

PENGGUNAAN INTERNET SEBAGAI MEDIA INFORMASI OLEH MAHASISWA UPN “VETERAN” JAKARTA

Iswahyuni, Witanti Prihatiningsih, Surahmad
(Dosen Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik UPN “Veteran” Jakarta)
Iswahyuni_upnvj@yahoo.co.id, witanti.prihatiningsih@yahoo.com,
Surahmad.09@gmail.com

ABSTRAK

Teknologi berbasis internet terus berkembang dari waktu ke waktu. Bahkan, sebagian orang kini mendapat lebih banyak informasi melalui media internet. Banyak manfaat dari internet, salah satunya sebagai media komunikasi, hiburan, mencari teman, dan sumber informasi. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui penggunaan internet sebagai media informasi oleh mahasiswa UPN “Veteran” Jakarta. Metode yang digunakan adalah kuantitatif dengan analisis deskriptif. Populasi dalam penelitian ini adalah mahasiswa UPN “Veteran” Jakarta. Pengambilan sampel menggunakan rumus Slovin dengan teknik sampelnya adalah strata proporsional. Teori yang digunakan dalam penelitian ini adalah *uses and gratification*. Hasil dalam penelitian ini menunjukkan bahwa internet yang disediakan oleh UPN "Veteran" Jakarta lebih banyak dimanfaatkan mahasiswa untuk memenuhi kebutuhan afektif, kemudian dilanjutkan dengan kognitif, integrasi sosial, berkhayal, dan yang terakhir integrasi personal.

Kata kunci: internet, *uses and gratification*, kebutuhan informasi

ABSTRACT

Internet-based technology continues to evolve over time. In fact, some people are now getting more information through the internet. Many benefits come from the internet, such as medium of communication, entertainment purposes, looking for friends, and source of information. This study aims to determine the use of the Internet as a medium of information by students UPN "Veteran" Jakarta. The method used in this study is a quantitative with descriptive analysis. The population in this study is UPN "Veteran" Jakarta students. Sample collecting method is Slovin formula, while the sample technique is strata proportional. The theory used in this research is using and gratification. The results in this study indicate that the internet provided by UPN "Veteran" Jakarta is mostly used by students to meet affective and cognitive needs, social integration, fantasizing, and personal integration.

Key words: internet, uses and gratification, information needs

PENDAHULUAN

Teknologi komunikasi telah meningkatkan kapasitas komunikasi antar manusia sehingga mampu menembus dan menghilangkan batas-batas ruang dan waktu serta status sosial yang telah menjadi penghambat selama kurun waktu berabad-abad. Secara tidak langsung, keberadaan internet telah menyatukan heterogenitas umat manusia di seluruh dunia dalam satu jaringan komunikasi global. Dengan teknologi internet, seakan menghilangkan sekat-sekat geografis, mengatasi keterpisahan jarak ribuan kilometer, atau pun perbedaan waktu, hal tersebut sekarang tidak lagi menjadi halangan untuk berkomunikasi dan menjalin interaksi. Saluran komunikasi baru justru berupaya mengkombinasikan kemampuan dua saluran tersebut secara integral. Kemampuan saluran komunikasi baru ini adalah dalam hal menjangkau khalayak yang banyak pula, dengan penyampaian yang dilakukan secara dialogis serta efek yang diharapkan dapat segera atau pun tertunda. Perkembangan teknologi dan berubahnya budaya masyarakat telah ikut serta mengevolusi peran dan sistem media massa dari bentuk-bentuk

konvensional menjadi seperti sekarang.

Paradigma dan pemahaman tentang media pun telah banyak bergeser karena dianggap sudah tidak relevan lagi, seiring perubahan media massa pada era informasi sekarang ini, disamping meningkatkan kecepatan, kejelasan dan macam cara pengiriman informasi. Usaha yang dilakukan manusia tersebut dapat dilihat dari penemuan-penemuan dalam bidang teknologi komunikasi yang telah banyak mengubah cara manusia berkomunikasi. Salah satu cara berkomunikasi dan mencari informasi yang menjadi pilihan masyarakat adalah internet. Selain itu, dalam satu dasawarsa terakhir ini media informasi internet telah menjadi sorotan karena memiliki tingkat penggunaanya yang meningkat secara signifikan.

