi yang tinggal di asrama, kebutuhan akan sosialisasi dengan teman-teman di dunia luar dan informasi menjadi cukup penting, sebab peraturan asrama terkadang membatasi mereka untuk bebas keluar untuk memperluas pegaulan. Hanya pada hari-hari tertentu saja mereka diberikan waktu bebas untuk keluar, itu pun tidak sebebaskan siswi yang tinggal di kost maupun di rumah orang tua. Sehingga internet dapat menjadi salah satu media yang membantu mereka memenuhi kebutuhan akan sosialisasi maupun pengetahuan, selain dari teman dan sekolah. Sekedar informasi bahwa pada tahun ajaran 2008-2009 lalu pihak sekolah telah memasang fasilitas wi-fi di sekolah. Hal ini tentunya akan semakin mempermudah akses internet di kalangan para siswi dan guru maupun karyawan. Di samping siswi SMA Stella Duce 2 Yogyakarta, peneliti juga memilih SMA Taman Madya Jetis Yogyakarta sebagai objek penelitian. SMA tersebut dipilih, karena terdapat beberapa perbedaan dengan SMA Stella Duce 2 Yogyakarta yaitu dalam hal siswa. Bila dibandingkan dengan SMA Stella Duce 2 Yogyakarta, SMA Taman Madya Jetis Yogyakarta memiliki siswa yang terdiri dari siswa putra dan putri. Para siswa ini sebagian besar berasal dari Yogyakarta dan tidak tinggal di lingkungan asrama maupun

kost. Dalam hal ini akan dapat dibandingkan bagaimana motivasi para siswa dari dua sekolah yang berbeda tersebut dalam menggunakan situs-situs internet.

Oleh sebab itu, dari penjelasan serta kasus-kasus pemberitaan yang telah diuraikan di atas peneliti memilih untuk melakukan penelitian mengenai kebutuhan remaja usia SMA dalam mengakses situs-situs internet, dengan obyek penelitian para siswa dari SMA Stella Duce 2 Yogyakarta dan SMA Taman Madya Jetis Yogyakarta.

B. RUMUSAN MASALAH

Rumusan masalah dalam penelitian ini adalah apa kebutuhan remaja usia SMA yang mendorong untuk mengakses situs-situs internet?

C. TUJUAN PENELITIAN

Tujuan dalam penelitian ini adalah untuk mengetahui apa motivasi para remaja usia SMA dalam mengakses situs-situs internet.

D. MANFAAT PENELITIAN

Manfaat penelitian secara akademis yaitu diharapkan hasil penelitian ini dapat digunakan sebagai bahan referensi untuk kalangan akademisi maupun umum yang hendak melakukan penelitian serupa atau untuk pengembangan penelitian ini. Penelitian ini juga dimaksudkan untuk melengkapi penelitian-penelitian terdahulu mengenai internet sebagai media populer saat ini, sehingga kemudian mampu menggambarkan secara lengkap penggunaan internet oleh berbagai kalangan di masyarakat.

Manfaat penelitian secara praktis yaitu:

1. Sebagai sebuah usaha guna membantu guru maupun orang tua dalam mengetahui apa sebenarnya kebutuhan yang kemudian memunculkan motivasi para remaja usia SMA dalam mengakses situs-situs internet.
2. Sebagai usaha dalam membantu guru dan orang tua dalam mengambil langkah untuk mencegah penyalahgunaan internet di kalangan remaja, setelah pihak guru maupun orang tua mengetahui apa sebenarnya kebutuhan serta motivasi remaja dalam mengakses situs internet.

E. KERANGKA TEORI

Dalam penelitian ini penulis menggunakan teori *Uses and Gratification*. Dalam teori ini dijelaskan mengenai hal-hal sebagai berikut.

Teori *Uses and Gratification* yang diperkenalkan oleh Blumer dan Karzt ini mengatakan bahwa pengguna media memainkan peran aktif untuk memilih dan menggunakan media tersebut. Dengan kata lain, pengguna media adalah pihak yang aktif dalam proses komunikasi. Khalayak media berusaha untuk mencari sumber media lain untuk memenuhi kebutuhannya. Artinya teori *Uses and Gratification* mengasumsikan bahwa khalayak mempunyai alternatif pilihan untuk memuaskan kebutuhannya (Nurudin, 2007: 192)

Tahap Kedua penelitian diawali saat beberapa peneliti menciptakan *typologi* yang mempresentasikan semua alasan yang dimiliki orang dalam penggunaan media (*media use*). Berikut tabel tipologi alasan orang dalam menggunakan media (West&Turner, 2007: 426):

Tabel 1.1
Tipologi *Uses and Gratifications*

RESEARCHER	REASONS FOR MEDIA USE
Rubin (1981)	Passing time Companionship Excitement Escape Enjoyment Social Interaction Relaxation Obtaining information Learning about specific content
McQuail et al. (1972)	Diversion Personal relationship Personal identity Surveillance
Katz et al. (1973)	Connection with others Separation with others

Dari tabel diatas dapat dilihat bahwa ada beberapa pendapat dari 3 orang peneliti mengenai alasan seseorang menggunakan media. Rubin menemukan sembilan alasan atau motivasi seseorang dalam menggunakan media, yaitu menghabiskan waktu, *companionship*, *excitement*, *escape* atau pelarian, *enjoyment*, *social interaction* atau interaksi sosial, relaksasi, memperoleh informasi, serta mempelajari suatu hal yang spesifik. Sedangkan McQuail menyebutkan empat alasan seseorang menggunakan media, yaitu *diversion* atau pelepasan, *personal relationship* atau hubungan personal, *personal identity* atau

identitas personal, dan *surveillance*. Sedangkan Katz menyebutkan dua alasan yaitu *connection with others* atau terhubung dengan orang lain, dan *separation with others*.

Rubin dan Step menjelaskan hubungan dari motivasi, daya tarik interpersonal dan *parasocial interaction*. *Parasocial interaction* adalah hubungan yang kita rasa kita miliki dengan orang yang kita tahu hanya melalui media (West&Turner, 2007: 427). Mereka menemukan motivasi untuk menghibur dan memperoleh informasi yang diinteraksikan dengan persepsi dari *parasocial Interaction*.

