

PEMANFAATAN INTERNET DIKALANGAN PENGUNJUNG CAFE SATRBUCK

Sakswita Afriati Adiningrum

Jurusan Ilmu Informasi dan Perpustakaan

Fakultas Ilmu Sosial dan Politik, Universitas Airlangga

Email : Sakswita@gmail.com

ABSTRAK

Internet pada era globalisasi saat ini semakin mendarah daging dengan kehidupan masyarakat Indonesia dari berbagai golongan, tingkat penggunaan dan frekuensi pemanfaatannya sudah tergolong tinggi. Bahkan pengunjung cafe starbuck saat ini sudah merambah pada golongan menengah, sering mengunjungi cafe hanya sekedar untuk nongkrong menghabiskan waktu luang, pengunjung cafe starbuck tidak semata-mata menghabiskan waktu luang begitu saja akan tetapi sembari meminum kopi mereka memanfaatkan internet ketika nongkrong. Bukan hal mewah lagi nongkrong pada cafe yang memiliki nilai prastice yang tinggi bagi masyarakat perkotaan, bagi masyarakat perkotaan saat ini nongkrong dengan memanfaatkan internet yang ada merupakan kebutuhan yang wajib.

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengkaji dan meneliti kegiatan pengaksesan dan pemanfaatan internet pada kalangan pengunjung cafe starbuck Kota Surabaya. Penelitian ini dilakukan dengan menggunakan metode kuantitatif deskriptif. Dengan teknik pengambilan sampel secara acak (*Random Sampling*). Dengan mengambil sampel sebanyak 100 responden.

Dari analisa yang diperoleh dapat diketahui bahwa pemanfaatan internet pada pengunjung cafe starbuck digunakan untuk berbagai kepentingan, misalnya seperti mencari informasi, mengisi waktu luang, sebagai media interaksi, dan lain-lain. Selain itu sebagian besar pengunjung cafe starbuck sebagian besar adalah mahasiswa dan dapat diketahui penyebab terjadinya fenomena tersebut adalah para remaja menjadi *Hyperconnected* yang dimana aktivitas mereka terpaku dengan *gadged* dalam segala aktivitas yang dilakukan.

Kata kunci: Internet, Gadged, Cafe

Pendahuluan

Dalam perkembangan teknologi informasi saat ini tidak menutup kemungkinan semua kegiatan yang dilakukan oleh masyarakat mayoritas menggunakan media internet. Internet merupakan teknologi informasi yang belakangan ini prosentase penggunaannya sangat meningkat drastis, mulai dari anak dibawah umur, remaja, hingga orang tua tidak dapat terlepas dalam penggunaan media internet untuk menunjang kehidupan sehari-hari.

Data dari Badan Pusat Statistik (BPS) didapati pada rentang umur 5 sampai dengan 12 Di Indonesia sendiri lebih dari 60% pengakses internet berumur dibawah 25 tahun. Dengan tingginya partisipasi pelajar dan mahasiswa dalam menyumbang jumlah pengguna internet di Indonesia selain karena kemudahan mendapatkan fasilitas internet yang

memadai dari orang tua seperti (telepon genggam, PC, notebook, atau tablet) dan adanya daya tarik dari media sosial yang kian menjamur. Dengan hadirnya media sosial pada masyarakat sudah menjadi trend dan hal wajib yang harus dimiliki oleh remaja pada saat ini.

Untuk itu, penelitian ini penting untuk dilakukan karena penelitian ini akan menghasilkan suatu informasi atau gambaran tentang perilaku pemanfaatan internet pada pengunjung cafe starbuck Kota Surabaya. Dan digunakan sebagai kontribusi untuk membuat kebijakan yang mengarahkan secara positif pada pengunjung cafe satrbuck dalam

menggunakan internet. Dengan demikian upaya-upaya tersebut diharapkan dapat mengurangi efek negatif dan meningkatkan manfaat positif dalam memanfaatkan internet pada masyarakat yang menggunakan internet.

1.1 Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian yang dikemukakan dalam latar belakang, peneliti ingin mengetahui seberapa besar pemanfaatan internet dalam berjejaring sosial pada pengunjung cafe starbuck Kota Surabaya yang secara khusus ingin menjawab pertanyaan penelitian sebagai berikut:

1. Bagaimana perilaku dan aktivitas pemanfaatan internet di kalangan pengunjung cafe starbuck Kota Surabaya?

1.2 Kajian Pustaka

Untuk mengetahui kegiatan penelitian yang bertujuan melakukan kajian secara bersungguh-sungguh mengenai teori dan konsep yang berkaitan dengan pemanfaatan internet di kalangan pengunjung cafe starbuck Kota Surabaya. Ide-ide dan konsep untuk penelitian pemanfaatan internet di kalangan pengunjung cafe starbuck Kota Surabaya dapat dirumuskan menjadi literatur atau bahan pustaka. Literatur atau bahan pustaka ini kemudian dapat kita jadikan sebagai refrensi atau landasan teoritis seperti yang di jelaskan pada penelitian di bawah ini:

1.2.1 Internet

Internet singkatan dari *Interconnection Network*. Menurut Fros Ansary (2003) internet merupakan seluruh jaringan yang saling berhubung satu sama lain, beberapa komputer-komputer dalam jaringan menyimpan file, seperti halaman web, yang dapat diakses oleh seluruh jaringan komputer dan dapat bertukar informasi. Dengan adanya internet dapat mempermudah kita bertukar informasi, jaringan tersebut merupakan bukan suatu organisasi atau institusi yang paten, karena pada internet tidak ada satu pihak yang mengatur dan memilikinya, maka dari itu hal yang ada di internet dapat dimiliki oleh semua pengguna.

Internet atau yang disebut juga sebagai *Net* merupakan kumpulan dari jaringan pada seluruh dunia yang menghubungkan miliaran bisnis, lembaga pemerintahan, institusi pendidikan dan orang banyak. Setiap jaringan di dalam internet menyediakan layanan dan informasi dapat di akses melalui internet (Shelly, Vermaat, 2011).