Perkembangan media massa dan teknologi bertemu pada suatu titik krusial melahirkan sebuah media baru bernama internet. Salah satu dari teknologi komunikasi yang terus berkembang adalah Internet. Selama periode tahun 1990-an Internet telah menjadi aplikasi teknologi yang dapat melayani "masyarakat informasi". Sebagai alat penyimpanan, pemindah, dan penyalur informasi antara komputer

dan penggunaannya, internet lebih menjadikan komputer sebagai sumber informasi yang kuat. Tak hanya untuk keperluan sientifik dan penelitian. Pada tahun 1992, informasi multimedia dapat diakses melalui World Wide Web. Tetapi, tak lama kemudian internet dikenal sebagai sumber informasi yang revolusioner pada tahun 1995, *Information Superhighway*. Pada akhir tahun 1999 internet menjadi media yang universal (Yusuf, 2009: 104-105).

Internet terus berkembang dengan pesat, terutama sejak akhir tahun 1990-an. Internet menyediakan cara berkomunikasi dan berinteraksi yang baru, berbeda dengan media-media sebelumnya. Kini internet telah menjadi bagian dari dan mempengaruhi hampir setiap aspek kehidupan kita baik di bidang sosial, ekonomi, politik, dll. Bagi banyak orang, internet merupakan hal yang sangat penting dalam menjalankan kegiatan sehari-hari. Peningkatan dramatis penggunaan internet sejak tahun 1990-an, mempengaruhi cara hidup, bekerja, dan bermain seseorang. Dalam suatu penelitian di Amerika Utara, 60% orang dewasa selalu *online* setiap harinya, dengan pertumbuhan prosentase yang terus bertambah dibandingkan dengan negara lainnya. Untuk sebagian besar pengguna internet, mengakses internet adalah aktivitas sehari-hari, dan setengah dari jumlah itu mengaku baru aja *online* "sehari" sebelumnya. Artinya, mereka mengakses internet setiap hari.

Indonesia sendiri tingkat pertumbuhan pengguna internet juga cukup pesat. Pada tahun 1996 jumlah pengguna internet di Indonesia diperkirakan sekitar 110.000 dan berkembang pesat menjadi sekitar 4,2 juta pada tahun 2001 (Sumber APJII).¹ Dan pada akhir tahun 2005 jumlah pemakai diperkirakan mencapai 16 juta. Berikut ini adalah perkiraan resmi dari Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia (APJII) terhadap jumlah pemakai internet di Indonesia.

Secara umum Katz, Gurevitch, dan Haas berkeyakinan terhadap tipologi kebutuhan manusia yang berkaitan dengan media yang diklasifikasikan ke dalam lima kelompok: Kebutuhan kognitif (yang berkaitan dengan penguatan informasi, pengetahuan dan pemahaman mengenai lingkungan); Kebutuhan afektif (yang menjawab tentang pengalaman yang dirasakan); Kebutuhan integratif personal (yaitu kebutuhan yang berhubungan dengan kepercayaan, kesetiaan, dan status pribadi); Kebutuhan integratif sosial (kebutuhan ini didasarkan oleh adanya keinginan individu untuk berafiliasi); Kebutuhan akan pelarian (yang berkaitan akan pelepasan ketegangan atau hiburan).

Berdasarkan pemaparan ini tentunya menarik untuk diteliti bagaimana motivasi yang melandasi

1 "Sekilas Perkembangan Internet",
<http://www.goечи.com/newsletter.html>.
Diakses pada tanggal 3 januari 2017
pukul 14.39

tindakan pengguna internet sebagai media informasi serta kebutuhan apa saja yang dapat terpenuhi setelah mengakses.

2. TINJAUAN PUSTAKA

Komunikasi Massa

Komunikasi massa adalah komunikasi melalui media massa, meliputi surat kabar yang mempunyai sirkulasi yang luas, siaran radio dan televisi yang ditujukan kepada umum, dan film yang dipertunjukkan di gedung-gedung bioskop. Komunikasi massa menyiarkan informasi, gagasan dan sikap kepada komunikan yang beragam dalam jumlah yang banyak dengan menggunakan media (Effendy, 2003:80).

