


BUSINESS

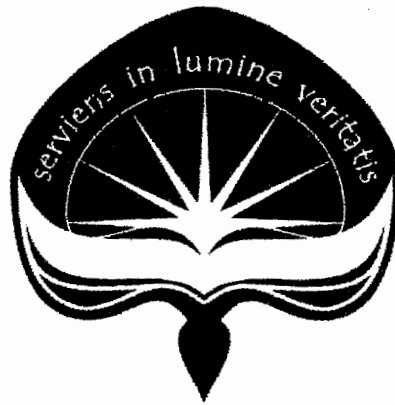
	REPUBLIK INDONESIA KEMENTERIAN KEUANGAN DIREKTORAT JENDERAL KEPENDAHPUAN
	8 MAR 2007
	3/42/EM.Int/Hd.2/2007
	Rf 658.84 NIN 06

	REPUBLIK INDONESIA KEMENTERIAN KEUANGAN DIREKTORAT JENDERAL KEPENDAHPUAN
---	--

**STUDI TERHADAP AKTIVITAS REMAJA YOGYAKARTA
DALAM PENGGUNAAN SITUS FRIENDSTER**

SKRIPSI

**Untuk Memenuhi Sebagian Persyaratan Mencapai Derajat Sarjana Ekonomi
(S1) Pada Program Studi Manajemen
Fakultas Ekonomi Universitas Atma Jaya Yogyakarta**



Disusun oleh:

NINDA BUDI ASHANTI

NPM : 02 03 13705

**FAKULTAS EKONOMI
UNIVERSITAS ATMA JAYA YOGYAKARTA**

Agustus, 2006



SKRIPSI

**STUDI TERHADAP AKTIVITAS REMAJA YOGYAKARTA
DALAM PENGGUNAAN SITUS FRIENDSTER**

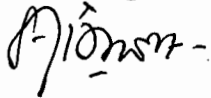
Disusun oleh:

NINDA BUDI ASHANTI

NPM : 02 03 13705

Telah dibaca dan disetujui oleh:

Pembimbing Utama



Dra. J. Ellyawati, MM.

Tanggal 13 Juli 2006

SKRIPSI

STUDI TERHADAP AKTIVITAS REMAJA YOGYAKARTA DALAM PENGGUNAAN SITUS FRIENDSTER

Yang dipersiapkan dan disusun oleh

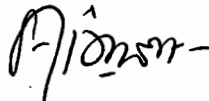
NINDA BUDI ASHANTI

NPM : 02 03 13705

Telah dipertahankan di depan panitia penguji pada tanggal 5 Agustus 2006
dan dinyatakan telah memenuhi persyaratan untuk mencapai derajat
Sarjana Ekonomi (S1) pada Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi
Universitas Atma Jaya Yogyakarta

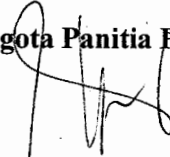
SUSUNAN PANITIA PENGUJI

Ketua Panitia Penguji



Dra. J. Ellyawati, MM

Anggota Panitia Penguji



Dra. Rosa Widjojo, MBA.



Drs. P. Didit Kresnadewara, MM.

Yogyakarta, 5 Agustus 2006

Dekan Fakultas Ekonomi

Universitas Atma Jaya Yogyakarta



Dr. R. Maryatmo, MA

PERNYATAAN

Saya yang bertanda tangan di bawah ini dengan sesungguhnya menyatakan bahwa skripsi dengan judul:

STUDI TERHADAP AKTIVITAS REMAJA YOGYAKARTA DALAM PENGGUNAAN SITUS FRIENDSTER

Benar-benar hasil karya saya sendiri. Pernyataan, ide, dan kutipan langsung maupun tidak langsung dinyatakan secara tertulis dalam skripsi ini dalam catatan perut dan daftar pustaka. Apabila dikemudian hari terbukti bahwa saya melakukan plagiasi sebagian atau seluruhnya dari skripsi ini, maka gelar dan ijazah yang saya peroleh dinyatakan batal dan akan saya kembalikan kepada Universitas Atma Jaya Yogyakarta.

Yogyakarta, 13 Juli 2006

Yang menyatakan



Ninda Budi Ashanti

KATA PENGANTAR

Puji syukur kepada Tuhan Yesus Kristus yang telah melimpahkan berkat-NYA sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi dengan judul "STUDI TERHADAP AKTIVITAS REMAJA YOGYAKARTA DALAM PENGGUNAAN SITUS FRIENDSTER".