Menurut Syamsul Hadi (2008), internet merupakan kepanjangan dari *Interconnection Networking*. Internet adalah jaringan komputer yang terhubung ke seluruh dunia tanpa ada mengenal batas teritorial hukum dan budaya. Internet diibaratkan seperti jaring laba-laba (*the web*) yang terdiri dari titik-titik (*node*) yang terhubung antara satu dengan lainnya.

Dari pengertian internet di atas dapat disimpulkan bahwa internet dapat diartikan sebagai jaringan komputer yang luas besar dan yang

mendunia, yaitu menghubungkan pemakai teknologi yang menunjang dari satu Negara ke Negara lain di seluruh dunia di mana di dalamnya terdapat berbagai sumber daya informasi dari mulai yang tetap hingga yang dinamis dan interaktif.

Internet mendorong pengguna untuk aktif dalam mencari kebutuhannya sendiri yang mereka perlukan sesuai dengan kebutuhan pengguna. Hanya dengan media internet yang dapat menawarkan kelebihan dan kebebasan dalam mencari informasi yang akan dicarinya. Internet merupakan kendaraan komunikasi personal yang kuat dan platform sosial yang sungguh bagus (Kung, Picard dan Towse, 2008:87).

1.1.1 Prilaku Pemanfaatan

Internet Remaja Urban

Arus perkembangan zaman membuat remaja urban tidak dapat terlepas dari internet. Remaja urban dapat diartikan sebagai individu yang tinggal di kota besar dan mempunyai sifat kekota-kotaan. Seperti pada artikel jurnal yang dikemukakan oleh Rusland, mengartikan bahwa urban adalah suatu perkembangan kota yang melibatkan seluruh elemen-elemen di dalamnya, seperti masyarakat urban selalu percaya dengan teknologi, hal ini didukung oleh pola pikir yang rasional dan mengandalkan bukti pada pemikirannya, oleh karena itu; dengan

pola pikir seperti ini, biasanya golongan muda dan golongan tua dalam masyarakat urban sering tidak menemui kecocokan dalam pemikiran.

Hal tersebut membuat seseorang memasuki masa perkembangan kognitif dan sosial dalam diri individu yang akan mempengaruhi perilaku, sikap dan nilai-nilai sepanjang masa remaja (Mukhtar, dkk:2003). Terkait dengan hadirnya internet yang telah terintegrasi dalam kehidupan keseharian mereka, perubahan perkembangan kognitif dan sosial pada remaja saat ini tentunya juga menjadi salah satu faktor yang dapat mempengaruhi perilaku aktifitas mereka dalam penggunaan internet.

1.1.2 Manfaat Dan Fungsi Internet Bagi Pengunjung Cafe Starbuck

Menurut Emile Durkheim (1893) didalam sebuah masyarakat terdapat suatu cara bertindak yang tetap atau sementara yang memiliki kendala dari luar (Constraint). Fakta sosial di sebut juga suatu cara bertindak yang umum dalam suatu masyarakat yaitu individu yang bebas dari manifestasi individual.

Saat ini internet merupakan suatu kebutuhan dalam kehidupan

sehari hari. Internet saat ini sulit terlepas dari kehidupan masyarakat baik karena ketergantungan ataupun memang suatu kebiasaan mengakses internet. Hampir semua orang saat ini cenderung menggunakan internet terutama dalam kehidupan sehari-hari seperti di masyarakat. Begitu juga saat bekerja membutuhkan internet untuk menyelesaikan pekerjaan, dengan menggunakan jaringan intranet yang menghubungkan internet dalam tempat satu ke tempat lainnya.

Setiap perubahan ataupun kemajuan tentunya memiliki manfaat dan fungsi bagi masyarakat. Pada zaman moderen saat ini, kehidupan manusia tidak dapat terlepas dengan namanya intrenet. Manfaat yang diberikan oleh internet memang cukup banyak. Internet di ciptakan untuk mempermudah hubungan dan pekerjaan manusia, selain media internet digunakan untuk meringankan beban pekerjaan manusia, dengan internet saat ini masyarakat bergaul atau bahkan mencari penghasilan tambahan. berikut adalah manfaat dan fungsi internet bagi masyarakat yang menggunakannya:

- Sumber Informasi

Peran internet sebagai sumber informasi tentu sangat membantu kehidupan

masyarakat dalam menyelesaikan permasalahan. Bagi mereka yang bekerja pada bidang pendidikan, literasi atau bidang kesenian, bisa mencari segala informasi terupdate menggunakan media internet.

- Sebagai alat bantu penyelsai pekerjaan

Keberadaan internet sebagai alat bantu penyelsai pekerjaan, misalnya ada pekerjaan dari kantor yang tidak dapat memungkinkan untuk dikerjakan pada kantor, dan menyelesaikan pekerjaan tersebut dirumah. Penyerahan pekerjaan ini dapat memanfaatkan media surat elektronik (email) yang tentunya menggunakan media internet.

- Sebagai media bisnis

Semakin pesatnya penggunaan internet saat ini, maka saat ini internet merupakan media yang sangat bagus digunakan para pebisnis untuk memasarkan produknya. Dengan menggunakan media internet tidak perlu repot-repot menyewa lahan atau toko untuk berjualan, hanya membutuhkan smartphon atau pc untuk

mempromosikannya, dan sebagai produsen kita hanya menyiapkan barang yang akan dijual, lalu menunggu pembeli untuk menghubungi kita,

- Sebagai jejaring sosial

Peran internet saat ini sangat luas seperti halnya dalam berjejaring sosial. banyak berbagai forum dalam jejaring sosial yang bertujuan untuk menambah pergaulan

dengan satu sama lain. Dengan adanya jejaring sosial hal ini juga merupakan salah satu manfaat internet bagi masyarakat. Manfaat internet tidak hanya menambah pergaulan, akan tetapi dengan menggunakan media internet untuk berjejaring sosial dapat mempererat pertemanan dan membuat kita dapat bersosialisasi dengan lebih baik.