Media On-line

Media *on-line* adalah salah satu media yang disajikan secara *on-line* (langsung) yang menggunakan seperangkat alat komputer. Media *on-line* sendiri adalah bagian dari internet. Kebanyakan media *on-line* biasanya berupa situs *web* yang menyajikan informasi-informasi yang dibutuhkan oleh pengguna internet pada situs yang mereka kunjungi. Di Indonesia sendiri era internet dimulai sejak 1990-an dan waktu itu pada tanggal 17 Agustus 1995 Republika *on-line* adalah koran pertama yang memasuki internet, bekerjasama dengan Radnet (salah satu *service provider* internet di Indonesia).

Web dalam internet hadir sebagai perpaduan berbagai media yang telah pernah ada sebelumnya

dimana memungkinkan pengiriman data berupa teks, grafis, dan suara (multimedia) dengan menggunakan bahasa pemrograman *HTML* (*Hyper Text Markup Language*).

Karakter *media internet* menurut Morrissan mengatakan bahwa: berdasarkan beberapa aspek seperti dilihat berdasarkan selektivitas *target audience, media internet* memiliki jangkauan bagus/paling bagus, bila dilihat dari jangkauannya memang masih terbatas, dampak pesan masih belum seefektif *media TV* tetapi bila dilihat dengan kemampuan penetrasi *media* terhadap *audience* sangat kuat sekali dan proses/waktu pemasangan iklan singkat dan lokasi *media* ini paling sering digunakan dirumah dan kantor (Morrissan, 2007: 171).

Dari definisi di atas, penulis menyimpulkan bahwa pada era *digital* pada saat ini para pengguna media *online* sudah bisa menikmati berbagai macam informasi melalui *internet*. Media *online* disini bersifat cepat, aktual, interaktif dan juga bisa diakses dimana saja, kapan saja dan tidak memakan waktu lama dalam mengakses sebuah informasi dan biaya yang hemat.

Teori Uses and Gratifications

Berkaitan dengan penelitian tentang hubungan penggunaan internet sebagai media informasi, maka teori komunikasi yang digunakan adalah teori komunikasi *Uses and Gratifications Theory* yang diperkenalkan pada tahun 1974. Menurut para pendirinya, Elihu Katz,

Jay G. Blumler, dan Michael Gurevitch, dalam bukunya „*The Uses Of Mass Communication; Current Perspectives On Gratifications Research*”:

Teori ini meneliti asal mula kebutuhan secara psikologis dan sosial, yang menimbulkan harapan tertentu bagi media massa atau sumber-sumber lain, yang membawa pada pola terpaan media yang berlainan (atau keterlibatan pada kegiatan lain), dan menimbulkan pemenuhan kebutuhan dan akibat-akibat lain, barangkali termasuk juga yang tidak kita inginkan (Rakhmat, 2009:65). Menurut Katz, Blumler dan Gurevitch menjelaskan mengenai Teori Uses & Gratifications, yaitu:

1. Khalayak dianggap aktif, artinya khalayak sebagai bagian penting dari penggunaan media massa diasumsikan mempunyai tujuan.
2. Dalam proses komunikasi massa, inisiatif untuk mengaitkan pemuasan kebutuhan dengan pemilihan media terletak pada khalayak.
3. Media massa harus bersaing dengan sumber – sumber lain untuk memuaskan kebutuhannya. Kebutuhan yang dipenuhi media lebih luas. Bagaimana kebutuhan ini terpenuhi melalui konsumsi media amat bergantung kepada perilaku khalayak yang bersangkutan.
4. Tujuan memilih media massa disimpulkan dari data yang diberikan anggota khalayak,

artinya orang dianggap cukup mengerti untuk melaporkan kepentingan dan motif pada situasi – situasi tertentu.

5. Penilaian tentang arti kultural dari media massa harus ditangguhkan sebelum diteliti lebih dahulu orientasi khalayak (Ardianto, Komala dan Karlinah, 2007:74).