Penyusunan skripsi ini dimaksudkan untuk melengkapi salah satu persyaratan dalam rangka menempuh ujian akhir Program Studi S1 Jurusan Manajemen Universitas Atma Jaya Yogyakarta. Selama menulis skripsi ini, penulis mendapat banyak bantuan, dorongan baik secara moril maupun materiil dari berbagai pihak. Maka pada kesempatan ini penulis juga ingin mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada:

1. Tuhan Yesus yang membantu, memberkati aku selama pengerjaan skripsi ini.
2. Ibu J.Ellyawati, Dra., MM., selaku dosen pembimbing utama yang dengan penuh kesabaran dan perhatian bersedia meluangkan waktunya untuk memberikan pengarahan dan bimbingan selama penulisan skripsi ini.
3. Seluruh dosen beserta karyawan Universitas Atma Jaya Yogyakarta
4. Mama, Papa, Yusi, emak tercinta, Lita dan Ko Lhung-Lhung yang memberikan dorongan, semangat dan bantuan baik moril dan materiil kepada penulis dalam menyelesaikan skripsi ini.
5. Aweng tercinta yang selalu memberikan bantuan dan perhatian serta dorongan semangat dalam menulis dan menyelesaikan skripsi ini.

6. Lya maniez, Meryl cute, Reni maniz, Cik Melan, Cik Dian, Cik Edelyn, Cik Sheraphine, Ria dan R-lina yang selalu memberikan semangat dan dukungan kepada penulis.

7. Semua pihak yang turut membantu dalam pembuatan skripsi ini.

Penulis berharap semoga skripsi ini dapat bermanfaat bagi semua pihak, dan penulis mengakui dan menyadari sepenuhnya bahwa penulisan ini masih jauh dari sempurna.

Yogyakarta, 13 Juli 2006

Penulis



HALAMAN MOTTO

Pantang menyerah dalam menghadapi apapun

dan andalkan Yesus dalam hidupmu

Janganlah takut, sebab AKU menyertai engkau

Janganlah bimbang, sebab AKU ini ALLAHMU

AKU akan meneguhkan, bahkan akan menolong engkau

AKU akan memegang engkau dengan tangan kanan-KU

yang membawa kemenangan

(Yesaya 41:10)