1.2.4 Penggunaan Internet Ditinjau Dari Teory Use and Gratification

Model pada teori ini tidak tertarik pada apa yang dilakukan media pada diri seseorang, akan tetapi ia tertarik pada apa yang dilakukan orang terhadap media, Pengguna dianggap secara aktif menggunakan media untuk memenuhi kebutuhannya, Dari

sini timbul istilah *Use and Gratification*. Menurut, Blumler dan Katz *Teori Uses and Gratifications* menyatakan bahwa pengguna media memiliki peran aktif dalam memilih dan menggunakan media. Pengguna mengambil bagian aktif dalam proses komunikasi dan berorientasi pada penggunaan media. Teori *Uses and Gratifications* mengatakan bahwa pengguna media yang berusaha keluar dari sumber media yang terbaik memenuhi kebutuhan pengguna. Teori *Uses and Gratifications* berasumsi bahwa pengguna memiliki pilihan alternatif untuk memenuhi kebutuhan mereka.

Penggunaan (*uses*) isi media untuk mendapatkan pemenuhan (*gratification*) atas kebutuhan seseorang atau *uses and gratification* merupakan salah satu teori yang sering digunakan dalam studi komunikasi. Teori ini mengemukakan bahwa seorang *audience* memiliki kebutuhan kompleks yang perlu dipenuhi melalui penggunaan berbagai media (Bungin: 2006). Katz, Gurevitch dan Hazz (Effendy: 2000) mengatakan bahwa ada beberapa alasan pemenuhan kebutuhan pada seseorang yang ingin dipenuhi dalam menggunakan media.

Teori *use and gratification* secara tradisional juga digunakan untuk

menjelaskan motif orang-orang menggunakan media, seperti radio, televisi, telepon, dan media-media lainnya yang telah hadir sebagai media baru yang mulai menggeser peranan media-media lama (valkenburg & soters: 2001). Sebagai media baru, internet kini mulai dikaji dengan menggunakan teori *Use and Gratification*. Seperti yang diungkapkan oleh Ebersole dalam Hardjito (2001), bahwa teori *Use and Gratification* merupakan salah satu media yang telah berulang kali mampu dan relevan untuk meneliti media baru. Beberapa peneliti telah mengkaji penelitian mengenai motif menggunakan internet dengan menggunakan teori *Use and Gratification*. Studi yang dilakukan oleh Ferguson dan Perse dalam Velkenburg dan Soeters (2001:653) mengemukakan bahwa hiburan (*entertainment*) merupakan motif yang paling menonjol pada remaja urban dalam mengunjungi web, diikuti dengan informasi sosial (*social information*) dan relaksasi (*relaxation*) secara berurutan.

VI.1 Pemanfaatan internet dikalangan pengunjung cafe Starbuck Kota Surabaya

Pada masyarakat perkotaan saat ini bukan hal yang aneh untuk seseorang menghabiskan sisa waktunya nongkrong pada cafe dari pada menghabiskan waktunya untuk

hal yang bermanfaat seperti membaca buku. Hal tersebut dibandingkan masyarakat dengan status sosio ekonomi yang lebih tinggi, kegiatan nongkrong pada cafe merupakan pengisi waktu luang disaat tidak ada kegiatan, dari kegiatan tersebut mereka menyadari bahwa kegiatan nongkrong pada cafe yang kategorinya masyarakat satatus ekonomi menengah kebawah tidak mampu untuk mengunjunginya walaupun hanya membeli secangkir kopi.

Sedikit perubahan budaya yang dialami oleh masyarakat saat ini yang dapat mempengaruhi gaya hidup seseorang pada tahun 2000-an dengan hadirnya komputer dan internet. Perubahan budaya komunikasi sangat berkembang pesat, tidak ada perubahan yang sangat tinggi kucuali perubahan mengenai teknologi informasi. Untuk memahami perubahan mengenai pemanfaatan internet dikalangan pengunjung cafe Starbuck dapat dilihat dari *Teori Uses and Gratification*.

IV.2 Orang yang Berperan Penting Dalam Mengajari Responden Menggunakan Internet

Dalam bab temuan data dapat diketahui bahwa saat pertamakali seorang responden menggunakan internet, dapat dipengaruhi oleh seseorang yang berpengalaman dan lebih

mengetahui mengenai internet dan sebagian besar responden mengatakan yang mengajari mereka menggunakan internet adalah teman sekolah. Dapat diketahui Jumlah responden yang memilih teman sekolah untuk mengajari mereka menggunakan internet adalah sebanyak 52 orang atau sekitar 52%. Sebagaimana yang diungkapkan pada tabel 3.7 (Bab III, hal 8) dapat diketahui sebagian responden pertama kali mengenal internet di pengaruhi oleh teman sekolah karena teman sekolah cenderung lebih dekat pada mereka.

Hal ini sesuai dengan teori yang telah diungkapkan oleh (Berlo,1960) mengenai teori *struktural Klasik* dalam organisasi yang menjelaskan bahwa sistem sosial yang dihasilkan melalui komunikasi mengenai keseragaman perilaku dan tekanan untuk menyesuaikan diri dengan norma-norma yang dihasilkan melalui komunikasi diantara kelompok. Maka dapat diambil kesimpulan bahwa ketika seseorang memutuskan untuk mengenal internet dan menggunakan jejaring sosial atau mencari kebutuhan informasi, seseorang tentu memiliki keinginan yang sama apa yang dilakukan oleh temannya karena mereka juga tidak ingin ketinggalan infomasi apa yang telah temannya ketahui.