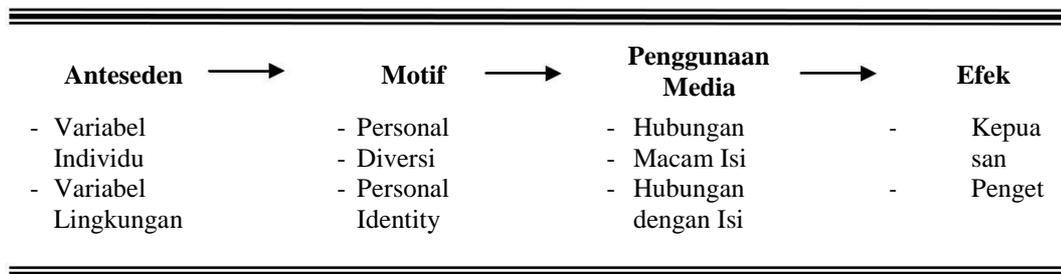
Pendekatan *uses and gratifications* memberikan alternatif untuk memandang pada hubungan antara isi media dan *audience*, dan mengkategorikan isi media menurut fungsinya. Meskipun masih diragukan adanya satu atau beberapa model *uses and gratifications*, Katz menggambarkan logika yang mendasari pendekatan mengenai *uses and gratifications* yaitu, kondisi psikologis seseorang akan menyebabkan adanya kebutuhan yang menciptakan harapan-harapan terhadap media massa atau sumber-sumber lain, yang membawa kepada perbedaan pola penggunaan media (atau keterlibatan dalam aktivitas lainnya) yang akhirnya akan menghasilkan pemenuhan kebutuhan dan konsekuensi lainnya, termasuk yang tidak diharapkan sebelumnya.

Model ini tidak tertarik pada apa yang dilakukan media pada diri seseorang tetapi ia tertarik pada apa yang dilakukan orang terhadap media. Khalayak dianggap secara aktif menggunakan media untuk memenuhi kebutuhannya. Studi ini memusatkan perhatiannya pada penggunaan (*Uses*) media untuk

mendapatkan kepuasan (*Gratifications*) atas kebutuhan seseorang. Oleh karena itu, sebagian besar perilaku khalayak akan dijelaskan melalui berbagai kebutuhan (*needs*) dan kepentingan individu (Ardianto, Komala dan Karlinah, 2007:73-74).

Efek media dapat dioperasionalkan sebagai evaluasi kemampuan media untuk memberikan kepuasan. Secara singkat model *Uses And Gratifications* dilukiskan dalam gambar dibawah ini:

Gambar 1. Model Uses and Gratifications



Sumber: Rakhmat, 2009:66

Dikaitkan dengan lingkungan yang merangsang timbulkan kebutuhan tersebut, khususnya yang berhubungan dengan seseorang yang dihadapkan pada berbagai media penampung informasi, maka ada banyak kebutuhan yang bisa dikemukakan, antara lain seperti yang diusulkan oleh Katz, Gurevitch, dan Haas adalah sebagai berikut:

- a. *Kebutuhan kognitif*: kebutuhan yang berkaitan erat dengan kebutuhan untuk memperkuat atau menambah informasi, pengetahuan dan pemahaman seseorang akan lingkungannya. Kebutuhan ini didasarkan kepada hasrat seseorang untuk memahami dan menguasai lingkungannya. Hal ini memang benar bahwa orang menurut pandangan psikologi kognitif

memiliki kecenderungan untuk mengerti dan menguasai lingkungannya. Disamping itu, kebutuhan ini juga dapat memberi kepuasan atas hasrat keingintahuan dan penyelidikan seseorang.

- b. *Kebutuhan afektif*: kebutuhan yang berhubungan dengan hal yang menyenangkan dan pengalaman-pengalaman emosional.
- c. *Kebutuhan integrasi personal (personal integrative needs)*: kebutuhan ini dikaitkan dengan penguatan kredibilitas, kepercayaan, stabilitas, dan status individu.
- d. *Kebutuhan integrasi sosial (social integrative needs)*: kebutuhan ini dikaitkan dengan penguatan hubungan keluarga,

teman, dan orang lain di dunia. Kebutuhan ini didasari oleh hasrat seseorang untuk bergabung atau berkelompok dengan orang lain.

- e. *Kebutuhan berkhayal (escapist needs)*: kebutuhan ini dikaitkan dengan kebutuhan untuk melarikan diri, melepaskan ketegangan, dan hasrat untuk mencari hiburan atau pengalihan (Yusup, 2009:338-339).