Asumsi dari Teori Uses and Gratifications

Teori *Uses and Gratification* menyajikan kerangka kerja untuk memberikan pengertian kapan dan dimana seseorang memakai media secara berlebihan atau kurang aktif serta akibat dari meningkatnya kekurang-terlibatan. Menurut pendapat teori ini konsumen media mempunyai kebebasan untuk memutuskan bagaimana (lewat media apa) mereka menggunakan media dan bagaimana media itu akan berdampak pada dirinya (Nurudin, 2007: 192).

Banyak asumsi dari Uses and Gratifications telah dijelaskan secara jelas dari pendekatan penemuan. Katz, Blumler, dan Gurevitch berpendapat bahwa terdapat lima asumsi dasar dari *Uses and Gratifications Theory* (Baran & Davis, 2010: 298-299):

- Khalayak adalah pihak yang aktif dan penggunaan media yang mereka lakukan berorientasi tujuan.
- Inisiatif dalam menghubungkan kebutuhan akan kepuasan terhadap pilihan media tertentu bergantung pada anggota khalayak.
- Media bersaing dengan sumber yang lain untuk keperluan pemuasan kebutuhan.
- Banyak orang cukup memiliki kesadaran diri tentang penggunaan media, ketertarikan dan motivasi untuk mendapatkan penyajian peneliti dengan gambar yang akurat dari penggunaannya.
- Keputusan nilai – nilai dari sisi media hanya dapat dinilai dari anggota khalayak.

Asumsi teori tentang penonton yang aktif dan penggunaan media yang berorientasi pada tujuan merupakan penyampaian yang tepat. Tiap anggota audiens memiliki perbedaan tingkat aktifitas dalam menggunakan media. Audiens juga dapat terdorong untuk memenuhi kebutuhan melalui media. McQuail dan rekannya (Junaedi, 2007: 100), mengidentifikasi tipologi motivasi penonton dalam menggunakan media, yaitu *diversion* didefinisikan sebagai pelepasan dari rutinitas atau masalah sehari-hari; *personal relationships*, berhubungan dengan persahabatan dan kegunaan sosial; *personal identity*, berhubungan dengan cara-cara untuk menguatkan nilai - nilai individu, referensi diri, eksplorasi realitas; terakhir adalah *surveillance*, berhubungan dengan bentuk-bentuk pencarian

informasi, informasi mengenai bagaimana media akan membantu setiap individu menyelesaikan sesuatu.

Asumsi yang ketiga, media tersebut bersaing dengan sumber lain untuk memenuhi kebutuhan dan memperoleh kepuasan. Anggota khalayak dianggap memiliki tanggung jawab sendiri dalam memilih media massa untuk mengetahui kebutuhannya, memenuhi kebutuhannya. Media massa dianggap hanya sebagai salah satu cara memenuhi kebutuhan individu dan individu boleh memenuhi kebutuhan mereka melalui media massa atau dengan menggunakan cara lain diluar media (Junaedi, 2007: 99).

Asumsi yang keempat berpendapat jika setiap orang mempunyai kesadaran diri dalam penggunaan media, ketertarikan, dan motivasi yang mampu menggambarkan penggunaan media dalam khalayak yang aktif. Hal tersebut juga menyatakan secara tidak langsung bahwa sebagian besar orang telah sadar dengan aktivitas tersebut (West&Turner, 2007:430).

Asumsi yang kelima menyatakan teori *Uses dan Gratification* berpendapat bahwa individu anggota khalayak yang memutuskan untuk menggunakan isi tertentu dari media hingga akhir, nilai dari isi media hanya mampu dinilai dari si audiens saja (West&Turner, 2007:430).

Menurut Junaedi (2007: 192) teori ini sendiri menekankan bahwa khalayak bersifat aktif dalam menentukan media mana yang akan dipilih untuk memenuhi kebutuhannya. Berikut dijelaskan lebih lanjut mengenai khalayak yang bersifat aktif tersebut.

Khalayak Aktif

Dalam kajian *uses and gratification* sendiri yang diteliti adalah mengenai perilaku komunikasi khalayak dalam relasinya dengan pengalaman langsungnya dengan media massa. Khalayak diasumsikan sebagai bagian dari khalayak yang aktif dalam memanfaatkan muatan media, bukannya pasif saat mengonsumsi media massa (Junaedi, 2007: 99).

Disebutkan oleh West dan Turner (2007: 431) bahwa Blumer memberikan beberapa istilah atau karakteristik mengenai aktifitas pengguna media. Hal – hal tersebut adalah *utility*, *intentionality*, *selectivity*, dan *imperviousness to influence*.

Utility dimaksudkan bahwa khalayak aktif dikatakan mengonsumsi media dalam rangka suatu kepentingan untuk memenuhi kebutuhan dari tujuan tertentu yang mereka miliki. *Intentionality*, mengandung makna penggunaan secara sengaja dari isi media. Tipe yang ketiga dari aktifitas penonton ialah *selectivity*, yaitu khalayak aktif dianggap selektif dalam proses konsumsi media yang mereka pilih, mereka tidak asal-asalan dalam mengonsumsi media namun juga didasari alasan atau tujuan tertentu. Kemudian *imperviousness to influence*, maksudnya adalah bahwa khalayak aktif dipercaya dapat bertahan dalam menghadapi pengaruh media atau tidak mudah dibujuk oleh media itu sendiri. Yang terakhir adalah *involvement*, maksudnya khalayak secara aktif berpikir mengenai alasan mereka dalam mengonsumsi media (Junaedi, 2007: 82-83).

Keaktifan itu relatif. Beberapa orang aktif berpartisipasi di dalam proses komunikasi massa, yang lain bisa lebih pasif. Keaktifan juga variabel yang

individual. Seseorang dapat menjadi tidak aktif sewaktu-waktu dan menjadi sangat aktif. Level dari keaktifan kita sering bermacam-macam dari waktu ke waktu dalam satu hari dan tipe dari isi. Kita dapat menjadi pemakai internet yang aktif dari hari ke hari dan pemakai yang pasif pada saat berita malam hari yang ada di televisi (West&Turner, 2007:432). Mengapa pula khalayak aktif memilih media? Alasannya karena masing-masing orang memiliki perbedaan dalam hal pemanfaatan media (Nurudin, 2007:193).