ORA ET LABORA

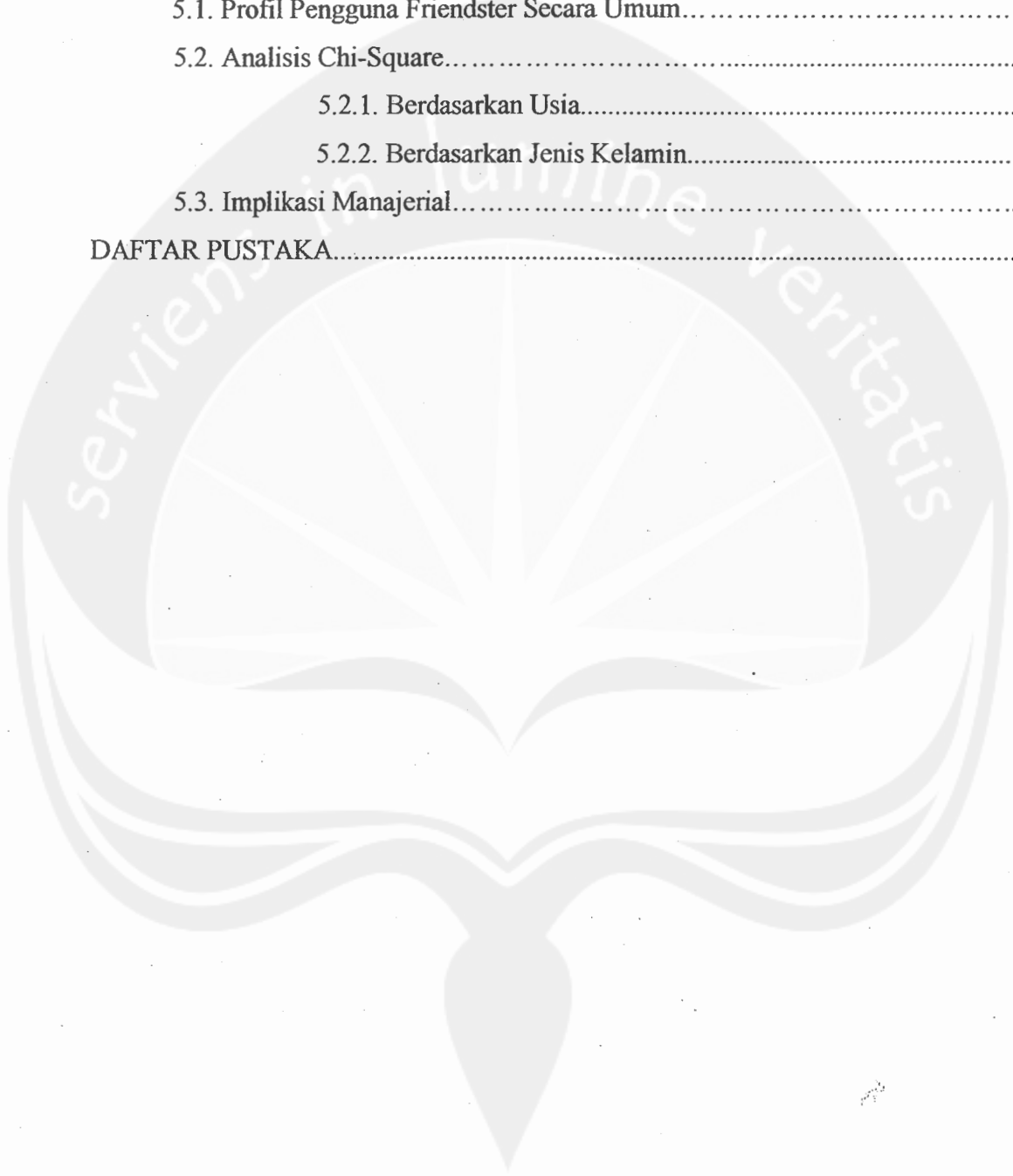
DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL.....	i
HALAMAN PERSETUJUAN PEMBIMBING.....	ii
HALAMAN PENGESAHAN.....	iii
HALAMAN PERNYATAAN.....	iv
KATA PENGANTAR.....	v
HALAMAN MOTTO.....	vii
DAFTAR ISI.....	viii
DAFTAR TABEL.....	xii
DAFTAR LAMPIRAN.....	xix
INTISARI.....	xx
BAB 1. PENDAHULUAN.....	1
1.1. Latar Belakang Masalah.....	1
1.2. Perumusan Masalah.....	4
1.3. Batasan Masalah.....	4
1.4. Tujuan Penelitian.....	6
1.5. Manfaat Penelitian.....	6
1.6. Metode Pengumpulan Data.....	7
1.7. Metode Pengambilan Sampel.....	7
1.7.1. Populasi.....	7
1.7.2. Sampel.....	7
1.8. Metode Analisis Data.....	8
1.8.1. Analisis Deskriptif.....	8
1.8.2. Analisis Chi-Square.....	8
1.9. Sistematika Penulisan.....	9
BAB 2. LANDASAN TEORI.....	11
2.1. Sejarah Internet.....	11
2.2. Pengertian Internet.....	13
2.3. Fasilitas Internet.....	14
2.4. Keunggulan dan Kelemahan Internet.....	19

2.4.1. Keunggulan Penggunaan Fasilitas Internet.....	19
2.4.2. Kelemahan Internet.....	20
2.5. Manfaat Internet.....	21
2.5.1. Manfaat Umum.....	21
2.5.2. Manfaat Bagi Pelaku Bisnis.....	21
2.5.3. Kekhawatiran.....	22
2.6. <i>E-Business</i>	23
2.7. Manfaat e-Business.....	27
2.8. Strategi e-Business.....	29
2.9. Perilaku Konsumen Internet dan Internet Market Research.....	30
2.10. Tiga Faktor Penting Dalam E-business.....	33
2.11. Webvertising.....	34
BAB 3. GAMBARAN UMUM PERUSAHAAN.....	41
3.1. Pengertian Friendster.....	41
3.2. Manajemen Team.....	43
3.3. Cara Mengakses Friendster.....	44
3.3.1. Proses Menjadi Anggota Friendster.....	44
3.3.2. Memverifikasi Email.....	48
3.3.3. Proses Masuk Situs Friendster.....	49
3.3.4. Proses Log Out.....	49
3.3.5. Menata Account.....	50
3.3.5.1. Mengubah Nama.....	50
3.3.5.2. Mengganti Alamat Email.....	51
3.3.5.3. Mengganti Password.....	52
3.3.5.4. <i>View Profiles Anonymously</i> (Menjadi Anonim Saat Melihat Profil Orang Lain).....	53
3.3.5.5. <i>Who Can View My Full Profile</i> (Menentukan Siapa Saja yang Boleh Melihat Halaman Profil).....	53
3.3.5.6. <i>Who Can Send Me Message</i> (Menentukan Siapa Saja yang Boleh Mengirimkan Pesan).....	54
3.3.5.7. Memakai Safe Mode.....	54

