

## **BAB I**

### **PENDAHULUAN**

#### **A. Latar Belakang Masalah**

Internet sebagai media informasi dan rekreasi, saat ini memiliki pengguna yang semakin meningkat. Perkiraan resmi dari APJII (Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia) terhadap jumlah pengguna internet sampai akhir tahun 2007, sesuai dengan tabel di bawah ini:

**Tabel 1.1. Jumlah Pengguna Internet**

<b>Tahun</b>	<b>Pengguna</b>
2001	4.200.000
2002	4.500.000
2003	8.080.534
2004	11.226.143
2005	16.000.000
2006	20.000.000
2007*	25.000.000

(sumber : <http://www.apjii.or.id>)

Pada tahun 2009, meskipun perekonomian sedang sulit, akan tetapi pertumbuhan pengguna internet di Indonesia semakin meningkat. Data statistik dari Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia (APJII), menunjukkan bahwa total pengguna internet di Indonesia akan meningkat menjadi 35 juta pengguna atau bertambah 40 persen pada tahun 2009 ([http://www.kontan.co.id/index.php/Bisnis/news/8764/Siasat\\_IM2\\_Hadapi\\_Lonjakan\\_Pengguna\\_Internet](http://www.kontan.co.id/index.php/Bisnis/news/8764/Siasat_IM2_Hadapi_Lonjakan_Pengguna_Internet)).

Kemudahan dalam mengakses internet membuat para pengguna internet semakin meningkat. Kemudahan itu antara lain, media untuk mengakses internet mudah didapatkan. Hampir setiap komputer memiliki perangkat untuk koneksi internet. Jika komputer tersebut dipasangkan dengan modem internet, maka komputer itu dapat mengakses internet. Selain itu, sebuah *handphone* yang disertai dengan aplikasi internet sudah banyak dipasarkan. *Handphone* yang relatif lebih praktis dibawa kemana saja, kini sudah dapat digunakan sebagai media akses internet.

Selain mudah mendapatkan media internet, kemudahan lain dalam mengakses internet ialah tempat mengakses internet. Internet dapat diakses dimana saja, seperti di sekolah, kantor, kampus yang telah terpasang jaringan internet. Bahkan pada saat ini, banyak restoran terkemuka seperti Mc Donald dan KFC menyediakan tempat khusus jaringan *hotspot* untuk para pelanggannya

mengakses internet (Observasi, Juni 2009). Selain itu, banyak pelayanan jasa internet seperti warung internet (warnet) didirikan di Indonesia. Keberadaan warnet di Indonesia memberi kesempatan orang dengan ekonomi menengah kebawah untuk dapat mengakses internet. Perekonomian yang lemah menyebabkan beberapa orang tidak memiliki komputer dan media akses internet sendiri yang memaksa mereka mencari warung internet untuk mengakses internet (Oyelaran-Oyeyinka dan Adeya, 2004). Awari (Asosiasi Warung Internet Indonesia) memperkirakan jumlah warung internet yang tersebar di Indonesia sudah mencapai lebih dari 10.000 warung internet yang telah didirikan ([http://www.ubm.ac.id/manajemen/images/doc/journal/penelitian\\_warnet.pdf](http://www.ubm.ac.id/manajemen/images/doc/journal/penelitian_warnet.pdf)).

Kemudahan lain dalam mengakses internet, seperti internet dapat diakses selama 24 jam. Para pengguna internet dapat mengakses internet kapan pun mereka inginkan dan butuhkan. Internet tidak terbatas oleh waktu.

Selain itu, biaya pemakaian internet relatif murah. Bagi mereka yang mengakses internet di warung internet, biaya 1 jam sekitar Rp. 3000. Bagi mereka yang mengakses internet dengan komputer yang terpasang dengan modem jaringan internet, biaya selama 1 bulan sekitar Rp. 195.000. Bahkan bagi mereka yang mengakses internet dengan *server* internet (*hotspot*) tidak dikenakan biaya dan bagi yang mengakses dengan media handphone, kini biaya untuk akses internet hanya Rp 1/kb (Observasi, Juni 2009).

Kemudahan mengakses internet yang berikutnya ialah makin banyak jaringan yang disediakan. Saat ini pilihan jaringan atau *server* internet sudah

cukup banyak, sehingga pengguna internet bebas memilih jaringan yang ingin mereka gunakan. Bagi mereka yang merasa bahwa jaringan yang digunakan lama dalam mengakses internet, mereka dapat mengganti dengan jaringan yang lain.

Dengan kemudahan-kemudahan tersebut, internet dapat diakses oleh siapa saja mulai dari anak-anak hingga orang dewasa. Hampir 64 persen para pengguna internet di Indonesia berada pada usia remaja (<http://www.kreditmart.co.id/2009/03/perilaku-pemakai-internet-indonesia.html>).

