

HUBUNGAN INTENSITAS AKSES MEDIA BARU DAN KUALITAS INTERAKSI LINGKUNGAN SEKITAR PADA MAHASISWA UNTAG SURABAYA

Fitri Norhabiba dan Sukma Ari Ragil Putri
fitrinorhabiba@untag-sby.ac.id
Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya

Article Info

Keyword:
new media, computer-mediated communication, environmental interaction, youth, internet

Abstract

The Internet has changed the way people communicate including how internet have used as the tools for producing and distributing the message. In Indonesia, the number of internet user has been increasing, particularly internet user who categorized as the youth. Some research states that the high internet user in this group has the correlation with the low quality of family interaction, the decrease of the social relationship as well as the feeling of lonely. This article tries to support those arguments. By applying the theory of Uses and Gratification and Computer-Mediated Communication (CMC) this article tries to understand the correlation between the intensity of new media access and the quality of interaction of the internet user to the surrounding environmental interaction. The population is a student of Untag Surabaya who representing urban youth. This research involved 388 samples that are taken by using systematic random sampling. The results of the study show that there is a relationship between the intensity of accessing new media to the quality of the surrounding environmental interaction. The test results show that there is positive, strong, and significant correlation $r(388) = 0,759$; and $0.759, p < 0.05$. The higher the intensity of new media access, the higher the interaction of the environment around the students. This study is expected to provide new insights and findings related to the quality of students' social interactions relating to the use of new media.

Copyright © 2018 Interaksi: Jurnal Ilmu Komunikasi.

PENDAHULUAN

Jaringan infrastruktur internet yang memadai dan juga jumlah penduduk Indonesia yang semakin besar, menyebabkan tingginya beragam kebutuhan masyarakat akan informasi. Dalam keseharian, individu tak akan bisa lepas dari media. Setelah kehadiran internet di Indonesia di awal tahun 2000-an, banyak yang memprediksi bahwa pembaca surat kabar cetak akan turun karena pembaca akan beralih pada media online. Pada perkembangannya, generasi muda atau yang berusia dengan rentang 18-30 adalah pengguna

teknologi paling aktif.

Trend pengguna internet terus naik dari tahun ke tahun. Survey yang dilakukan Asosiasi Penyelenggara Jaringan Internet Indonesia (APJII) tahun 2016 menemukan bahwa 132,7 juta dari 256,2 juta penduduk di Indonesia telah terhubung dengan internet. Penyebabnya adalah perkembangan infrastruktur dan mudahnya mendapat smartphone. Tekno.kompas.com (2016) menyebutkan 132,7 juta pengakses internet tersebut, 50,7% mengakses melalui computer dan smartphone, 47,6% mengakses dari smartphone, dan

1,7% mengakses hanya dari computer (<http://tekno.kompas.com/read/2016/10/24/15064727/2016.pengguna.internet.di.indonesia.capai.132.juta.akses.30.Maret.2017.pukul.14.12.WIB>). Sementara itu, survey net index menyebutkan, Kota Surabaya menduduki peringkat keempat yang memiliki koneksi internet cepat di Indonesia setelah Tangerang, Jakarta, dan Bekasi (<http://www.cnnindonesia.com/teknologi/20161024161722-185-167570/pengguna-internet-di-indonesia-didominasi-anak-muda/> akses 30 Maret 2017 pukul 14.30 WIB).

Saat ini dunia memasuki era teknologi komunikasi yang merupakan kelanjutan dari era industri. Menurut Webster (1995: 6-21) masyarakat informasi sebagai dampak dari teknologi komunikasi memiliki beberapa kriteria, yakni *technological*, *economic*, *occupational*, *spatial*, dan *cultural*. Secara *technological*, masyarakat informasi akan bergantung pada inovasi teknologi yang semakin lama semakin berkembang. Secara *economic*, masyarakat informasi akan mempunyai industri informasi terbagi dalam 5 kategori yaitu pendidikan, media komunikasi, mesin informasi, pelayanan informasi, dan kegiatan informasi lain seperti penelitian dan kegiatan sosial.

Ketiga, secara *occupational*, perubahan yang terjadi dalam masyarakat informasi menyebabkan perubahan yang terjadi dalam ketersediaan dan kebutuhan tenaga kerja dalam bidang informasi. Secara *spatial*, masyarakat informasi mempunyai jaringan informasi yang terhubung dengan lokasi dan mempunyai efek pada pengorganisasian waktu dan ruang. Secara *cultural*, masyarakat informasi mengalami perubahan sirkulasi sosial budaya dalam

kehidupan sehari-hari karena informasi yang tersedia di berbagai saluran yang ada.

Temuan baru menunjukkan bahwa pemakaian internet yang lebih tinggi berkaitan dengan berkurangnya hubungan dengan anggota keluarga, menurunnya hubungan sosial di luar keluarga dan meningkatnya depresi dan rasa kesepian. Internet dapat menyingkirkan hubungan sosial dengan bertatap muka langsung (Kraut dalam Zhao, 2006:845). Media baru memiliki karakteristik khusus yaitu kemampuan untuk menciptakan ilusi seperti pada komunikasi tatap muka yang tampak nyata. Inilah yang disebut sebagai interaksi parasosial (McMillan dalam Lievrouw & Livingstone, 2006:170). Terdapat peluang yang timbul dari komunikasi melalui media baru, orang-orang tidak lagi harus berinteraksi secara spesifik (jarak fisik) dengan tujuan berpartisipasi dalam komunikasi dengan masyarakat.