IV.3 Manfaat mengakses informasi di internet

Dari data dalam bab yang sebelumnya dapat diketahui bahwa manfaat dari mengakses informasi dari internet dapat membantu mereka mencari informasi dengan mudah dan internet adalah solusi yang dipilih mereka untuk mendapatkan informasi yang cepat dan akurat. Sebagaimana yang telah disajikan dalam bab temuan data (tabel 3.11 halaman 15), dimana dapat diketahui bahwa sebagian besar responden memanfaatkan internet agar mereka tidak ketinggalan zaman (*up-to date*) dan responden yang memilih jawaban tersebut sebanyak 65 orang responden dengan prosentase 65%. Dengan semakin banyaknya responden memilih memanfaatkan internet agar mereka tidak ketinggalan zaman (*up-to date*) responden cenderung mencari informasi melalui internet dibandingkan mencari informasi pada media cetak atau televisi.

Hal ini sama halnya yang dikatakan Francis Bacon, barang siapa yang menguasai pengetahuan dia akan menguasai dunia, demikianlah arti pentingnya pengetahuan. Dalam hal ini termasuk informasi, menjadi kekuatan yang luar biasa karena informasi adalah salah satu sumber yang berharga bagi yang membutuhkan.

Apalagi di era informatika yang sangat kompetitif ini, informasi menjadi sangat penting untuk seseorang, masyarakat, suatu institusi dan negara agar memiliki daya saing yang tinggi. Dengan semakin banyaknya informasi dan saat ini internet menyediakan informasi yang lebih baru dan lebih *up-to date* ketimbang informasi dalam bentuk cetak. Masyarakat saat ini cenderung menggunakan internet, walaupun informasi pada internet belum dapat dikatakan informasi yang real dan jelas akan sumbernya. Dengan adanya perangkat teknologi informasi yang semakin luas dan memiliki akses pada jaringan internet yang nyaris tak terbatas, maka saat ini seluruh lapisan masyarakat dapat dengan mudah memperoleh hiburan dan berita terbaru yang dapat dikatakan *up-to date*.

IV. Teori *Use and Gratifications*

Dapat dilihat dari bagan teori *use and Gratification* pada bab I (halaman 14), bahwasannya didalam rentetan teori *Use and Gratification* terdapat banyak kategori yang mendukung bagaimana seseorang menggunakan media untuk pemenuhan kebutuhan dari kehidupan sehari-hari dan dengan menggunakan teori *Use and Gratification* digunakan untuk mengukur bagaimana gambaran pengunjung cafe

Starbuck dalam memanfaatkan internet saat nongkrong. Berikut merupakan penjelasan lebih lanjut gambaran mengenai teori *Use and Gratification* untuk melihat gambaran pengunjung cafe Starbuck, pada Social Environmen terdapat tiga kategori yaitu:

1. Demographic Characteristic

Pada Demographic Characteristic merupakan latar belakang individu dalam memanfaatkan penggunaan media ditinjau dari jenis kelamin, usia, dan tingkat pendidikan terakhir. Pada bab temuan data dapat diketahui bahwa pemanfaatan internet dikalangan pengunjung cafe starbuck Kota Surabaya yang berjenis kelamin perempuan lebih mendominasi dibandingkan yang berjenis kelamin laki-laki, mayoritas pengunjung cafe starbuck sebanyak 51 orang sekitar 51% perempuan. Berdasarkan hasil temuan dari bab 3 tabel 3.1 perempuan saat ini sering memanfaatkan internet saat nongkrong di cafe karena perempuan lebih berfokus pada kemampuan untuk meningkatkan kualitas hidup.

Dalam hal ini sama yang dikemukakan oleh Astutik (2009) dimana dalam penelitiannya sebanyak 87,2% responden dengan berjenis kelamin perempuan melakukan aktifitas dengan memanfaatkan internet. dari sini dapat diketahui bahwa mayoritas perempuan lebih banyak

melakukan interaksi dengan menggunakan internet dibanding laki-laki. Namun jika diperhatikan dalam era teknologi informasi saat ini bahwa perempuan dan laki-laki tentu mengetahui mengenai perkembangan internet.

Pengunjung cafe starbuck dilihat dari segi umur saat menggunakan internet, bahwa sebagian besar pengunjung cafe starbuck berumur 17-22 tahun sebanyak 59 orang atau sekitar 59%. Berbeda dengan halnya dalam journal Julius Antony, Jolanda (2013) sebagian besar pengunjung cafe satrbuck berumur antara 21-30 tahun sebanyak 61 orang atau sekitar 46,9% dari 130 responden. Dalam hal ini dapat diketahui peningkatan pengunjung cafe tiap tahunnya sangat signifikan, tentu ditunjang dengan fasilitas-fasilitas yang membuat pengunjung merasa nyaman ketika berada di dalam cafe. Namun jika diamati peningkatan pengunjung cafe didorong dengan menyediakan *hostpot wifi* untuk menunjang fasilitas pada cafe dan gaya hidup masyarakat saat ini tercipta dari kehidupan Kota, yang dimana masyarakat memiliki banyak waktu luang untuk mendefinisikan diri dan status mereka dengan mengejar tanda-tanda status agar lebih dianggap lebih oleh masyarakat lainnya.

Jika dilihat dari tingkat pendidikan terakhir pengunjung cafe starbuck, bahwa sebagian besar pengunjung cafe starbuck

dengan tingkat pendidikan terakhir Sekolah Menengah Atas (SMA) sebesar 50 orang atau sekitar 50% .

2. Group Affiliations

Group affiliations merupakan keterlibatan seseorang individu dalam suatu kelompok untuk memenuhi kebutuhan individu tersebut terhadap media yang diinginkan. Pada bab temuan data dapat diketahui bahwasannya dari kelompok siapa yang pertamakali responden mengenal internet dan mengajari mereka untuk menggunakan internet adalah teman sekolah sebesar 52 orang atau 52%. Hal tersebut dipicu dengan kecanggihan teknologi informasi yang mampu mengkoneksikan pada seluruh jaringan keseluruh dunia, maka berdampak pada keinginan tauan seseorang untuk belajar internet dari lingkungan sekitar dan lingkungan yang mendorong mereka untuk menggunakan internet yaitu lingkungan sekolah karena pada lingkungan sekolah keinginan tauan seseorang cukup tinggi.