Hal tersebut dikarenakan bahwa tahap remaja merupakan tahap dimana mereka sedang mencari identitas diri dan merupakan tahapan yang bermasalah dari segi psikis maupun kehidupan sosial mereka. Dengan menggunakan internet, mereka mampu mengeksplorasi diri mereka dengan menentukan peran, sikap, nilai serta minat yang dimiliki yang menuju pada identitas diri mereka. Hal tersebut didukung secara teoritis oleh Erikson. Identitas diri yang dicari remaja berupa usaha untuk menjelaskan siapa diri mereka, apa peranan mereka dalam masyarakat (Erikson, 1964).

Para pengguna internet tersebut juga dapat melakukan berbagai macam kegiatan dalam mengakses internet. Kegiatan itu antara lain, 49,01 persen yang membaca dan menulis *email* serta mengikuti *mailing list*, 16,56 persen yang *chatting*, 13,91 persen yang berpartisipasi dalam forum tertentu, 6,62 persen yang *browsing* situs penyedia informasi, 6,62 persen yang aktifitas blog, 5,03 persen yang *searching* dengan mesin pencari, 1,99 persen yang mengelola *server* / jaringan, dan 0,26 persen melakukan aktifitas lainnya (<http://blog.rianto.com/?p=7>).

Banyaknya kegiatan yang dapat dilakukan oleh para pengguna internet, mengakibatkan mereka rela berlama-lama menggunakan internet. Di bawah ini merupakan hasil interview via *facebook*<sup>1</sup> kepada beberapa para pengguna internet yang berada di daerah Jakarta, berdasarkan lama penggunaan internet, fasilitas yang digunakan serta tujuan menggunakan internet.

Pengguna internet (A) “Biasanya sehari tiap 4-6 jam gw cek (bkn update loh..). selama ini gw pake *facebook* biar gw bisa lebih deket sama klien aja, toh beberapa klien gw dapat lewat *facebook* juga” (Interview, Juni 2009).

Pengguna Internet (B) “Tergantung kebutuhan tapi sehari gw ga lebih dari 5 jam. Paling klo ga *facebook* ya nyari tugas di *google*<sup>2</sup>” (Interview, Juni 2009).

Pengguna Internet (C) “Klo gw pribadi buka internet tergantung kondisi dan situasi, kira-kira buka internet seminggu bisa lebih dari 4 jam klo dijumlahin. Kadang-kadang buka internet di warnet, kampus, rumah, yah ga tentu lah. Paling sering sih gw *chatting* pake hp di *Mig33*<sup>3</sup>, apalagi klo gw bosan dengerin dosen ngomong, ya gw buka internet aja”. (Interview, Juni 2009).

Dari uraian hasil interview di atas, menunjukkan bahwa terdapat tujuan atau kebutuhan yang berbeda-beda dari para pengguna internet. Ada yang ingin mendapatkan klien, mencari informasi untuk mengerjakan tugas, serta ada yang ingin menghilangkan rasa jenuh dengan *chatting*. Berbagai macam aktivitas dalam menggunakan internet demi memenuhi kebutuhan dari masing-masing pengguna.

---

<sup>1</sup> Facebook adalah website jaringan sosial dimana para pengguna dapat bergabung dalam komunitas seperti kota, kerja, sekolah, dan daerah untuk melakukan koneksi dan berinteraksi dengan orang lain.

<sup>2</sup> Google adalah mesin pencari di Internet dan merupakan nama [search engine](#) di internet.

<sup>3</sup> Mig33 adalah aplikasi chatting di ponsel yang dapat didownload gratis di situs [wap.mig33.com](#) yang dapat diakses dengan ponsel yang memiliki fitur gprs dan java.

Survey yang dilakukan oleh Herlina, dkk, sebelum mereka melakukan penelitian tentang kecenderungan kecanduan internet. Dari keenam subjek penelitian mereka rata-rata menggunakan internet per minggu selama 2 jam sampai dengan 35 jam. Pemakaian terlama selama 48 jam (dalam jurnal psikologi *kontrol diri dan kecenderungan kecanduan internet*, 2004). Hal ini cukup mengkhawatirkan, karena para pengguna internet tersebut rela menghabiskan banyak waktu mereka untuk menggunakan internet.

Hal serupa ditemukan oleh penulis di kawasan Perumnas, Karawaci, Tangerang. Di kawasan tersebut, terdapat sekitar 12 warnet yang telah didirikan dan para pengguna internet yang berada di warnet didominasi oleh para remaja (Observasi, April 2009). Para pengguna internet di kawasan itu rela berlama-lama menggunakan internet, rela menghabiskan banyak biaya untuk menggunakan internet, serta berbagai macam kegiatan dilakukan dalam menggunakan internet.