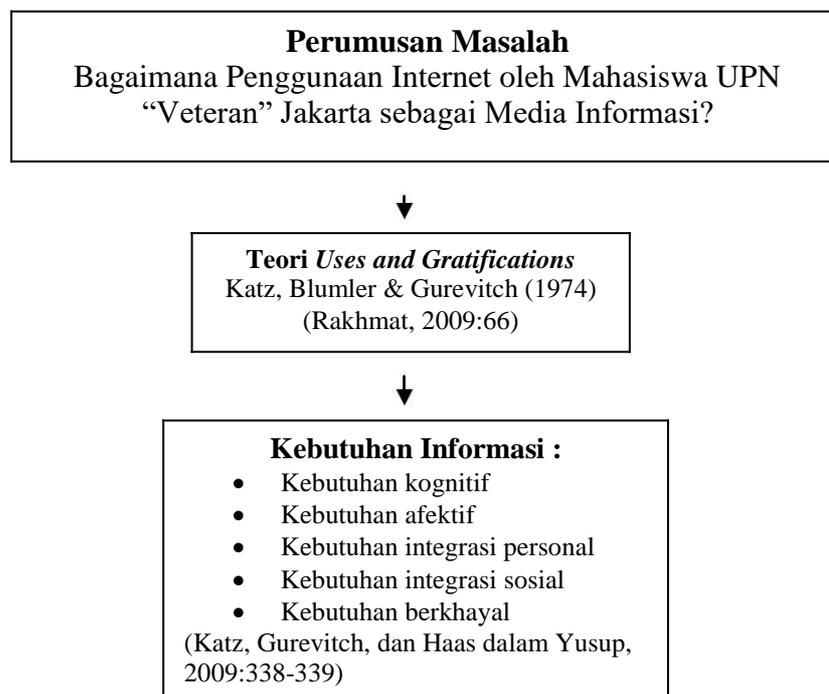
Demikianlah bisa dilihat bahwa informasi pada dasarnya dibutuhkan oleh banyak orang. Informasi

dibutuhkan karena ia bisa berfungsi banyak bagi diri seseorang, terutama yang sesuai dengan kebutuhannya. Sementara sumber-sumber informasi yang sudah tersimpan di berbagai media juga berkembang sejalan dengan tuntutan kebutuhan akan informasi.

3.KERANGKA PEMIKIRAN

Berdasarkan kerangka konseptual dan kerangka operasional maka bagan dari kerangka pemikiran sebagai berikut :

Bagan 1. Kerangka Pemikiran



Sumber : Rakhmat, 2009; Yusup, 2009; dan modifikasi peneliti.

4. METODE PENELITIAN

Penelitian yang di lakukan kali ini adalah penelitian kuantitatif yang bersifat kausal. Namun data

kualitatif juga sangat diperlupan pada penelitian ini, untuk memperkuat hasil penelitian. Menurut Brannen

bahwa terdapat tiga cara yang bisa digunakan peneliti dalam mengombinasikan kuantitatif dan kualitatif. Pertama, pendekatan kualitatif sebagai fasilitator dari kuantitatif. Kedua, kuantitatif sebagai fasilitator kualitatif. Ketiga, kedua pendekatan dilakukan secara bersamaan dan sederajat (Kriyantono, 2014:93). Penelitian ini menggunakan analisis deskriptif

dengan tujuan memberikan gambaran penggunaan internet oleh mahasiswa UPN “Veteran” Jakarta sebagai media informasi.

Adapun gradasi dari setiap pertanyaan adalah (4) dari yang sangat positif ke sangat negatif yaitu sebagai berikut :

Pernyataan Positif

Pernyataan Negatif

Sangat Setuju (SS)	= 4	Sangat Setuju (SS)	= 1
Setuju (S)	= 3	Setuju (S)	= 2
Tidak Setuju (TS)	= 2	Tidak Setuju (TS)	= 3
Sangat Tidak Setuju (STS)	= 1	Sangat Tidak Setuju (STS)	= 4

(Riduwan & Sunarto, 2007:21)

Populasi dan Teknik Pengambilan Sampel

Populasi dalam penelitian ini adalah mahasiswa UPN “Veteran” Jakarta yang masih aktif. teknik sampling menggunakan stara proposional, penentuan jumlah sampel pada

penelitian ini menggunakan rumus Slovin, yaitu sebagai berikut:

Keterangan :

n = Ukuran sampel

N = Ukuran populasi

d^2 = Kelonggaran ketidaktelitian karena kesalahan pengambilan sampel yang dapat ditolerir (10%)