Dalam memanfaatkan media, khalayak juga seharusnya menyadari akan efek-efek yang ditimbulkan oleh media itu sendiri. *Uses and gratification* juga memberikan pembahasan mengenai efek media yang kemungkinan dapat mempengaruhi pengguna media.

Efek Media

Katz dan rekannya menjelaskan mengenai situasi sosial seseorang membuat diri mereka sendiri terlibat dalam generasi dengan kebutuhan terkait media, dalam 5 cara berikut (Baran & Davis, 2010: 300-301):

Pertama, situasi sosial dapat memproduksi ketegangan dan konflik, memimpin untuk menekan kemudahan berpikir dalam pemakaian media. Hal ini dapat dicontohkan ketika pada tahun 2010 lalu sebagian besar warga Indonesia dihebohkan dengan berbagai macam bencana yang melanda. Di mana-mana orang selalu membicarakan mengenai bencana banjir bandang, gunung meletus dan bencana lain. Ini adalah situasi sosial yang dibuat dengan ketegangan dari konflik. Dan beramai-ramai khalayak mulai terus menerus mengikuti pemberitaan seputar

bencana tersebut untuk mengetahui apa penyebabnya serta segala sesuatu mengenai bencana tersebut.

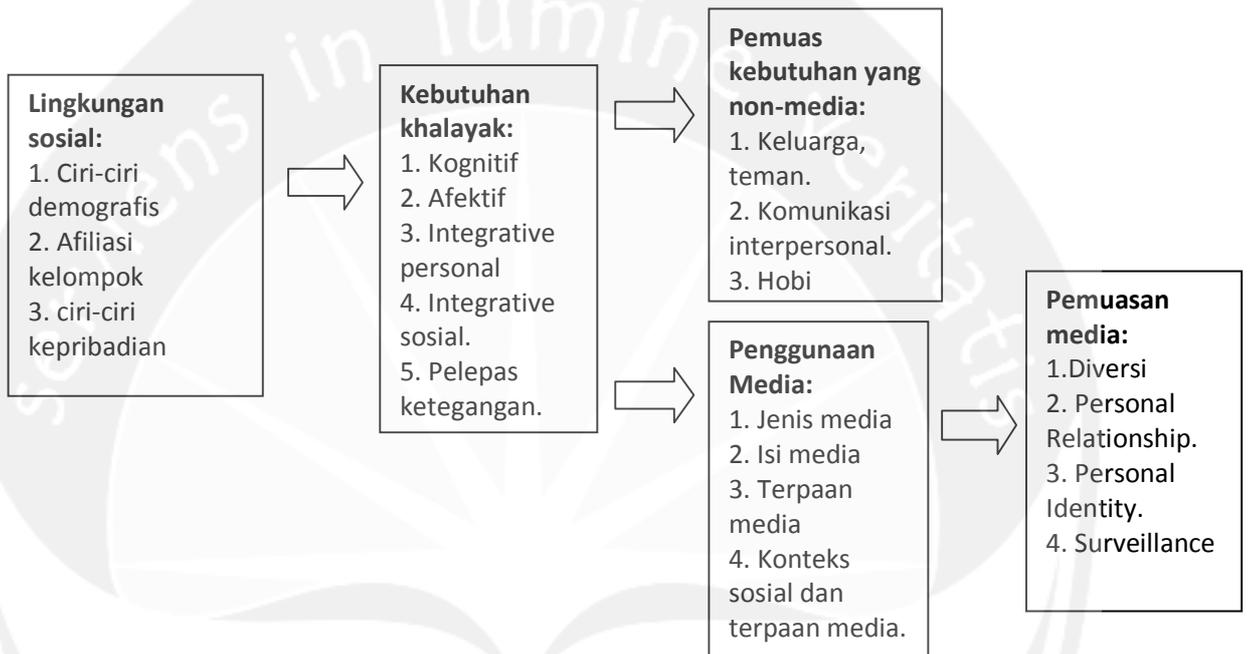
Ke dua, situasi sosial dapat menciptakan sebuah kesadaran pada masalah yang menuntut perhatian, pencarian informasi dalam media. Ketika hampir setiap orang di lingkungan pekerjaan, sekolah maupun pergaulan membicarakan suatu hal secara terus menerus maka hal ini akan menimbulkan perhatian. Masalah ini menuntut perhatian. Seseorang mungkin akan mencoba mencari informasi yang mendalam mengenai berbagai masalah sosial.

Ketiga, situasi sosial dapat melemahkan kesempatan nyata untuk memuaskan kebutuhan tertentu, dan media dapat bertindak sebagai tambahan atau *supplements*. *Keempat*, situasi sosial sering kali menimbulkan nilai tertentu, dan peneguhan serta dorongan tersebut dapat difasilitasi oleh konsumsi dari materi media. Yang terakhir, situasi sosial dapat memberikan wilayah pengharapan terhadap kedekatan dengan media yang harus dipenuhi untuk memelihara keanggotaan dalam kelompok sosial.

Menurut Nurudin (2007: 192), teori *Uses dan Gratification* memandang bahwa manusia memiliki otonomi, wewenang untuk memperlakukan media. Blumer dan Kartz yakin bahwa tidak hanya ada satu jalan bagi khalayak untuk menggunakan media. Menurut pendapat teori ini, konsumen media mempunyai kebebasan untuk memutuskan bagaimana mereka menggunakan media dan bagaimana media tersebut akan berdampak pada diri mereka sendiri.

Cara operasi teori *Uses and Gratification* ini dapat dilihat seperti pada bagan di bawah ini (Nurudin, 2007:194):

Bagan 1.1
Bagan Operasi Teori *Uses and Gratification*



Bagan mengenai proses operasi teori *Uses and Gratification* di atas dimulai dari lingkungan sosial yang menentukan kebutuhan. Lingkungan sosial tersebut meliputi: karakteristik demografis yaitu umur, jenis kelamin, penghasilan, pekerjaan, pendidikan, agama, etnik, serta besar kelompok yang turut berpengaruh pada keinginan terhadap informasi, sehingga secara tidak langsung akan berpengaruh juga pada penggunaan media untuk memenuhi kebutuhannya. Kedua, ciri-ciri afiliasi kelompok, yaitu berkaitan dengan keuntungan yang dicari dalam suatu kelompok, kebiasaan suatu kelompok untuk

memenuhi kebutuhannya atau menggunakan suatu hal yang bisa memenuhi kebutuhannya dalam kelompok. Dan yang terakhir adalah ciri-ciri kepribadian, yaitu mencerminkan kelas sosial, gaya hidup dan kepribadian yang dijelaskan melalui kelas sosial masyarakat, serta gaya hidup masyarakat yang masih mengidentikkan diri sebagai masyarakat di wilayah atau tempat tertentu. Dari situ dapat dilihat bahwa masing-masing individu memiliki ciri kepribadian yang berbeda, sehingga akhirnya akan berpengaruh pada tingkat kebutuhan informasi, dan membutuhkan media untuk pemenuhan kebutuhan tersebut (Septianty, 2010: 18-19).