Di bawah ini merupakan hasil interview tiga orang pengguna internet di warnet kawasan Perumnas, Karawaci, Tangerang. Hasil interview ini berdasarkan kegiatan mereka dalam menggunakan internet, biaya yang dikeluarkan, serta waktu dalam menggunakan internet.

Pengguna internet (D) "Gw hampir tiap hari ke warnet ini, biasanya habis pulang sekolah, habis males kalau langsung pulang ke rumah, paling tidur. Sehari sih paling cuma lima ribu, kalau lebih ya terpaksa ngutang sama masnya, gw dah langganan ini dan juga gw kenal kok ma penjaganya jadi nyantai aja. Biasanya sih gw buka-buka *facebook* atau *friendster*<sup>4</sup>,

---

<sup>4</sup> Friendster adalah sebuah [situs web jaringan sosial](#) yang memberikan fasilitas untuk membuat [profil](#) dan kemudian mengisi data dirinya untuk kemudian mendapatkan akun.

*download-download* lagu dan video, liat jadwal bioskop, *chatting*, ya pokoknya banyak deh” (Interview, Juni 2009).

Pengguna internet (E) ”Gw ga tentu sih main internet di warnet, paling sering lewat *handphone*. Paling main ke warnet seminggu cuma dua kali, itu pun paling lama cuma tiga jam, tapi kalau lewat *handphone* bisa tiap hari. Gw dateng ke warnet karena ga puas aja liat tampilan di *handphone*, kecil, kalo di warnet kan puas liatnya. Kalo main lewat *handphone* paling cuma liat-liat status di *facebook*, ngomentrin status orang lain, terus kirim-kirim pesan deh. Klo di warnet, gw biasanya *upload-upload* foto, nyari bahan buat tugas, *download* lagu, kadang main *games*. Kalo masalah biaya sih relatif, tapi kalo buat main internet di *handphone* gw sebulan bisa habis dua puluh ribu, bahkan lebih” (Interview, Juni 2009).

Pengguna internet (F) ”Gw main hampir tiap malam, biasa gw pake paket begadang biar murah. Tujuh ribu, selama tiga jam. Gw mah main *poker*<sup>5</sup> di *facebook*” (Interview, Juli 2009).

Hasil interview di atas menjelaskan bahwa pengguna internet di kawasan Perumnas, Karawaci, Tangerang pun memiliki kegiatan yang bermacam-macam dalam menggunakan internet, hal ini menunjukkan beranekaragam kebutuhan dari pengguna internet, khususnya para remaja. Para remaja ini rela menghabiskan banyak waktu dan biaya untuk menggunakan internet. Selain itu, internet juga dapat memberikan suatu dampak psikologis bagi para penggunanya, dampak psikologis itu seperti kecanduan internet.

## **B. Identifikasi Masalah**

Saat ini internet mulai digemari oleh banyak orang terutama para remaja sebagai pengguna internet yang paling banyak. Di kawasan Perumnas, Karawaci, Tangerang, internet sudah mulai banyak digemari, hal itu diperjelas dengan banyak berdiri warnet di kawasan tersebut. Hampir setiap hari warnet-warnet

---

<sup>5</sup> Poker adalah permainan kartu remi yang biasanya disertai dengan taruhan.

tersebut selalu dipenuhi oleh para pengguna internet, khususnya para remaja. Para remaja tersebut rela menghabiskan banyak waktu mereka untuk menggunakan internet, bahkan ada yang sampai begadang untuk sekedar menggunakan internet. Biaya yang dikeluarkan pun tidak dapat dibilang kecil jika mereka sering menggunakan internet.

Pada prakteknya, para pengguna internet tersebut banyak melakukan kegiatan yang bermacam-macam dengan tujuan serta kebutuhan yang berbeda-beda satu sama lain. Walaupun melakukan jenis akses internet yang sama belum tentu pengguna internet tersebut memiliki tujuan serta kebutuhan yang sama.

Dari uraian diatas maka rumusan masalah pada penelitian ini adalah bagaimanakah profil kebutuhan pada remaja pengguna internet di warnet kawasan Perumnas, Karawaci, Tangerang ?

### **C. Tujuan Penelitian**

Tujuan dari penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Melihat gambaran umum *needs* pada remaja pengguna internet di warnet kawasan Perumnas, Karawaci, Tangerang.
2. Melihat gambaran *needs* pada remaja pengguna internet di warnet kawasan Perumnas, Karawaci, Tangerang berdasarkan data penunjang.
3. Mengetahui dimensi dominan *needs* pada remaja pengguna internet di warnet kawasan Perumnas, Karawaci, Tangerang.