(Kriyantono, 2014:164)

Nama Fakultas	Jumlah Mahasiswa	_____	Jumlah	Pembulatan
Fakultas Ekonomi	1066	_____	91,42	91
Fakultas Teknik	518	_____	83,82	84
Fakultas Ilmu Komputer	808	_____	88,99	89
Fakultas Kedokteran	899	_____	89,99	90

Fakultas Ilmu Kesehatan	1437	—————	93,49	94
Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik	1208	—————	92,35	92
Fakultas Hukum	945	—————	91,43	91
TOTAL				631

Jadi, sampel pada penelitian ini adalah 631 mahasiswa aktif di UPN “Veteran” Jakarta.

Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Data Primer didapat dari angket. Angket berisi pernyataan yang akan dijawab oleh responden mengenai penggunaan internet oleh mahasiswa UPN “Veteran” Jakarta sebagai media informasi. Data tersebut dibagi dalam dua kelompok yaitu data responden dan data penelitian.
2. Data Sekunder, yaitu data pendukung yang akan melengkapi data primer yang diperoleh dengan mengutip dari sumber lain, melalui buku-buku di perpustakaan, toko buku dan internet yang dapat menunjang serta melengkapi penelitian.

5. ANALISIS DATA

Statistik deskriptif adalah statistik yang berfungsi untuk mendeteksikan atau memberi gambaran terhadap obyek yang diteliti melalui data sampel atau populasi sebagaimana adanya (Sugiyono, 2009:29). Sehingga analisis deskriptif

merupakan gambaran mengenai data responden dan data penelitian, yang ditunjukkan dengan tabel-tabel tunggal, tujuannya untuk menyederhanakan data ke dalam bentuk yang mudah dibaca dan diinterpretasikan. Pada tabel tunggal data responden, hanya menunjukkan frekuensi jawaban responden untuk menghitung persentase, yaitu dengan rumus:

$$P = \frac{f}{n} \times 100\%$$

(Nawawi, 2007:152)

Keterangan :

P = Persentase jawaban responden
f = Frekuensi jawaban responden
n = Jumlah responden keseluruhan

Setelah dihitung nilai setiap item pada tabel frekuensi dan persentase jawaban responden, kemudian menentukan kategori menurut pedoman interpretasi menurut Arikunto sebagai berikut:

0% = Tidak seorangpun dari responden
1% - 25% = Sangat sedikit dari responden

26% - 49% = Sebagian kecil / hampir setengah dari responden

50% = Setengah dari responden

51% - 75% = Sebagian besar dari responden

76% - 99% = Hampir seluruh dari responden

100% = Seluruh responden

(Arikunto, 2002:246)

Sedangkan dalam menganalisis data penelitian secara deksriptif menggunakan perhitungan kategorisasi. Cara perhitungan pengkategorian berdasarkan data yang telah diperoleh. Data disusun ke dalam tabel tunggal yang dikategorikan dan disajikan dengan menggunakan pendekatan distribusi frekuensi dan perhitungan persentase. Kemudian dilakukan perhitung skor uji pada tiap variabel dan sub variabelnya. Hasil skor penelitian dimasukkan ke dalam lima kategori, yaitu sangat kurang baik, kurang baik, cukup baik, baik dan sangat baik.

Pengkategorian tersebut dilakukan berdasarkan interval batasan dengan cara sebagai berikut:

- Skor tertinggi = nilai tertinggi x jumlah pernyataan x jumlah responden
- Skor terendah = nilai terendah x jumlah pernyataan x jumlah responden
- Batang interval = $\frac{\text{Skor tertinggi} - \text{Skor terendah}}{\text{Jumlah pernyataan}}$

6. HASIL PENELITIAN

Berdasarkan hasil angket yang disebar ke 631 responden yaitu mahasiswa UPN "Veteran" Jakarta, diperoleh hasil penelitian pada masing-masing dimensi yaitu kebutuhan kognitif, kebutuhan afektif, kebutuhan integrasi personal, kebutuhan integrasi sosial. dan kebutuhan berkhayal. Berikut adalah hasil dari masing-masing dimensi setelah dihitung perkategori tinggi, sedang, dan rendah:

Tabel 1 . Kebutuhan Kognitif

No.	Tingkat	f	%
1	Tinggi	263	41,68
2	Sedang	268	42,47
3	Rendah	100	15,85
	Jumlah	631	100

Tabel 1, menggambarkan bahwa internet yang disediakan oleh UPN "Veteran" Jakarta hampir setengahnya berada di kategori sedang dalam memenuhi kebutuhan kognitif dengan 268 responden (42,47%), sebagian kecil berada di kategori tinggi dengan 263 responden (41,68%), dan sangat sedikit berada di kategori rendah dengan 100 responden (15,85%).