Selain kebutuhan yang datang dari lingkungan sosial, ada pula kebutuhan individual yang dapat mempengaruhi motif seseorang dalam menggunakan media. Seperti yang dijelaskan oleh Nurudin (2007: 194-195), kebutuhan individual ini meliputi: kebutuhan kognitif adalah kebutuhan yang berkaitan dengan peneguhan informasi, pengetahuan, dan pemahaman mengenai lingkungan. Kebutuhan ini didasarkan pada keinginan untuk memahami lingkungan serta memuaskan rasa penasaran dan keingintahuan. Kebutuhan afektif merupakan kebutuhan yang berkaitan dengan pengalaman estetis, kesenangan, dan emosional. Kebutuhan pribadi secara integratif adalah kebutuhan yang berkaitan dengan peneguhan kredibilitas, kepercayaan, stabilitas, serta status individual. Hal ini berkaitan dengan hasrat akan harga diri. Kebutuhan sosial secara integratif merupakan kebutuhan akan kontak dengan keluarga, teman, maupun dunia luar. Hal ini didasarkan akan hasrat untuk berafiliasi. Sedangkan

kebutuhan akan pelepasan ketegangan, berkaitan dengan upaya lepas dari tekanan, ketegangan, serta keinginan akan keanekaragaman.

F. KERANGKA KONSEP

Dalam sebuah penelitian penting adanya sebuah konsep. Pengetahuan mengenai konsep ini sangat penting untuk dipahami, sebab konsep ini sendiri akan mempermudah kerja penelitian. Konsep digunakan untuk membuat penelitian menjadi lebih sederhana dan mudah dipahami, baik oleh peneliti sendiri maupun oleh orang-orang yang terlibat dengan penelitian ini, seperti misalnya responden. Konsep sendiri kemudian juga akan mempermudah peneliti dalam pembuatan instrumen penelitian, sebab konsep sendiri menjadi dasar penentuan variabel serta skala pengukurannya. Oleh karena itu, peneliti menyusun kerangka konsep dalam penelitian ini untuk mempermudah kerja penelitian di kemudian hari.

Konsep dasar dari penelitian ini adalah tentang motivasi. Setiap orang pasti memiliki kebutuhan dalam hidupnya. Kebutuhan-kebutuhan tersebut butuh pemenuhan, sehingga hal tersebut mendorong munculnya motivasi dalam diri seseorang untuk memenuhi kebutuhannya. Kebutuhan seseorang dapat dilihat dari dua hal yaitu karakteristik lingkungan sosial serta kebutuhan individual. Dalam penelitian ini karakteristik lingkungan sosial individu meliputi: usia individu, jenis kelamin, tempat tinggal, serta tingkat ekonomi individu. Hal-hal tersebut secara langsung maupun tidak langsung dapat mempengaruhi kebutuhan pada tiap individu. Misalkan saja individu yang berbeda usia maupun berbeda jenis

kelaminnya, maka akan memiliki kebutuhan yang berbeda pula. Begitu juga dengan individu yang memiliki tingkat ekonomi yang rendah akan memiliki kebutuhan yang berbeda dengan individu dengan tingkat ekonomi yang tinggi.

Selain dilihat dari lingkungan sosial, kebutuhan seseorang yang dapat memotivasi audiens dalam menggunakan media dapat dilihat dari kebutuhan individualnya. Kebutuhan-kebutuhan individual ini meliputi :

1. Kebutuhan kognitif, yaitu kebutuhan yang berkaitan dengan peneguhan informasi, pengetahuan, dan pemahaman mengenai lingkungan. Kebutuhan ini didasarkan pada keinginan untuk memahami lingkungan maupun dunia luar serta memuaskan rasa penasaran dan keingintahuan seseorang terhadap peristiwa, kejadian, maupun informasi tentang dunia luar maupun lingkungannya. Seorang siswa yang memiliki kebutuhan kognitif ini, akan mengakses media yang dalam hal ini internet untuk memperoleh informasi atau pengetahuan yang diinginkan, supaya dapat memenuhi kebutuhannya akan pengetahuan dan informasi.
2. Kebutuhan afektif, yaitu kebutuhan yang berkaitan dengan pengalaman estetis, serta hal-hal yang berhubungan dengan sikap maupun emosional seseorang. Misalnya seorang siswa yang memiliki kebutuhan untuk menyikapi permasalahan remaja yang ada disekelilingnya, maka ia membutuhkan semacam penguatan dalam menentukan sikapnya tersebut.
3. Kebutuhan pribadi secara integratif, yaitu kebutuhan yang berkaitan dengan peneguhan kredibilitas, kepercayaan, pengakuan dari orang lain,

serta status individual. Hal ini berkaitan dengan keinginan untuk membentuk kepribadian diri, serta menumbuhkan nilai-nilai dalam diri yang menunjang pembentukan dan pengembangan diri. Misalnya seorang siswa yang merupakan remaja yang tengah mencari jati dirinya, mencoba mencari-cari gambaran mengenai remaja masa kini baik nilai-nilai, gaya hidup maupun pergaulannya, yang kemudian dicoba diterapkannya untuk membantu membentuk kepribadiannya.