3.3.5.8. Menampilkan Hari Ulang Tahun di Halaman Profil.....	54
3.3.5.9. Menampilkan Horoskop.....	55
3.3.5.10. <i>Allow Photo Comment</i> (Mengijinkan Untuk Mengomentari Foto).....	55
3.3.5.11. <i>Allow Photo Rating</i> (Pemberian Nilai Pada Foto-foto yang Ditampilkan).....	55
3.3.5.12. <i>Allow Photo Grabbing</i> (Mengcopy Foto Dari Orang Lain).....	56
3.3.6. Mengedit Halaman Profil.....	56
3.3.7. Mencari Teman.....	59
3.3.7.1. Mengundang Teman (<i>Invite Friends</i>).....	59
3.3.7.2. Mencari Teman (<i>Search</i>).....	60
3.3.7.3. <i>Forward To a Friend</i> (Merekomendasikan Teman).....	63
3.3.7.4. Mengajak Berteman (<i>Add as Friend</i>).....	65
3.3.7.5. Menerima Persahabatan.....	66
3.3.7.6. Meet People.....	67
3.3.7.7. <i>Introduce To a Friends</i> (Mengenalkan Teman).....	69
3.3.7.8. Bookmark.....	70
3.3.8. Mengirim Pesan Pribadi.....	72
3.3.9. Bulletin Board.....	75
3.3.10. Testimonial.....	77
3.3.10.1. Menerima Testimonial dari Teman.....	79
3.3.11. Blog.....	79
3.3.11.1. Mempublikasikan Tulisan.....	83
3.3.12. Games.....	86
BAB 4. ANALISIS DATA.....	89
4.1. Profil Responden.....	89
4.2. Analisis Perbedaan Pengguna Friendster Dengan Penggunaan Fasilitas Friendster.....	115

4.2.1. Pengaruh Perbedaan Usia Terhadap Pengguna Friendster dan Fasilitas Friendster Yang Digunakan.....	116
4.2.2. Pengaruh Jenis Kelamin Terhadap Pengguna Friendster dan Fasilitas Friendster yang Digunakan.....	147
BAB 5. PENTUP.....	177
5.1. Profil Pengguna Friendster Secara Umum.....	177
5.2. Analisis Chi-Square.....	179
5.2.1. Berdasarkan Usia.....	179
5.2.2. Berdasarkan Jenis Kelamin.....	180
5.3. Implikasi Manajerial.....	182
DAFTAR PUSTAKA.....	184



DAFTAR TABEL

Tabel 2.1.	Perspektif Mengenal E-Commerce.....	24
Tabel 2.2.	Model Bisnis Internet.....	25
Tabel 2.3.	Manfaat e-Business Bagi Organisasi, Konsumen dan Masyarakat Luas.....	28
Tabel 2.4.	Consumer Decision Support System.....	32
Tabel 2.5.	Perbandingan Antara Mass Advertising, Traditional Direct Advertising dan Webvertising.....	35
Tabel 2.6.	Profil Sejumlah Tipe Media Utama.....	36
Tabel 4.1.	Distribusi Pengguna Situs Friendster Berdasarkan Keanggotaan.....	90
Tabel 4.2.	Distribusi Pengguna Situs Friendster Berdasarkan Usia.....	91
Tabel 4.3.	Distribusi Pengguna Situs Friendster Berdasarkan Pendidikan.....	91
Tabel 4.4.	Distribusi Pengguna Situs Friendster Berdasarkan Jenis Kelamin.....	92
Tabel 4.5.	Distribusi Pengguna Situs Friendster Berdasarkan Jenis Kelamin.....	92
Tabel 4.6.	Distribusi Pengguna Situs Friendster Berdasarkan Agama.....	92
Tabel 4.7.	Distribusi Pengguna Situs Friendster Berdasarkan Uang Saku.....	93
Tabel 4.8.	Distribusi Pengguna Situs Friendster Berdasarkan Sumber Pertama Kali Mengenal Friendster.....	94
Tabel 4.9.	Distribusi Pengguna Situs Friendster Berdasarkan Tahun Menggunakan Friendster.....	94
Tabel 4.10.	Distribusi Pengguna Situs Friendster Berdasarkan Tempat Menggunakan Situs Friendster.....	95
Tabel 4.11.	Distribusi Pengguna Situs Friendster Berdasarkan Waktu Mengakses Situs Friendster Dalam Satu Hari.....	96
Tabel 4.12.	Distribusi Pengguna Situs Friendster Berdasarkan Waktu Mengakses Situs Friendster Dalam Seminggu.....	96
Tabel 4.13.	Distribusi Pengguna Situs Friendster Berdasarkan Waktu Membuka Situs Friendster.....	97