Tabel 2. Kebutuhan Afektif

No.	Tingkat	f	%
1	Tinggi	276	43,74
2	Sedang	274	43,42
3	Rendah	81	12,84
	Jumlah	631	100

Tabel 2, menggambarkan bahwa internet yang disediakan oleh UPN "Veteran" Jakarta hampir setengahnya berada di kategori tinggi dalam memenuhi kebutuhan afektif dengan 276 responden (43,74%), sebagian kecil berada di kategori sedang dengan 274 responden (43,42%), dan sangat sedikit berada di kategori rendah dengan 81 responden (12,84%).

Tabel 3. Kebutuhan Integrasi Personal

No.	Tingkat	f	%
1	Tinggi	187	29,64
2	Sedang	240	38,03
3	Rendah	204	32,33
	Jumlah	631	100

Tabel 3, menggambarkan bahwa internet yang disediakan oleh UPN "Veteran" Jakarta hampir setengahnya berada di kategori sedang dalam memenuhi kebutuhan integrasi personal dengan 240 responden (38,03%), sebagian kecil berada di kategori rendah dengan 204 responden (32,33%), dan sebagian kecil juga berada di kategori tinggi dengan 187 responden (29,64%).

Tabel 4. Kebutuhan Integrasi Sosial

No.	Tingkat	f	%
1	Tinggi	196	31,06
2	Sedang	266	42,16
3	Rendah	169	26,78
	Jumlah	631	100

Tabel 4, menggambarkan bahwa internet yang disediakan oleh UPN "Veteran" Jakarta hampir setengahnya berada di kategori sedang dalam memenuhi kebutuhan integrasi sosial dengan 266 responden (42,16%), sebagian kecil berada di kategori tinggi dengan 196 responden (31,06%), dan sebagian kecil juga berada di kategori rendah dengan 169 responden (26,78%).

Tabel 5. Kebutuhan Berkhayal (*escapist needs*)

No.	Tingkat	f	%
1	Tinggi	212	33,60
2	Sedang	259	41,05
3	Rendah	160	25,36
	Jumlah	631	100

Tabel 5, menggambarkan bahwa internet yang disediakan oleh UPN "Veteran" Jakarta hampir setengahnya berada di kategori sedang dalam memenuhi kebutuhan berkhayal (*escapist needs*) dengan 259 responden (41,05%), sebagian kecil berada di kategori tinggi dengan 212 responden (33,60%), dan sangat sedikit berada di kategori rendah dengan 160 responden (25,36%).

7. HASIL DAN PEMBAHASAN

Dari hasil penelitian yang di dapat dari 631 responden bahwa fasilitas internet di lingkungan mahasiswa memang sangat diperlukan untuk memenuhi kebutuhan mereka akan informasi. seperti teori yang dipakai dalam penelitian ini yakni *Uses and*

Gratification bahwa seseorang menggunakan atau membutuhkan media sebagai sumber informasi atau untuk memenuhi kebutuhan informasi khalayaknya.

Dari 5 kebutuhan akan media sebagai sumber informasi dari Katz, Gurevitch, dan Haas maka didapat bahwa mahasiswa cenderung membutuhkan internet untuk memenuhi kebutuhan afeksinya atau emosionalnya, dimana internet dapat membuat mereka dapat mengekspresikan diri sesuai apa yang mereka inginkan seperti hobi, mendapatkan berita terkini atau peristiwa terkini, membantu dalam mengirim file secara cepat, dan internet sangat membantu mereka dalam komunikasi dua arah, untuk kenyamanan dan keamanan pengguna internet tidak perlu khawatir karena mereka memiliki password dalam mengakses internet. Kedua, mahasiswa menggunakan fasilitas internet untuk memenuhi kebutuhan kognitif atau pengetahuan, ini dapat dilihat dari mereka yang selalu up-to-date dengan informasi perkembangan dunia, serta mereka bisa mencari informasi-informasi yang memang mereka butuhkan seperti untuk melengkapi tugas yang diberikan dosen, mereka pun dapat membuka web universitas untuk mendapatkan informasi atau pengetahuan mengenai kegiatan yang ada di kampus, fasilitas yang ada di kampus, dan pemahaman mereka akan aturan-aturan universitas. Ketiga, mahasiswa menggunakan internet untuk memenuhi kebutuhan