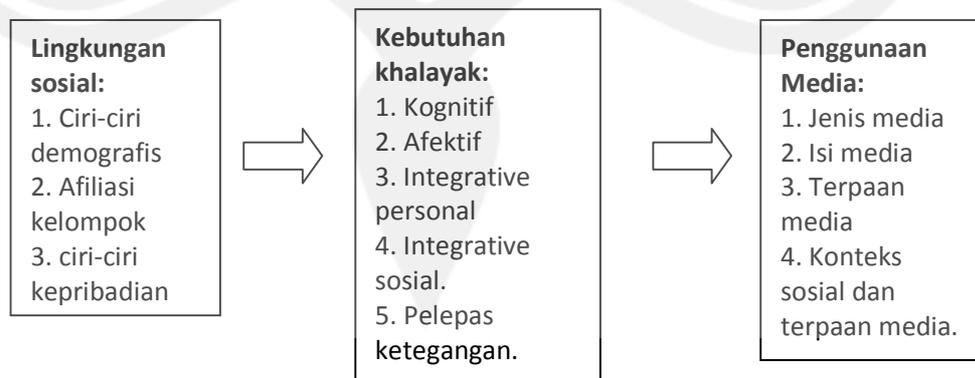
4. Kebutuhan sosial secara integratif, yaitu kebutuhan akan kontak dengan keluarga, teman, maupun dunia luar. Hal ini didasarkan pada keinginan untuk berafiliasi atau berkelompok. Misalkan saja, seorang siswa yang berasal dari luar daerah tentu sangat butuh berkomunikasi dengan keluarga maupun teman di daerah asalnya, maka ia mengakses situs jejaring sosial, fitur chatting maupun email agar tetap terhubung dengan keluarga jauh serta teman-teman ditempat asalnya, selain itu juga untuk memulai perkenalan dengan teman-teman barunya di daerah yang didatanginya melalui situs-situs tersebut.
5. Kebutuhan akan pelepasan ketegangan, berkaitan dengan upaya lepas dari tekanan, ketegangan, serta keinginan memperoleh hiburan. Kebutuhan ini biasanya dirasakan ketika seseorang sedang mengalami tekanan, rasa bosan maupun permasalahan dalam pekerjaan maupun studi. Seseorang yang mengalaminya tentu ingin lepas dari tekanan maupun kejenuhan dalam pekerjaan maupun permasalahan yang dihadapi dengan mencari

penghiburan dan variasi kegiatan. Misalkan seorang siswa yang jenuh dan lelah dengan tekanan tugas-tugas sekolah yang menumpuk, pasti membutuhkan pelepasan dari tekanan tersebut untuk sejenak melupakan permasalahan yang ada. Siswa tersebut membuka situs internet kegemarannya untuk mencoba lepas dari beban tersebut dengan sejenak menghibur diri.

Kebutuhan-kebutuhan yang telah diuraikan diatas tersebut, kemudian akan menimbulkan motivasi atau motif tertentu dalam diri manusia yang kemudian motivasi tersebut menjadi dorongan bagi manusia untuk menggunakan media atau dalam hal ini adalah internet demi memenuhi kebutuhan-kebutuhannya tersebut.

Penjelasan konsep-konsep mengenai kebutuhan dan motivasi diatas kemudian digambarkan dalam bagan dibawah ini:

Bagan 1.2
Bagan operasi teori *uses and gratification*
Dalam konsep penelitian



G. DEFINISI OPERASIONAL

Menurut Singarimbun dan Effendi (1989: 47) definisi operasional adalah petunjuk pelaksanaan bagaimana caranya mengukur suatu variabel. Melalui informasi tersebut, peneliti akan mengetahui bagaimana cara pengukuran atas variabel tersebut.

Dalam penelitian ini variabel motivasi tersebut dioperasionalisasikan dalam tabel berikut:

Tabel 1.2
Definisi Operasional Mengenai Kebutuhan

Variabel	Indikator	Skala pengukuran
1. Kebutuhan kognitif	<ul style="list-style-type: none">a. Siswa ingin mengetahui berbagai peristiwa dan kondisi yang menyangkut lingkungan terdekatnya.b. Siswa ingin mengetahui pemberitaan mengenai informasi dan kondisi yang menyangkut keadaan dunia luar.c. Siswa ingin memperoleh informasi dan pengetahuan mengenai berbagai permasalahan.d. Siswa ingin menemukan jawaban mengenai pertanyaan-pertanyaan yang tidak ditemukan melalui buku atau guru di sekolah.e. Siswa ingin mencari alternatif pemecahan atas permasalahan yang dihadapi.	Skala Likert Dengan penilaian sebagai berikut: <ul style="list-style-type: none">a. Skor 4 untuk jawaban Sangat Setuju (SS).b. Skor 3 untuk jawaban Setuju (S).c. Skor 2 untuk jawaban Tidak Setuju (TS).d. Skor 1 untuk jawaban Sangat Tidak Setuju (STS).
2. Kebutuhan afektif	<ul style="list-style-type: none">a. Siswa ingin mendapatkan penguatan mengenai sikapnya terhadap permasalahan-permasalahan yang tengah terjadi saat ini.b. Siswa ingin dapat menentukan sikap ketika dihadapkan dengan permasalahan kaum muda saat ini.c. Siswa ingin dapat menyikapi fenomena-fenomena remaja masa kini yang	

<p>3. Kebutuhan pribadi secara integratif</p>	<p>menuntutnya untuk berpikir kritis.</p> <p>d. Siswa ingin dapat menyikapi pemberitaan media mengenai kasus-kasus yang melibatkan remaja.</p> <p>e. Siswa ingin dapat memperoleh dukungan terhadap sikap yang tengah diambilnya dalam menanggapi suatu pemberitaan atau permasalahan yang terjadi.</p> <p>a. Siswa ingin memperoleh gambaran mengenai remaja masa kini.</p> <p>b. Siswa ingin menemukan nilai-nilai baru yang dapat membentuk kepribadiannya.</p> <p>c. Siswa ingin menemukan panutan atau idola untuk membentuk nilai-nilai baru dalam dirinya.</p> <p>d. Siswa ingin memperoleh penguatan atas nilai-nilai, maupun sikap yang selama ini dianut atau diterapkan dalam hidupnya.</p> <p>e. Siswa ingin menemukan nilai-nilai yang kemudian dapat mempengaruhi sikap serta cara pandangnya terhadap suatu permasalahan.</p>	
<p>4. Kebutuhan sosial secara integratif.</p>	<p>a. Siswa ingin menemukan bahan percakapan untuk berinteraksi dengan orang-orang di lingkungan sosialnya.</p> <p>b. Siswa ingin merasakan kedekatan dengan keluarga maupun teman-temannya.</p> <p>c. Siswa ingin berinteraksi dengan orang-orang di dunia luar atau jauh dari lingkungan tempat tinggalnya saat ini.</p> <p>d. Siswa ingin menjaga hubungan baik dengan orang-orang di lingkungan sosialnya dengan tetap terhubung dengan mereka.</p> <p>e. Siswa dapat menjalankan peran sosialnya.</p>	
<p>5. Kebutuhan akan pelepasan ketegangan.</p>	<p>a. Siswa ingin melepaskan diri dari permasalahan yang tengah dialami.</p> <p>b. Siswa dapat bersantai dan mengisi waktu luang.</p>	