Tabel 4.14.	Distribusi Pengguna Situs Friendster Berdasarkan Alasan Tertarik Mengakses Situs Friendster.....	98
Tabel 4.15.	Distribusi Pengguna Situs Friendster Berdasarkan Alasan Menggunakan Fasilitas Friendster.....	99
Tabel 4.16.	Distribusi Pengguna Situs Friendster Berdasarkan Fasilitas Friendster yang Digunakan dan Diminati.....	100
Tabel 4.17.	Distribusi Pengguna Situs Friendster Berdasarkan Fasilitas Friendster yang Paling Sering Digunakan dan Diminati.....	101
Tabel 4.18.	Distribusi Pengguna Situs Friendster Berdasarkan Manfaat yang Diperoleh dari Penggunaan Fasilitas Friendster.....	102
Tabel 4.19.	Distribusi Pengguna Situs Friendster Berdasarkan Perlu/ Tidak Dalam Menggunakan Situs Friendster.....	103
Tabel 4.20.	Distribusi Pengguna Situs Friendster Berdasarkan Reaksi <i>User</i> Bila Tidak Menampilkan Foto Diri atau Bukan Foto Mereka Melainkan Foto Artis atau Gambar-Gambar Lainnya.....	103
Tabel 4.21.	Distribusi Pengguna Situs Friendster Berdasarkan Pendapat Dalam Memanipulasi Foto (Memasang Foto Artis/ Tokoh Kartun).....	104
Tabel 4.22.	Distribusi Pengguna Situs Friendster Berdasarkan Reaksi <i>User</i> Dalam Menyingkapi Data Palsu (Menipu Umur atau Status).....	105
Tabel 4.23.	Distribusi Pengguna Situs Friendster Berdasarkan Cara Mendapatkan Teman.....	106
Tabel 4.24.	Tabel 4.24. Distribusi Pengguna Situs Friendster Berdasarkan Pendapat Tentang Situs Friendster Sebagai Alat Bantu Dalam Mendapat Teman.....	106
Tabel 4.25.	Distribusi Pengguna Situs Friendster Berdasarkan Banyaknya Teman yang Dimiliki di Friendster.....	107
Tabel 4.26.	Distribusi Pengguna Situs Friendster Berdasarkan Pendapat Mengenai Pengenalan Semua Teman di Friendster.....	108
Tabel 4.27.	Distribusi Pengguna Situs Friendster Berdasarkan Jumlah Account yang Dibuat di Friendster.....	108
Tabel 4.28.	Distribusi Pengguna Situs Friendster Berdasarkan Keaktifan	