Hal ini sesuai dengan teori yang telah diungkapkan oleh (Berlo,1960) mengenai teori *struktural Klasik* dalam organisasi yang menjelaskan bahwa sistem sosial yang dihasilkan melalui komunikasi mengenai keseragaman perilaku dan tekanan untuk menyesuaikan diri dengan norma-norma yang dihasilkan melalui komunikasi diantara kelompok. Maka dapat diambil kesimpulan

bahwa ketika seseorang memutuskan untuk mengenal internet dan menggunakan jejaring sosial atau mencari kebutuhan informasi, seseorang tentu memiliki pemikiran yang sama dengan kelompok.

3. Personal Characteristic

Persoanal Characteristic merupakan kepribadian yang berkaitan dengan kelas sosial, gaya hidup dan kepribadian seseorang pada kelas sosial di masyarakat. Pada bab temuan data dapat diketahui bahwa tujuan seseorang saat memanfaatkan internet ketika nongkrong pada cafe starbuck pada bab 3 tabel 3.9 adalah 44 orang atau 44% responden tujuan dari memanfaatkan internet saat nongkrong pada cafe starbuck untuk *up-date status*. Jadi masyarakat Kota Surabaya saat ini nongkrong pada cafe hanya ingin menunjukkan pada seseorang agar dapat di nilai lebih di tengah-tengah masyarakat yang melihatnya.

Selanjutnya dilihat akan kebutuhan individu saat nonkrong di cafe saat memanfaatkan internet, kebutuhan individu tersebut dapat dilihat dengan kebutuhan kognitif, kebutuhan afektif, kebutuhan personal intergrasi, untuk melihat bagaimana gambaran dari pemanfaatan internet Kota Surabaya saat nongkrong pada cafe starbuck, kebutuhan internet individu di jelaskan seperti dibawah ini:

1. Cognitive Needs

Cognitive Needs merupakan kebutuhan kognitif untuk memenuhi kebutuhan yang didasari oleh hasrat atau keinginan yang kuat untuk memahami dan menguasai lingkungan. Dapat dilihat pada tabel 3.14 skala likert mengenai kebutuhan kognitif total dari skala likert 4,12 dengan kategori sangat tinggi. Bahwasannya pengunjung cafe saat ini menyukai mencari berita terbaru pada internet maupun mencari peristiwa-peristiwa terkini melalui internet, jika dilihat dari segi usia dapat dikatakan pada usia remaja yang dimana remaja selalu ingin mengetahui berita terbaru untuk menunjang kebutuhan pengetahuannya. Sebagaimana yang dijelaskan dalam teori perkembangan kognitif oleh piaget (dalam Santrock: 2002), bahwa pada masa remaja dalam mencari informasi tidak lagi terbatas dari hal-hal yang aktual, serta pengalaman yang sebenarnya terjadi, akan tetapi tertarik dengan hal-hal yang terbaru di luar sana, termasuk dengan hal-hal atau peristiwa yang terjadi pada dunia.

melakukan aktifitas internet mencari berita terbaru, dengan nilai presentase sebesar 35% mengatakan sangat setuju melakukan aktifitas internet mencari berita terbaru. Disusul kemudian usia <17 tahun dengan

prosentase 13% mengatakan sangat setuju, dan yang terakhir usia >27 tahun dengan prosentase 2% mengatakan sangat setuju dengan mencari berita terbaru pada internet. dengan demikian, semakin terbukti hasil survei yang dilakukan hasil survei Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia (APJII) bekerja sama dengan Pusat Kajian dan Komunikasi Universitas Indonesia (Puskakom UI) di Indonesia. Berdasarkan usia pengguna, mayoritas pengguna internet di Indonesia adalah berusia 18-25 tahun. Persentasenya mencapai 49,0 persen. Artinya, segmen pengguna internet terbesar di Indonesia adalah mereka yang termasuk kategori digital natives.

2. Personal Afectife Needs

Personal afektive Needs merupakan kebutuhan yang berhubungan dengan pengalaman estetika, kesenangan/ serta pengalaman emosional. Dapat dilihat pada hasil *Cross Tab* pada tabel 3.16 dengan rata-rata 3,96 dengan kategori cukup tinggi bahwasannya pengunjung cafe merasa puas dengan informasi yang ada pada internet, dan pengunjung cafe merasa mendapat pengalaman baru ketika mengakses internet, hal ini sama halnya dengan definisi teori *Use and Gratification* menurut Alihu Katz, Jay G.Blumler, dan Michael Gurevitch mengasumsikan mengenai peranan anggota individu atau kelompok masyarakat dalam proses

komunikasi massa secara aktif mencari media tertentu dan muatan untuk menghasilkan hasil yang memuaskan bagi setiap individu.

3. Personal Intergrative Needs

Personal Intergrative Needs merupakan kebutuhan yang berhubungan dengan peneguhan kepercayaan, kesetiaan dan status individu. Dapat dilihat dari tabel 3.17 skala *Likert* mengenai kebutuhan integasi pribadi (Personal Intregative Needs) dengan rata-rata 3,87 dengan kategori tinggi, maka dapat diketahui bahwasannya pengunjung cafe selalu menggunakan informasi saat menggunakan internet, rujukan utama pengunjung cafe ketika mencari informasi adalah internet, hal tersebut diperkuat dengan hasil probing. Blumler dan Katz juga berpendapat sama bahwasannya mereka percaya bahwa pengaruh media cukup tinggi dikalangan masyarakat saat ini, masyarakat memilih jalan alternatif yaitu dengan menggunakan internet.