#### **D. Kegunaan Penelitian**

1. Kegunaan secara teoritis.
  - a. Memberikan kontribusi untuk keilmuan Psikologi, lebih khusus Psikologi Kepribadian untuk dapat mengetahui profil kebutuhan (*need*) yang mendasari para remaja melakukan suatu aktifitas.
  - b. Membuka peluang penelitian lanjutan yang lebih mendalam tentang remaja yang menggunakan internet.
2. Kegunaan secara praktis.
  - a. Memberikan masukan para remaja pengguna internet di Indonesia, khususnya di kawasan Perumnas, Karawaci, Tangerang, tentang kebutuhan (*need*) yang terjadi dalam diri mereka dan dapat direalisasikan agar lebih optimal.
  - b. Masukan dalam segi pengawasan bagi para orang tua yang memiliki anak pada tahapan remaja dalam menggunakan internet terutama pengawasan terhadap kebutuhan yang terjadi pada diri anak mereka.
  - c. Memberikan masukan kepada pihak pengelola warnet agar lebih mengoptimalkan fasilitas internet sesuai dengan kebutuhan yang paling dominan bagi para remaja.

d. Memberikan masukan kepada menteri pemerintahan Indonesia khususnya menteri pemuda dan olahraga agar lebih dapat mengoptimalkan potensi dari para remaja mengenai kebutuhan-kebutuhan yang terjadi dalam diri mereka dan juga bagi menteri komunikasi dan informatika agar lebih dapat mengawasi kemajuan teknologi seperti internet yang dapat memberikan dampak bagi para penggunanya.

#### **E. Kerangka Berpikir**

Setiap individu dalam melakukan aktivitasnya didasari oleh kebutuhan. Kebutuhan tersebut selalu terjadi pada diri manusia baik besar maupun kecil kekuatan kebutuhan tersebut. Kebutuhan tersebut harus direalisasikan agar terjadi kepuasan atas diri mereka. Kebutuhan tersebut yang mengarahkan seorang individu untuk mencari, menghindari, atau apabila bertemu, mengarahkan perhatian dan memberi respon terhadap kebutuhan tersebut. Kebutuhan pada setiap individu itu yang membuat mereka aktif dan terus aktif.

Setiap individu memiliki banyak kebutuhan yang harus mereka realisasikan agar terjadi kepuasan dan kestabilan pada diri mereka. Kadangkala walaupun kebutuhan tersebut sudah terealisasikan tetapi kebutuhan-kebutuhan tersebut akan tetap muncul dan memaksa individu tersebut untuk merealisasikannya kembali. Henry A.Murray menjelaskan tentang kebutuhan-kebutuhan yang terjadi pada diri individu. Kebutuhan-kebutuhan disebut dengan

*needs*. Secara garis besar Murray membagi kebutuhan-kebutuhan (*needs*) tersebut menjadi 4 besar kebutuhan. Kebutuhan itu antara lain kebutuhan yang dimotivasi oleh keinginan untuk mencapai *power*, kekayaan, *prestise*, pengetahuan atau prestasi kreatif; kebutuhan yang dimotivasi oleh afeksi, kekaguman, simpati, cinta dan ketergantungan; kebutuhan yang dimotivasi oleh keinginan akan kebebasan, perubahan, rangsangan dan permainan; dan kebutuhan lain-lain.

Pada kegiatan menggunakan internet, seorang pengguna internet juga dilatarbelakangi oleh berbagai macam kebutuhan (*needs*). Jika dijelaskan dengan konsep kebutuhan (*need*) dari Murray, maka terdapat berbagai macam kebutuhan yang dapat digambarkan. Seperti contoh kebutuhan yang dimotivasi oleh keinginan untuk mencapai *power*, kekayaan, *prestise*, pengetahuan atau prestasi kreatif, kebutuhan ini dapat tercermin dari perilaku mengakses internet untuk mendapatkan sebuah informasi yang dibutuhkan dalam menyelesaikan tugas, misalnya dengan menggunakan *Google*, kebutuhan ini disebut *need achievement*. Pada kebutuhan yang dimotivasi oleh afeksi, kekaguman, simpati, cinta dan ketergantungan, kebutuhan ini dapat tercermin dari seorang pengguna internet yang sedang *chatting* dengan temannya atau untuk mendapatkan teman yang baru, kebutuhan ini disebut *need affiliation*. Untuk kebutuhan yang menginginkan kebebasan, perubahan, rangsangan (*excitement*), kebutuhan ini dapat direalisasikan dengan bermain *games* di internet yang penggunanya bebas memilih berbagai macam *games* yang tersedia di internet untuk sebuah kesenangan, kebutuhan ini disebut *Need Playmirth*. Pada contoh kebutuhan yang lainnya ialah seorang pengguna internet yang menggunakan internet dengan

alasan untuk menenangkan dirinya disaat sedang mempunyai banyak masalah, kebutuhan ini disebut *Need Passivity*.

Pada halaman berikutnya terdapat bagan 1.1 kerangka berpikir untuk lebih memperjelas tentang kebutuhan (*need*) pengguna internet yang menggunakan internet.