	Bergabung Dalam <i>Group Activites</i> di Friendster.....	109
Tabel 4.29.	Distribusi Pengguna Situs Friendster Berdasarkan Pembuatan Blog...	110
Tabel 4.30.	Distribusi Pengguna Situs Friendster Berdasarkan <i>Upgrade</i> Blog.....	110
Tabel 4.31.	Distribusi Pengguna Situs Friendster Berdasarkan Alasan Membuat Blog.....	111
Tabel 4.32.	Distribusi Pengguna Situs Friendster Berdasarkan Keaktifan Mengisi Testimonial dan/atau Buletin Board.....	111
Tabel 4.33.	Distribusi Pengguna Situs Friendster Berdasarkan Alasan Menulis Testimonial dan/atau Buletin Board.....	112
Tabel 4.34.	Distribusi Pengguna Situs Friendster Berdasarkan Pendapat Mengenai Kenyamanan Dalam Mengirim Pesan Melalui E-mail dan Friendster.....	113
Tabel 4.35.	Distribusi Pengguna Situs Friendster Berdasarkan Pernah/Tidak Dalam Memainkan <i>Games</i> di Friendster.....	113
Tabel 4.36.	Distribusi Pengguna Situs Friendster Berdasarkan Tingkat Keseringan Dalam Bermain <i>Games</i> di Friendster.....	114
Tabel 4.37.	Distribusi Pengguna Situs Friendster Berdasarkan Pendapat Mengenai Dengan Bermain <i>Games</i> Dapat Memperoleh Teman.....	114
Tabel 4.38.	Perbedaan Pertama Kali Mengenal Friendster dan Fasilitasnya Berdasarkan Usia.....	116
Tabel 4.39.	Perbedaan Tahun Penggunaan Situs Friendster Berdasarkan Usia.....	117
Tabel 4.40.	Perbedaan tempat Dalam Menggunakan Penggunaan Situs Friendster Berdasarkan Usia.....	118
Tabel 4.41.	Perbedaan Lama Mengakses Situs Friendster Dalam Satu Hari Berdasarkan Usia.....	119
Tabel 4.42.	Perbedaan Waktu Dalam Mengakses Situs Friendster Dalam Seminggu Berdasarkan Usia.....	120
Tabel 4.43.	Perbedaan Waktu Dalam Membuka Situs Friendster Berdasarkan Usia.....	121
Tabel 4.44.	Perbedaan Alasan Remaja Mengapa Tertarik Mengakses Situs Friendster Berdasarkan Usia.....	122

Tabel 4.45.	Perbedaan Alasan Remaja Dalam Menggunakan Fasilitas Friendster Berdasarkan Usia.....	123
Tabel 4.46.	Perbedaan Penggunaan Fasilitas Friendster Yang Digunakan dan Diminati Remaja Berdasarkan Usia.....	124
Tabel 4.47.	Perbedaan Penggunaan Fasilitas Friendster Yang Paling Sering Digunakan dan Diminati Remaja Berdasarkan Usia.....	126
Tabel 4.48.	Perbedaan Manfaat yang Diperoleh Remaja Dari Penggunaan Fasilitas Friendster Berdasarkan Usia.....	127
Tabel 4.49.	Perbedaan Pendapat Perlu Tidaknya Menggunakan Situs Friendster Berdasarkan Usia.....	128
Tabel 4.50.	Perbedaan Reaksi Terhadap <i>User</i> yang Tidak Menampilkan Foto Diri atau Bukan Foto Mereka Melainkan Foto Artis atau Gambar-Gambar Lainnya Berdasarkan Usia.....	129
Tabel 4.51.	Perbedaan Pendapat Dalam Memanipulasi Foto (Memasang Foto Artis Atau Tokoh Kartun) Berdasarkan Usia.....	130
Tabel 4.52.	Perbedaan Reaksi Terhadap User Terhadap User yang Menipu Umur atau Status Berdasarkan Usia.....	131
Tabel 4.53.	Perbedaan Cara Dalam Mendapatkan Teman di Friendster Berdasarkan Usia.....	132
Tabel 4.54.	Perbedaan Pendapat Tentang Situs Friendster Sebagai Alat Bantu Dalam Mendapatkan Teman Baru Berdasarkan Usia.....	133
Tabel 4.55.	Perbedaan Jumlah Teman Yang Dimiliki Di Friendster Berdasarkan Usia.....	134
Tabel 4.56.	Perbedaan Dalam Mengenal Semua Teman di Friendster Berdasarkan Usia.....	135
Tabel 4.57.	Perbedaan Jumlah Account Yang Dibuat Di Friendster Berdasarkan Usia.....	136
Tabel 4.58.	Perbedaan Bergabung Atau Tidaknya Remaja Dalam <i>Group Activities</i> Di Friendster, misalnya Agnes Monica Fansclub, Jesus Fansclub Berdasarkan Usia.....	137
Tabel 4.59.	Perbedaan Dalam Membuat Blog Berdasarkan Usia.....	138