integrasi sosial yakni dimana manusia adalah makhluk sosial yang berinteraksi satu dengan yang lainnya, dengan internet mahasiswa UPNVJ dapat bertukar informasi dan dapat saling berkomunikasi dengan mahasiswa lain di luar kelas yang mereka miliki atau diluar universitas. Keempat, mahasiswa membutuhkan internet untuk memenuhi kebutuhan mereka akan khayalan atau hiburan dimana manusia membutuhkan hiburan untuk menyeimbangkan pikiran agar terhindar dari stres. Dan yang terakhir mahasiswa menggunakan internet untuk memenuhi kebutuhan integrasi personal yang mana bahwa mahasiswa membutuhkan aktualisasi diri untuk memperkenalkan dirinya, lebih bisa melakukan sesuatu yang mereka sukai sesuai dengan karakter diri masing-masing atau mengembangkan kemampuan yang mereka miliki, dimana dalam dunia maya seseorang bisa melakukan sesuatu sesuai dengan apa yang ia inginkan.

8. SIMPULAN

Dari pembahasan tersebut, penggunaan internet sebagai media informasi oleh mahasiswa UPN "Veteran" Jakarta dapat disimpulkan bahwa kalangan mahasiswa internet sangat dibutuhkan untuk kebutuhan afeksi atau emosional mereka, yang kedua untuk meningkatkan pengetahuan mereka atau kebutuhan kognitif, yang ketiga internet dibutuhkan untuk bersosialisasi dengan orang lain atau

kebutuhan integrasi sosial, yang keempat intrnet sangat dibutuhkan untuk melepaskan rasa lelah atau kebutuhan mereka akan hiburan, dan yang terakhir intenet sangat dibutuhkan untuk aktualisasi diri untuk meningkatkan kemampuan mereka sesuai yang mereka inginkan atau kebutuhan integrasi personal.

DAFTAR PUSTAKA

- Ardianto, Elvinaro. Komala, Lukiati & Karlinah, Siti. 2007. *Komunikasi Massa*. Bandung: Simbiosis Rekatama Media.
- Arikunto, Suharsimi. 2002. *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktek*. Jakarta: Rineka Cipta.
- Azwar, Saifuddin. 2011. *Sikap Manusia : Teori dan Pengukurannya*. Yogyakarta : Pustaka Belajar.
- Effendy, Onong Uchjana. 2003. *Ilmu, Teori dan filsafat Komunikasi*. Bandung : PT. Citra Aitya Bhakti.
- Kriyantono, Rachmat. 2014. *Teknik Praktis Riset Komunikasi*. Jakarta : Kencana.
- Morissan. 2007. *Periklanan: Komunikasi Pemasaran Terpadu*. Jakarta : Ramdina Prakarsa.
- Nawawi, Hadari. 2007. *Metode Penelitian Bidang Sosial*. Yogyakarta: Gadjah Mada University Press.
- Rakhmat, Jalaluddin. 2005. *Psikologi Komunikasi*. Bandung: PT. Remaja Rosdakarya.
- _____. 2009. *Metode Penelitian Komunikasi (dilengkapi contoh analisis statistik)*. Bandung : PT. Remaja Rosdakarya.
- Riduwan & Sunarto. 2007. *Pengantar Statistika untuk Penelitian Pendidikan, Sosial, Ekonomi, Komunikasi, dan Bisnis*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. 2009. *Statistika untuk Penelitian*. Bandung : Alfabeta.
- Yusup, Pawit M. 2009. *Ilmu Informasi, Komunikasi, dan Kepustakaan*. Jakarta : PT. Bumi Aksara.

WEBSITE :

“Sekilas Perkembangan Internet”,
<http://www.goechi.com/newsletter.html>. Diakses pada tanggal 3 januari 2017 pukul 14.39