	<ul style="list-style-type: none"> c. Siswa ingin sejenak lepas dari berbagai tanggung jawab. d. Siswa ingin memperoleh hiburan. e. Siswa ingin merasakan ketenangan batin. 	
--	--	--

H. METODOLOGI PENELITIAN

1. Jenis penelitian

Dalam penelitian ini peneliti menggunakan metode atau jenis penelitian deskriptif kuantitatif. Menurut Mardalis (2003:26), penelitian ini bertujuan untuk mendeskripsikan apa yang saat ini berlaku. Dalam penelitian deskriptif ini terdapat upaya untuk mendeskripsikan, mencatat, menganalisis, dan menginterpretasikan kondisi yang ada maupun yang sedang terjadi. Penelitian deskriptif ditujukan untuk: (1) mengumpulkan informasi aktual secara rinci yang melukiskan gejala yang ada, (2) mengidentifikasi masalah atau memeriksa kondisi dan praktek-praktek yang berlaku, (3) membuat perbandingan atau evaluasi, (4) menentukan apa yang dilakukan orang lain dalam menghadapi masalah yang sama dan belajar dari pengalaman mereka untuk menetapkan rencana dan keputusan pada waktu yang akan datang (Rakhmat, 1984: 25).

Sebagai penelitian dekriptif, penelitian ini nantinya akan mengulas dan menjelaskan mengenai motivasi-motivasi para remaja usia SMA dalam menggunakan internet. Disini peneliti akan mencatat, mendekripsikan, menganalisis serta menginterpretasikan kondisi yang sedang terjadi saat ini terutama mengenai kondisi remaja saat ini yang tengah dibanjiri

dengan berbagai macam informasi serta tawaran-tawaran menarik dari media khususnya internet. Kemudian dalam penelitian ini peneliti juga akan mengidentifikasi masalah-masalah atau dalam hal ini motivasi dalam penggunaan media internet dikalangan remaja usia SMA yang terjadi saat ini. Kemudian dari masalah maupun praktek yang ada tersebut, peneliti akan melakukan perbandingan serta evaluasi terhadap data-data yang telah diperoleh.

2. Subyek penelitian

Menurut Idrus (2009: 91), yang dimaksud dengan subyek penelitian adalah individu, benda, atau organisme yang dijadikan sumber informasi yang dibutuhkan dalam pengumpulan data penelitian. Istilah lain untuk menyebut subyek penelitian ini adalah responden yaitu orang yang merespon atas suatu perlakuan yang diberikan padanya. Dalam penelitian ini yang menjadi subyek penelitian adalah siswi-siswi SMA Stella Duce 2, Yogyakarta, dan siswa SMA Taman Madya Yogyakarta.

Peneliti memilih SMA Stella Duce 2, karena siswi di sana dilihat cukup dapat mewakili ciri remaja masa kini dimana sifat remaja cenderung aktif, kreatif dan dinamis mencoba berbagai hal. Selain itu pada siswa sekolah homogen ada karakter yang cukup menonjol yaitu siswa lebih mudah berekspresi dalam berbagai hal. Hal ini dapat dilihat dari beragam kegiatan pengembangan diri serta beragam kegiatan di luar sekolah yang diikuti para siswi seperti perlombaan maupun kompetisi

akademis dan non akademis untuk menunjukkan eksistensi diri para siswa, menunjukkan karya dan proses kreatif para siswa, serta ajang sosialisasi siswa dengan siswa sekolah lain untuk membangun jaringan dan pergaulan. Sebagai penunjang pembelajaran, SMA tersebut menyediakan fasilitas hotspot bagi para siswinya, dan peneliti melihat bahwa fasilitas tersebut cukup memudahkan para siswi untuk menjadi pengguna aktif internet. Selain itu juga dilihat dari kepemilikan fasilitas yang menunjang mereka untuk dapat mengakses internet di luar sekolah, baik itu laptop, ponsel, PC yang disediakan asrama atau smartphone yang dimiliki.

Kemudian peneliti memilih siswa SMA Taman Madya sebagai responden sebab para siswanya juga dinilai cukup dapat mewakili karakter remaja Yogyakarta. Memang berbeda dari siswi Stella Duce yang banyak berasal dari luar daerah, siswa Taman Madya lebih banyak berasal dari Yogyakarta yang bisa dikatakan cukup dapat menggambarkan remaja Yogyakarta pada umumnya. Di sekolah tersebut mereka dididik dengan budaya yang cukup kental khususnya budaya Jawa. Kerap kali para siswa mengikuti kegiatan-kegiatan maupun kompetisi yang berhubungan dengan budaya Jawa salah satunya adalah bahasa Jawa. Selain untuk ajang kompetisi dan sosialisasi di kalangan remaja, kegiatan ini juga dapat menunjukkan eksistensi remaja yang masih menjunjung budaya Jawa terutama di Yogyakarta. Di sekolah pun siswa diberikan pilihan kegiatan ekstrakurikuler maupun pengembangan diri yang juga berhubungan

dengan pengenalan budaya, diantaranya adalah ketrampilan MC Jawa dan *Geguritan* (puisi dalam bahasa Jawa). Dilihat dari kegiatan pendukung yang diikuti para siswa tersebut, para siswa yang dididik dengan tradisi itu dipandang cukup dapat menggambarkan karakter remaja Yogyakarta pada umumnya yang aktif, kreatif dan menjunjung budaya lokal. Selain itu peneliti melihat bahwa lebih banyak siswanya yang berjenis kelamin laki-laki, berbanding terbalik dengan SMA Stella Duce 2. Dalam hal penggunaan internet, menurut keterangan dari guru bimbingan konseling di sekolah tersebut, siswa-siswanya juga merupakan pengguna aktif internet, sebab tugas-tugas yang diberikan biasanya dikerjakan dengan bantuan internet sebagai salah satu sumber pengetahuan. Walaupun tidak seperti SMA Stella Duce 2 yang sudah menyediakan fasilitas hotspot di sekolah, tapi siswa tetap dapat mengakses internet melalui fasilitas yang tersedia di luar sekolah, seperti PC pribadi, telepon selular, maupun warnet.