4. Social Intrergrative Needs

Social Intrergratife Needs merupakan kebutuhan yang berkaitan dengan peneguhan kontak dengan keluarga, teman dan lingkungan sekitar. Dapat dilihat pada tabel skala *Likert* mengenai social Intregative Needs dengan rata-rata 3,94 dengan katagori tinggi, kebutuhan pengunjung cafe tidak dapat terlepas dengan internet seperti halnya mereka

menyelsaikan tugas pekerjaan maupun tugas sekolah, tidak hanya itu pengunjung cafe melakukan chatting sebagai media interaksi, hal ini sangat kontras dengan hasil penelitian sebelumnya yang telah dilakukan oleh UNICEF Country Respresentative of Indonesia, dimana umumnya kaum muda selalu tertarik untuk belajar hal-hal baru, namun terkadang mereka tidak menyadari resiko yang dapat ditimbulkan. studi dibangun berdasar pada penelitian sebelumnya sehingga didapatkan gambaran yang paling komprehensif dan terkini tentang penggunaan media digital di kalangan anak-anak dan remaja Indonesia, termasuk motivasi mereka, serta informasi tentang anak remaja berusia 10-19 yang tidak menggunakan media digital. Dengan demikian, penelitian ini baru pertama kali dilakukan dibandingkan penelitian serupa lainnya di Indonesia. Berbeda halnya dengan penelitian (Surya:200, dan Novarnana: 2003, dalam Astutik: 2009), dimana umumnya remaja perkotaan di surabaya dan jakarta menggunakan internet karena ingin bisa *chatting* atau membuat email, dua aktivitas internet yang sangat *in* pada saat itu. Ini karena internet masuk di indonesia saat itu lebih dahulu maka dari itu sebagian masyarakat menggunakan internet sebagai mengisi waktu luang disaat kesepian, karena di dalam internet memberikan banyak kesenangan.

Dari hasil temuan yang menunjukkan bahwa rata-rata responden menggunakan internet saat nongkrong pada cafe starbuck pada usia 17-22 tahun dapat ditarik kesimpulan bahwa remaja sangat terbuka akan hadirnya internet saat ini sebagai teknologi baru, akan tetapi mereka tidak sadar akan resiko yang ditimbulkan akan internet. untuk itu, remaja dapat dikatakan sebagai salah satu kelompok *early adopter* (pengadopsi pemula) internet karena mereka adalah kelompok yang relatif mudah menerima, menyesuaikan diri dan mempelajari inovasi baru. Sebagaimana yang dikemukakan oleh Everett M. Rogers (1983) di dalam teori *Diffusion Of Innovation* bahwa dalam membuat keputusan untuk menerima atau menolak produk suatu inovasi jika dikaitkan dengan pemikiran, salah satu kelompok yang paling cepat mengadopsinya adalah *early adaptor*, yang termasuk remaja yang dalam masa mudah cepat menerima hal-hal baru, termasuk halnya teknologi internet seperti dapat dilihat saat ini teknologi internet masuk dengan cepatnya.

5. Escapist Needs

Escapist Needs atau kebutuhan pelarian merupakan kebutuhan pelepas ketegangan atau pelarian yang berkaitan dengan upaya menghindari ketegangan, tekanan, hasrat untuk mencari hiburan. Dapat dilihat pada tabel 3.19 skala *Likert* mengenai

kebutuhan pelarian dengan rata-rata 4,36 dengan kategori sangat tinggi, bahwasannya pengunjung cafe mendapatkan hiburan ketika memanfaatkan internet, hal tersebut didukung juga dengan hasil *probing*. Karena pada masyarakat saat ini disibukkan dengan aktivitas mereka sehari-hari maka dari itu dibutuhkan sesuatu yang dapat menghibur atau mendorong urat syaraf mereka dari rutinitas kesehariannya.

1. Mass Media Use

Mass Media Use dapat terbagi dalam 2 jenis yang pertama media massa tercetak meliputi buku majalah dan surat kabar, pada media massa ini individu cenderung enggan menggunakan media dalam non cetak mereka lebih menggunakan media yang kedua yaitu media massa elektronik seperti televisi dan film, sebenarnya kedua media ini memiliki kelebihan dan kekurangan masing-masing tinggal setiap individu saja dapat memilih media mana yang pas untuk memenuhi kebutuhan informasi mereka, kebutuhan informasi pengunjung starbuck lebih pada media digital yang dimana media tersebut dapat dibawa dan diakses kapan saja saat kita membutuhkan informasi. Media digital saat ini dapat dikatakan dua mata pisau yang sangat tajam karena media tersebut dapat berdampak baik dan berdampak buruk ketika individu tersebut tidak dapat menggunakan media tersebut dengan baik.

IV.8 Media Gratification (functions)

Setelah terpenuhi semua kebutuhan pengguna dengan memanfaatkan internet saat nongkrong pada cafe starbuck, maka munculah media gratifikasi yang terbagi dalam beberapa motif, yaitu pengawasan (*surveillance*), pengalihan (*Diversion*), identitas pribadi (*personal identity*), dan hubungan personal atau interaksi social (*social Relationship*).

IV.7.1 pengawasan (*Surveillance*)

Menurut McQuail dalam West dan Tuner (2010:105) pengawasan (*surveillance*) merupakan kebutuhan akan informasi mengenai bagaimana media membantu individu untuk mencapai tujuan tertentu. Dari fungsi ini, audiens mendapat tambahan informasi baik informasi mengenai pengetahuan, ataupun informasi mengenai berita-berita terbaru baik secara langsung maupun tidak langsung.

Hasil dari skala Linkert dalam penelitian ini menunjukkan bahwa pemenuhan kebutuhan informasi pada pengunjung cafe starbuck tergolong sangat tinggi karena dapat diketahui rata-rata dari skala linkert menunjukkan 4,16. Dari hal ini dapat diketahui bahwa pemenuhan kebutuhan informasi pada pengunjung cafe starbuck dapat memenuhi segala kebutuhan .

Hal ini sesuai dengan teori McQuail (1972) yang menyatakan alasan audiens menggunakan media salah satunya adalah untuk mendapatkan informasi mengenai bagaimana media tersebut dapat membantu individu mencapai sesuatu yang di inginkan. Maka dapat disimpulkan bahwa pemenuhan kebutuhan informasi saat nongkrong pada cafe starbuck sangat tinggi hal ini dapat diketahui dengan tingginya hasil sekala likert, pengunjung cafe starbuck memenuhi kebutuhan informasi melalui internet karena dengan menggunakan internet kita dapat dengan mudah informasi apa saja yang akan kita cari, dengan menuliskan subyek yang akan kita cari informasi yang akan kita cari dapat keluar tanpa menunggu lama.