Tabel 4.60.	Perbedaan Dalam Mengupgrade Blog Berdasarkan Usia.....	139
Tabel 4.61.	Perbedaan Alasan Dalam Membuat Blog Berdasarkan Usia.....	140
Tabel 4.62.	Perbedaan Keaktifan Dalam Mengisi Testimonial dan Bulletin Board Berdasarkan Usia.....	141
Tabel 4.63.	Perbedaan Alasan Dalam Menulis atau Mengisi Testimonial dan Buletin Board Berdasarkan Usia.....	142
Tabel 4.64.	Perbedaan Kenyamanan Dalam Mengirim Pesan Melalui Friendster Atau Melalui E-mail Berdasarkan Usia.....	143
Tabel 4.65.	Perbedaan Dalam Memainkan <i>Games</i> Di Friendster Berdasarkan Usia.....	144
Tabel 4.66.	Perbedaan Waktu Bermain <i>Games</i> Di Friendster Berdasarkan Usia...	145
Tabel 4.67.	Perbedaan Dalam Mendapatkan Teman Melalui <i>Games</i> Berdasarkan Usia.....	146
Tabel 4.68.	Perbedaan Pertama Kali Mengenal Friendster dan Fasilitasnya Berdasarkan Jenis Kelamin.....	147
Tabel 4.69.	Perbedaan Tahun Penggunaan Situs Friendster Berdasarkan Jenis Kelamin.....	148
Tabel 4.70.	Perbedaan Tempat dalam Menggunakan Situs Friendster Berdasarkan Jenis Kelamin.....	149
Tabel 4.71.	Perbedaan Lama Mengakses Situs Friendster Dalam Satu Hari Berdasarkan Jenis Kelamin.....	150
Tabel 4.72.	Perbedaan Waktu Dalam Mengakses Situs Friendster Dalam Seminggu Berdasarkan Jenis Kelamin.....	151
Tabel 4.73.	Perbedaan Waktu Dalam Mengakses Situs Friendster Berdasarkan Jenis Kelamin.....	152
Tabel 4.74.	Perbedaan Alasan Remaja Mengapa Tertarik Mengkases Situs Friendster Berdasarkan Jenis Kelamin.....	153
Tabel 4.75.	Perbedaan Alasan Remaja Dalam Menggunakan Fasilitas Friendster Berdasarkan Jenis Kelamin.....	154
Tabel 4.76.	Perbedaan Penggunaan Fasilitas Friendster Yang Digunakan dan Diminati Remaja Berdasarkan Jenis Kelamin.....	155

Tabel 4.77.	Perbedaan Penggunaan Fasilitas Friendster Yang Paling Sering Digunakan dan Diminati Remaja Berdasarkan Jenis Kelamin.....	156
Tabel 4.78.	Perbedaan Manfaat yang Diperoleh Remaja Dari Penggunaan Fasilitas Friendster Remaja Berdasarkan Jenis Kelamin.....	157
Tabel 4.79.	Perbedaan Pendapat Perlu Tidaknya Menggunakan Situs Friendster Remaja Berdasarkan Jenis Kelamin.....	158
Tabel 4.80.	Perbedaan Reaksi Terhadap User yang Tidak Menampilkan Foto Diri atau Bukan Foto Mereka Melainkan Foto Artis atau Gambar-Gambar Lainnya Berdasarkan Jenis Kelamin.....	159
Tabel 4.81.	Perbedaan Pendapat Dalam Memanipulasi Foto (Memasang Foto Artis atau Tokoh Kartun) Berdasarkan Jenis Kelamin.....	160
Tabel 4.82.	Perbedaan Reaksi Terhadap <i>User</i> yang Menipu Umur Atau Status Berdasarkan Jenis Kelamin.....	161
Tabel 4.83.	Perbedaan Dalam Mendapatkan Teman di Friendster Berdasarkan Jenis Kelamin.....	162
Tabel 4.84.	Perbedaan Pendapat Tentang Situs Friendster Sebagai Alat Bantu Dalam Mendapatkan Teman Baru Berdasarkan Jenis Kelamin.....	163
Tabel 4.85.	Perbedaan Jumlah Teman Yang Dimiliki Di Friendster Berdasarkan Jenis Kelamin.....	164
Tabel 4.86.	Perbedaan Dalam Mengenal Semua Teman Di Friendster Berdasarkan Jenis Kelamin.....	165
Tabel 4.87.	Perbedaan Jumlah Account Yang dibuat di Friendster Berdasarkan Jenis Kelamin.....	166
Tabel 4.88.	Perbedaan Bergabung atau Tidaknya Remaja Dalam <i>Group Activities</i> Di Friendster, misalnya Agnes Monica Fansclub, Jesus Fansclub Berdasarkan Jenis Kelamin.....	167
Tabel 4.89.	Perbedaan Dalam Membuat Blog Berdasarkan Jenis Kelamin.....	168
Tabel 4.90.	Perbedaan Dalam Mengupgrade Blog Berdasarkan Jenis Kelamin.....	169
Tabel 4.91.	Perbedaan Alasan Dalam Membuat Blog Berdasarkan Jenis Kelamin	170
Tabel 4.92.	Perbedaan Keaktifan dalam Mengisi Testimonial dan/atau Buletin Board Berdasarkan Jenis Kelamin.....	171