3. Populasi dan Sampel

Menurut Kriyantono (2006), populasi merupakan keseluruhan objek atau fenomena yang diriset. Tujuan dari adanya populasi ini adalah supaya peneliti dapat dapat menentukan besarnya anggota sampel yang diambil dari anggota populasi dan membatasi berlakunya daerah generalisasi (Usman dan Akbar, 2008: 42). Sedangkan yang disebut dengan sampel adalah sebagian anggota populasi yang diambil dengan menggunakan

teknik tertentu yang disebut dengan teknik sampling (Usman dan Akbar, 2008: 43).

Kemudian yang akan menjadi populasi dan sampel dalam penelitian ini adalah siswa-siswi SMA Taman Madya Jetis dan SMA Stella Duce 2 Yogyakarta. Berikut rincian jumlah siswa di kedua sekolah tersebut:

- SMA Stella Duce 2 Yogyakarta

Tabel 1.3
Data Jumlah Siswa SMA Stella Duce 2 Yogyakarta

KELAS	KETERANGAN	JUMLAH
Kelas X	A: 35 orang B: 34 orang C: 34 orang D: 34 orang	137 orang
Kelas XI	Bahasa: 28 orang IPA: 21 orang IPS 1: 26 orang IPS 2: 27 orang IPS 3: 27 orang	129 orang
Kelas XII	Bahasa: 25 orang IPA: 20 orang IPS 1: 34 orang IPS 2: 33 orang	112 orang
	Total	378 orang

Sumber: SMA Stella Duce 2, 2011

- SMA Taman Madya Jetis, Yogyakarta

Tabel 1.4
Data Jumlah Siswa SMA Taman Madya Jetis
Yogyakarta

KELAS	KETERANGAN	JUMLAH
-------	------------	--------

Kelas X	A: 29 orang B: 29 orang	58 orang
Kelas XI	IPA: 14 orang IPS: 28 orang	42 orang
Kelas XII	IPA: 21 orang IPS 1: 17 orang IPS 2: 18 orang	56 orang
	Total	156 orang

Sumber: SMA Taman Madya Jetis, 2011

Dari rincian tabel diatas maka dapat dilihat bahwa jumlah keseluruhan populasi dari penelitian ini adalah sebanyak 534 siswa.

4. Teknik sampling

Dalam penelitian ini peneliti menggunakan *stratified sampling* yaitu teknik sampling yang kerap digunakan oleh peneliti jika pada subyek terdapat kelompok-kelompok yang di antara kelompok-kelompok tersebut ada tingkatan yang membedakan, misalnya kelompok kelas I, II, dan III. Menurut Rakhmat (1984: 79), ada 2 jenis sampel strata (*stratified*) ini yaitu proporsional dan disproporsional. Pada sampel proporsional dari setiap strata atau tingkatan ini diambil sampel yang sebanding dengan setiap strata. Sedangkan pada sampel disproporsional, jumlah sampel dibagi rata dalam tiap strata. Dalam setiap strata diambil jumlah sampel yang sama (Kriyantono, 2006:152). Dalam penelitian ini peneliti menggunakan sampel disproporsional. Penentuan sampel didasarkan dari strata kelas yang ada yaitu kelas I, II dan III. Untuk mengukur jumlah

sampel peneliti menggunakan rumus Slovin yang dijelaskan sebagai berikut:

$$n: \frac{N}{1 + Ne^2}$$

Keterangan:

n : Ukuran sampel

N : Ukuran populasi

e : Kelonggaran penelitian karena kesalahan pengambilan sampel yang dapat ditolerir. Batas kesalahan yang ditolerir ini bagi setiap populasi tidak sama. Ada yang 1%, 2%, 3%, 4%, 5%, atau 10% (Kriyantono, 2006:160).

Perhitungan sampel yang akan digunakan oleh peneliti adalah sebagai berikut:

$$\begin{aligned} n &= \frac{534}{1 + 534 \cdot 0,1^2} \\ &= 84,227 \end{aligned}$$

Jumlah populasi sebanyak 534 diperoleh dari jumlah total siswa di SMA Stella Duce 2 dan Taman Madya, yaitu $378 + 156 = 534$ siswa. Setelah dihitung dengan rumus Slovin tersebut diperoleh jumlah sampel sebesar 84,227. Untuk mempermudah perhitungan, angka tersebut dibulatkan menjadi 90 orang responden. Penentuan jumlah tersebut memang melebihi dari jumlah pembulatan yang seharusnya. Hal tersebut

dimaksudkan untuk menghindari dan mengantisipasi adanya kesalahan (*error*) yang kemungkinan dapat terjadi ketika penyebaran maupun pengisian kuesioner nantinya. Kemudian, karena ada dua sekolah yang menjadi subjek penelitian, maka jumlah keseluruhan sampel yang berjumlah 90 orang ini akan dibagi dua sama rata untuk setiap sekolah yaitu sebanyak 45 sampel di setiap sekolah. Karena di setiap sekolah terdiri dari 3 strata yaitu kelas I, II, dan III, maka jumlah 45 ini akan dibagi 3 menjadi 15 orang sampel di setiap strata atau kelas di masing-masing sekolah.

5. Teknik pengumpulan data

Dalam penelitian ini, untuk mengumpulkan data yang dibutuhkan peneliti menggunakan kuesioner yang akan dibagikan dan diisi oleh responden. Menurut Kriyantono (2006: 93), kuesioner atau yang biasa disebut angket adalah daftar pertanyaan yang harus diisi oleh responden. Tujuan dari penyebaran angket ini adalah untuk mencari informasi yang lengkap mengenai suatu masalah dari responden tanpa merasa khawatir bila responden memberikan jawaban yang tidak sesuai dengan kenyataan dalam pengisian daftar pertanyaan.