IV.7.2 Pengalihan (*diversion*)

Pada penelitian ini berfungsi sebagai hiburan, bahwa dengan memanfaatkan internet saat nongkrong pada cafe starbuck, pengunjung dapat mendapatkan hiburan, mendapatkan ketenangan batin dan sebagai melepaskan kepenatan dari rutinitas sehari-hari .

Dari pengolahan data pada bab III (lihat Tabel 3.24) hasil dari penelitian ini menunjukkan internet menyediakan hiburan bagi pengunjung cafe starbuck 57 orang responden mengatakan setuju, internet sebagai media melepas kepenatan saat nongkrong di cafe, sebanyak 61 orang responden mengatakan setuju, dan yang

terakhir ketika memanfaatkan internet mendapatkan ketenangan batin sebanyak 47 responden mengatakan kurang setuju dengan hal tersebut. Berdasarkan skala linkert yang sudah di rata-rata oleh peneliti, total dari skala linkert pada bab II (lihat Tabel 3,25) sebesar 3,65 dengan kategori Tinggi.

Berdasarkan teori motif menggunakan media menurut McQuail, Blumler, dan Brown (1972 dalam Dewi, 2001) mengatakan bahwa pengalihan merupakan kebutuhan dari pelepasan dari rutinitas dan masalah, melepaskan segala tekanan atau emosi, dan kebutuhan akan hiburan. Dengan demikian tujuan dari pengunjung cafe memanfaatkan internet adalah untuk mendapatkan hiburan yang sesuai keinginannya, karena mendapatkan hiburan tidak harus secara fisik saja, mendapatkan hiburan secara psikis juga perlu contohnya saja mendapatkan hiburan dari internet. Hal ini sejalan dengan pemikiran Allan Rubin (dalam Morissan, 2010:270) menemukan bahwa alasan atau motivasi seseorang menggunakan media dapat dikelompokkan pada sejumlah kategori yaitu untuk menghabiskan waktu, sebagai teman (*companionship*), memenuhi ketertarikan (*excitement*), pelarian, kesenangan, interaksi sosial, memperoleh informasi dan untuk mempelajari konten media tertentu.

Hal ini menunjukkan bahwa pengunjung cafe starbuck saat menggunakan internet untuk melepas kepenatan dari rutinitas sehari-hari mereka, bagi mereka internet menyediakan hiburan bagi pengunjung cafe. Karena menurut mereka hiburan tidak harus secara fisik saja melainkan hiburan secara psikis juga perlu seperti hiburan dengan menggunakan internet.

IV.8.3 Identitas Pribadi atau psikologi individu (*Personal Identity and Individual Psychology*)

Identitas pribadi atau psikologi dalam penelitian ini adalah keadaan yang dimana dengan memanfaatkan media sosial untuk memberikan informasi mengenai informasi yang diinginkan oleh pengguna baik informasi mengenai gaya hidup, kesehatan, style, dll.

Pada pengolahan data bab III (lihat tabel 3.26) dapat diketahui hasil tertinggi dalam identitas pribadi atau psikologi individu adalah informasi yang diperoleh oleh pengunjung cafe starbuck saat nongkrong dan mendapatkan informasi dari internet dapat memunculkan rasa percaya diri, mendapatkan pengetahuan baru mengenai gaya hidup, menyelesaikan tugas pekerjaan, karena saat memperoleh informasi dari internet dapat menyelesaikan tugas pekerjaan dengan cepat. Hal ini sesuai dengan teori motif menggunakan media menurut McQuail, Blumler, dan Brown (1972 dalam Dewi, 2001),

mengatakan bahwa dengan menggunakan media untuk memperkuat atau menonjolkan sesuatu yang penting dalam kehidupan atau situasi khalayak tersendiri untuk mengeksplorasi realita.

IV.8.4 Hubungan Sosial (*Social Relationship*)

Hubungan sosial yang dimaksud dalam penelitian ini adalah dimana dengan memanfaatkan internet saat mengunjungi cafe starbuck pengolah harus mengedepankan pengunjung pada lingkungan sekitar atau masyarakat sekitar yang ada pada cafe starbuck.

Dari bab pengolahan data pada bab III (lihat Tabel 3.28) hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa hubungan internet dengan pengunjung cafe cukup dekat karena pengunjung cafe banyak yang menyatakan setuju dengan internet memberikan sara berinteraksi, menyediakan saran atau tips seputar kebutuhan dan menyediakan alat untuk berbagi informasi. Hal ini sejalan dengan penggunaan media menurut pendapat Snow (dalam Tubbs, 2000: 212) untuk menciptakan dan memelihara perilaku rutin dan untuk membantu memelihara ritme dan suasana hati, yang dimana seseorang saat menggunakan media harus memiliki suasana hati yang pas ketika berinteraksi dengan media untuk menghindarkan hal-hal yang tidak diinginkan seperti halnya saat seseorang berinteraksi

melalui jejaring sosial dan mengatakan yang tidak baik tentu saja ada orang yang tersinggung.

Berdasarkan temuan data pada media gratifikasi pada pengunjung cafe starbuck yang terbagi dalam berbagai motif diatas. Peneliti dapat menyimpulkan dimana sebagian responden memiliki motif dalam memanfaatkan internet cukup tinggi ketika nongkrong pada cafe starbuck.

Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan oleh peneliti mengenai pemanfaatan internet di kalangan pengunjung cafe starbuck Kota Surabaya dengan berdasarkan pernyataan penelitian yang telah dilakukan, maka peneliti dapat menyimpulkan beberapa hasil temuan penelitian, yaitu:

1. Penggunaan internet di kalangan pengunjung cafe saat ini merupakan suatu kebutuhan pokok yang harus dipenuhi. Dalam sebuah kepentingan baik kepentingan hiburan maupun kepentingan mengenai tugas dalam menggunakan internet. Dalam penggunaan internet pengunjung cafe sebagian besar menggunakan internet sebagai hiburan disaat waktu luang yang sekedar menenangkan suasana hati yang terbelenggu dari kesibukan-kesibukan mereka, seperti pendapat Snow (dalam Tubbs, 2000) adalah untuk menciptakan dan memelihara perilaku rutin dan juga untuk

membantu memelihara ritme dan suasana hati. Maka dapat diambil kesimpulan bahwa ketika pengunjung cafe memanfaatkan internet untuk membuka situs jejaring sosial mereka membuka situs yang membuat suasana hati mereka tenang dan terhibur seperti membuka situs jejaring sosial, online shopping, dll.

2. Pemanfaatan internet oleh pengunjung cafe starbuck sebagian besar memanfaatkannya untuk mencari informasi yang terbaru agar tidak ketinggalan zaman (*up to date*), mereka mengutamakan kepentingan yang berhubungan dengan suasana hati mereka. Hal ini sesuai dengan teori *Use and Gratification*, dimana kegiatan yang dilakukan oleh pengunjung cafe starbuck merupakan kebutuhan pelarian (*Escapist Needs*) yaitu kebutuhan yang berhubungan dengan keinginan untuk melarikan diri dari kondisi tegang, emosi, kesepian, dan kurang adanya dukungan sosial. selain mencari aktifitas yang *ter-up to date* pengunjung cafe starbuck memanfaatkan internet untuk membuka situs jejaring sosial dan kepentingan untuk berpartisipasi dengan situs jejaring sosial lainnya. Hal ini sesuai juga dengan teori

Use and Gratification, dimana terdapat beberapa alasan untuk pemenuhan kebutuhan seseorang yang ingin dipenuhi dalam menggunakan media, salah satunya adalah kebutuhan Integrasi sosial (*Social integrative needs*), yaitu kebutuhan yang berkaitan dengan penambahan kontak keluarga, teman dan dunia luar. Kebutuhan ini didasarkan pada hasrat untuk berafiliasi.

3. Berdasarkan pemenuhan kebutuhan informasi pada internet , dapat ditarik kesimpulan bahwa internet mampu memenuhi kebutuhan responden dalam memenuhi kebutuhan yang diharapkan. Dari hasil analisis dapat diketahui bahwa kebutuhan kognitif yang banyak dicari pemenuh kebutuhan informasi yaitu dengan presentase yang sangat tinggi dibandingkan dengan kebutuhan lain. Sehingga efek dari pemenuhan kebutuhan yang dihasilkan media internet dapat diasumsikan sebagai pengamat lingkungan. Hal ini mengingat pengunjung cafe starbuck memiliki rasa ingin tahu yang besar ketika mengakses internet. sehingga mereka ingin mencari tahu informasi terbaru pada internet.

DAFTAR PUSTAKA

Aducci, dkk (2008). *The Hyperconnected:Here They Come!*. Tersedia pada <https://www.presidio.com/sites/default/files/wysiwyg/PDFs/Hyperconnected.pdf>. Diakses pada tanggal 28 Maret 2015 pukul 13.35 WIB

Buente, Wayne and alic Robbin. 2008. "Trens in Internet Information Behavior: 2000-2004". *Journal of the America Society for Information Science*,diakses tanggal 2 September 2015, tersedia pada <http://eprints.rclis.org/13679/1/RobbinTrends2008Jun2-EntirePaper.pdf>

Bungin, Burhan. 2001. *Metodologi Penelitian Sosial: Format-format Kuantitatif dan Kualitatif*, Airlangga University Press, Surabaya.

Durkheim, Emile. 1893. *The diversion Of Labor Society*.The Free Pres, New York.

Effendy, Onong Uchjana. 2000. Ilmu, Teori dan Filsafat Komunikasi. Citra Aditya Bakti, Bandung.

Faizal. 2013, *Skripsi Pemanfaatan Internet Pada Bantaran Sungai Jagir Surabaya*. Universitas Airlangga

Hadi, M Syamsul 2008. *Ngenet, paduan berinternet untuk pemula*.Tiara Aksara, Surabaya.

Lucky K Ng 2008. *The Internet and the Mass media*. Sage Publication, London.

Manfaat internet dalam kehidupan sehari-hari, Tersedia pada <http://larasatisawangan.wordpress.com/manfaat-internet-dalam-kehidupan-sehari-hari/> diakses pada 10 oktober 2015 pukul 17.00

Mufid, Muhammad. 2009. Etika Filsafat dan komunikasi. Kencana Prena Media Group, Jakarta.

M. Yusuf, Pawit. Subekti, Priyo. 2010.Teori dan Praktik Penelusuran Informasi. Prenada Media Group,Jakarta.

Mengenal istilah masyarakat Urban. Tersedia pada <https://www.selasar.com/gaya-hidup/mengenal-istilah-masyarakat-urban>. Diakses pada 7 September 2015, pukul 23.30 WIB.

Meninjau Ruang: Masyarakat, Jejaring dan Gerakan dalam Ruang Urban Digital tersedia pada <http://etnohistori.org/media-baru-meninjau-ruang-masyarakat-jejaring-dan-gerakan-dalam-ruang-urban-digital-merlyna-lim.html>. Diakses pada 1 September 2015, Pukul 15.00 WIB.

Mukhtar. 2003. *Konsep diri Remaja Menuju Remaja Pribadi*. Jakarta: PT. Rakasta Samasta

Nur Qomariah, Astutik. 2012.Jurnal perilaku penggunaan Internet pada Kalangan Remaja di Perkotaan., diakses tanggal 2 September 2015, tersedia pada Palimpsest.fisip.ac.id

Rakhmat, Jalaluddin. 2007. Metode Penelitian Komunikasi. PT Remaja Rosdakarya, Bandung.

Saifuddin Azwar, 2007, Metode Penelitian, Edisi I, Cetakan VIII, Yogyakarta: Pustaka Pelajar