Tabel 4.93.	Perbedaan Alasan Dalam Menulis atau Mengisi Testimonial dan /atau Buletin Board Berdasarkan Jenis Kelamin.....	172
Tabel 4.94.	Perbedaan Kenyamanan Dalam Mengirim Pesan melalui Friendster Atau Melalui E-mail Berdasarkan Jenis Kelamin.....	173
Tabel 4.95.	Perbedaan Dalam Memainkan <i>Games</i> Di Friendster Berdasarkan Jenis Kelamin.....	174
Tabel 4.96.	Perbedaan Waktu Bermain <i>Games</i> Di Friendster Berdasarkan Jenis Kelamin.....	175
Tabel 4.97.	Perbedaan Dalam Mendapatkan Teman Melalui <i>Games</i> Berdasarkan Jenis Kelamin.....	176
Tabel Ringkasan Hasil Analisis Chi-Square Berdasarkan Usia dan Jenis Kelamin.....		177

DAFTAR LAMPIRAN

LAMPIRAN 1: KUESIONER

LAMPIRAN 2: TABULASI DATA

LAMPIRAN 3: TABEL FREKUENSI

LAMPIRAN 4: ANALISIS CHI-SQUARE



STUDI TERHADAP AKTIVITAS REMAJA YOGYAKARTA DALAM PENGGUNAAN SITUS FRIENDSTER

Disusun Oleh:

Ninda Budi Ashanti

NPM: 02 03 13705

NIRM:

Pembimbing Utama

J.Ellyawati, Dra., MM

Intisari

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui dan menganalisis: (1) Profil pengguna situs Friendster (2) ada atau tidaknya perbedaan pengguna Friendster ditinjau dari segi usia dan jenis kelamin terhadap penggunaan fasilitas Friendster (3) fasilitas yang paling sering digunakan dan paling diminati oleh para remaja dalam Friendster. Metode analisis yang digunakan adalah (1) analisis deskriptif, (2) analisis *Chi-Square*.

Alasan penulis memilih empat fasilitas Friendster yaitu *my friends*, *my message*, Testimonial, Bulletin Board, Blog dan *games* adalah karena fasilitas tersebut sering digunakan pada saat mengakses situs Friendster.

Ada beberapa hasil yang didapat dari penelitian ini antara lain: Pertama, profil pengguna situs Friendster sebagian besar adalah mahasiswa, perempuan mereka berusia antara 19-23 tahun dan beragama Kristen atau Katolik dengan jumlah uang saku antara Rp.200.000-Rp.299.000 dan semua telah tergabung dan pernah mengakses situs Friendster. Kedua, dalam penelitian ini ditemukan ada perbedaan tahun, tempat penggunaan situs Friendster, kepentingan penggunaan situs Friendster, serta pendapat mengenai apakah Friendster membantu dalam perolehan teman baru bila ditinjau dari perbedaan usia. Bila ditinjau dari perbedaan jenis kelamin ada perbedaan banyaknya teman yang dimiliki, keaktifan dalam *group activities* dan pernah/ tidak dalam memainkan *games*. Ketiga, fasilitas dari situs Friendster yang paling sering digunakan dan diminati adalah mencari teman dari seluruh dunia yang tergabung dalam Friendster (*my friends*) dan mengirim pesan (*my message*).

Berdasarkan hasil yang diperoleh dalam penelitian ini dapat diketahui bahwa sebagian besar remaja sering mengakses situs Friendster, ada peningkatan kemampuan atau keahlian remaja dalam penggunaan internet (tidak gptek) dan situs Friendster selalu *up to date* sehingga tidak membosankan penggunaannya. Fasilitas yang sering digunakan dan diminati oleh remaja adalah mencari teman dari seluruh dunia yang tergabung dalam Friendster (*my friends*) dan mengirim pesan (*my message*). Berdasarkan hasil tersebut maka implikasi manajerial yang dapat diberikan adalah perusahaan yang memproduksi produk untuk segmen remaja misal pakaian, sepatu, *screen saver*, *traveling*, handphone, barang-barang elektronik dan lain-lain dapat mengiklankan produk pada fasilitas *my friends* dan *my message*.