6. Skala pengukuran

Untuk dapat menganalisis data yang diperoleh dari kuesioner, maka pertama-tama peneliti perlu menetapkan skala pengukuran. Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan skala likert. Menurut Kriyantono

(2006: 134) skala likert digunakan untuk mengukur sikap seseorang tentang sesuatu objek sikap. Objek sikap ini biasanya telah ditentukan secara spesifik oleh peneliti. Indikator-indikator dari variabel sikap terhadap suatu objek merupakan titik tolak dalam membuat pertanyaan maupun pernyataan yang harus diisi oleh responden. Skala Likert dalam penelitian ini terdiri dari 4 skala. Dimana masing-masing penilaian dari pertanyaan atas motivasi siswa adalah sebagai berikut:

- a. Skor 4 untuk jawaban Sangat Setuju (SS)
- b. Skor 3 untuk jawaban Setuju (S)
- c. Skor 2 untuk jawaban Tidak Setuju (TS)
- d. Skor 1 untuk jawaban Sangat Tidak Setuju (STS)

7. Uji Validitas

Istilah valid memberikan pengertian bahwa alat ukur yang digunakan mampu memberikan nilai yang sesungguhnya dari apa yang diinginkan. Konsep valid ini secara sederhana mencakup pengertian bahwa skala atau instrumen yang digunakan dapat mengukur atau mengungkapkan hal-hal yang seharusnya diukur atau diungkapkan (Idrus, 2009: 124). Metode yang kerap dipakai untuk menguji validitas ini adalah korelasi produk momen (*product moment correlation, Pearson correlation*) dengan formula sebagai berikut:

$$r_i = \frac{\sum_{j=1}^n (X_{ij} - \bar{X}_i) (t_j - \bar{t})}{\sqrt{\sum_{j=1}^n (X_{ij} - \bar{X}_i)^2 \sum_{j=1}^n (t_j - \bar{t})^2}}$$

Keterangan :

X_{ij} = skor responden ke- j pada butir pertanyaan i

\bar{X}_i = rata-rata skor butir pertanyaan i

t_j = total skor seluruh pertanyaan untuk responden ke- j

\bar{t} = rata-rata total skor

r_i = korelasi butir pertanyaan ke- i dengan total skor

8. Uji Reliabilitas

Yang dimaksud reliabilitas instrumen adalah tingkat *kejegan* instrumen saat digunakan kapan dan oleh siapa saja sehingga akan cenderung menghasilkan data yang sama atau hampir sama dengan sebelumnya.

Reliabilitas merupakan ketepatan atau *consistency* atau dapat dipercaya (Idrus, 2009: 130). Artinya adalah bahwa instrumen tersebut akan memberikan hasil yang sama atau hampir sama meskipun digunakan berulang kali oleh siapa saja dan kapan saja. Berikut formula yang digunakan untuk menghitung koefisien reliabilitas, yaitu dengan formula

Alpha Cronbach:

$$\alpha = \left(\frac{n}{n-1} \right) \left(1 - \frac{\sum \sigma_1^2}{\sigma_1^2} \right)$$

Keterangan :

n = banyaknya butir pertanyaan

σ_i^2 = varians skor tiap-tiap item

σ_i^2 = varians skor total

Untuk mencari reliabilitas dengan menggunakan rumus alpha ini, yang harus dilakukan terlebih dahulu adalah dengan mencari varian untuk tiap-tiap itemnya. Untuk mencari varian tersebut dapat digunakan formula sebagai berikut :

$$\sigma^2 = \frac{\sum x_2 - \frac{(\sum x)^2}{N}}{N}$$

Keterangan:

σ^2 = varians skor tiap item

N = banyaknya testee

X = varians skor total item

9. Teknik analisis data

Data-data yang telah dikumpulkan dianalisis dengan metode statistik untuk mendapatkan data kuantitatif. Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan metode statistik sebagai berikut:

- Distribusi frekuensi

Dijelaskan oleh Kriyantono (2006: 167), bahwa distribusi frekuensi berfungsi untuk membantu peneliti guna mengetahui bagaimana distribusi dari data penelitian.

- Rumus T-test

Rumus t-test dipakai untuk menguji perbedaan dua sampel pada variabel interval/rasio (Kriyantono, 2006:186). Misalnya dalam penelitian ini salah satunya adalah, apakah ada perbedaan motivasi dalam mengakses situs internet antara siswa laki-laki dan perempuan?

Kriyantono (2006:186-187) juga menjelaskan ada beberapa macam rumus t-test, yaitu:

1. Rumus untuk menguji dua sampel independen untuk data interval/rasio. Berikut rumusnya:

$$t = \frac{MX_1 - MX_2}{\sqrt{\left[\frac{\sum X_1^2 - \frac{(\sum X_1)^2}{N_1} + \sum X_2^2 - \frac{(\sum X_2)^2}{N_2}}{(N_1 + N_2) - 2} \right] \frac{(N_1 + N_2)}{N_1 + N_2}}}$$

Keterangan:

MX_1 dan MX_2 adalah mean masing-masing sampel

N_1 adalah jumlah sampel X_1

N_2 adalah jumlah sampel X_2

2. Rumus untuk menguji perbedaan sampel berpasangan untuk data interval /rasio. Berikut rumusnya:

$$t = \frac{MX - MY}{\sqrt{\frac{\sum D^2 - \frac{(\sum D)^2}{N}}{N(N-1)}}$$

Keterangan:

MX dan MY adalah rata-rata skor kelompok X dan Y

D adalah selisih skor kelompok X dan Y

N adalah jumlah pasangan skor.

- One way ANOVA

Menurut Arikunto, *One way ANOVA* digunakan untuk mengolah data yang hanya mengenal satu variabel saja. Berikut tabel rumus perhitungan ANOVA (Ismiyati, 2010: 40-41):

Tabel 1.5
Rumus Perhitungan ANOVA

Sumber variasi	Jumlah Kuadrat (JK)	d.b.	MK	F
Kelompok (K)	$JK_k = \frac{(\sum X_k)^2}{n_k} - \frac{(\sum X_\tau)^2}{N}$	$d. b_K = K - 1$	$MK_K = \frac{JK_K}{db_K}$	$F_o = \frac{MK_K}{MK_d}$
Dalam (d)	$JK_d JK_\tau - JK_K$	$db_d = N - K$	$MK_D = \frac{JK_D}{db_d}$	
Total (T)	$JK_\tau = \sum X_\tau^2 - \frac{(\sum X_\tau)^2}{N}$	$db_\tau = N - 1$		