New media kini menjadi bagian yang tak terpisahkan dengan kehidupan sehari-hari. Pengguna usia muda lebih banyak menggunakan karena kemudahan akses dan sudah menjadi gaya hidup. Usia muda ini juga meliputi remaja dan mahasiswa. Demasifikasi adalah kemampuan dari pengguna media untuk memilih dari menu yang luas. Tidak seperti media tradisional, media baru seperti internet menyediakan karakteristik selektivitas yang memungkinkan seseorang menyesuaikan pesan pada kebutuhannya. Pada social media yang dimiliki siswa, mereka banyak menggunakan karena teman-teman yang lain juga menggunakan. Disamping itu pengguna juga tetap dapat beraktivitas sehingga kehadiran internet ini menyebabkan individu menjadi multitasking.

Media baru memiliki karakteristik khusus yaitu kemampuan untuk menciptakan ilusi seperti pada komunikasi tatap muka yang tampak nyata. Inilah yang disebut sebagai interaksi parasosial. (Jensen dalam Leah A.Lievrouw, 2002:98). Tim peneliti dari Carnegie Mellon University (Kraut et al, 2001:464) menemukan bahwa pemakaian internet yang lebih tinggi berkaitan dengan berkurangnya hubungan dengan anggota keluarga, menurunnya hubungan sosial di luar keluarga dan meningkatnya depresi dan rasa kesepian. Internet dapat menyingkirkan hubungan sosial dengan bertatap muka langsung.

Penelitian terdahulu yang telah dilakukan di Kota Semarang pada siswa SMA 5 Semarang menunjukkan bahwa semakin tinggi siswa mengakses internet tidak mengurangi intensitas interaksi dengan keluarga dan teman temannya (Norhabiba, 2015: 2). Penelitian tersebut menggunakan *pearson correlation* dan *systematic random sampling*. Namun penelitian lain yang dilakukan D Fatima Miranti tahun 2013 menemukan bahwa interaksi secara langsung berkurang akibat tingginya mengakses media sosial.

METODOLOGI

Penelitian ini mengambil lokasi di Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya. Lokasi kampus dipilih karena berada di tengah kota dan mewakili profil mahasiswa perkotaan. Populasi dalam penelitian ini adalah mahasiswa Untag Surabaya sejumlah 13849. Sampel yang diambil adalah 388 mahasiswa, sesuai dengan perhitungan rumus slovin, pengambilan sampel dengan *systematic random sampling*. Tipe penelitian adalah deskriptif kuantitatif dimana data yang diambil untuk menggambarkan serta menggeneralisasi potret remaja

perkotaan. Teknik analisis data dengan Pearson's Correlation untuk mengetahui koefisien korelasi atau derajat kekuatan hubungan dan membuktikan hipotesis hubungan antar variable.

KERANGKA KONSEPTUAL

Menurut McKenna dan Bargh (2000) di dalam Guadagno dan Cialdini (2005), media komunikasi berbasis internet ini mempunyai tiga faktor yang membedakannya dengan media komunikasi lain, yaitu (1) Menggunakan *text based nature* saat berinteraksi, menjadikan kehadiran fisik menjadi kurang penting serta membuat individu yang berkomunikasi tidak perlu mempertimbangkan aspek *psychical appearance* saat interaksi berlangsung; (2) Faktor jarak juga tidak lagi menjadi penghalang untuk berinteraksi sehingga media ini mampu mengumpulkan orang-orang dengan minat yang sama walaupun berasal dari lokasi yang berjauhan; (3) Individu mempunyai kontrol atas waktu dan tempat saat interaksi akan dilakukan sehingga batasan melakukan pekerjaan di rumah atau di kantor menjadi samar. Dengan kata lain, dapat dikatakan bahwa *smartphones* telah membuat setiap orang, kapan saja dapat berinteraksi dimana saja dan dengan siapa saja. Hal ini diperkuat dengan asumsi bahwa untuk mencapai 50 juta pengguna, radio memerlukan waktu 38 tahun, 13 tahun untuk televisi, 5 tahun untuk internet (Temporal&Lee, 2002:7).

Asinkronity berarti pesan mungkin dapat diterima serempak dalam waktu tersebut. Pengirim dan penerima pesan elektronik dapat membaca pesan pada waktu yang berbeda dan tetap dapat saling berinteraksi dalam waktu yang baik. Kemampuan individu untuk mengirim, menerima, menyimpan pesan dan dapat

ditunda untuk dilihat kapanpun. Internet memungkinkan untuk menyimpan, menduplikasi, menyetak, atau menyebarkan lagi melalui email. Ketika pesan sudah bisa ditranfer dalam bentuk digital, control pesan ada dalam individu itu sendiri.

New Media merupakan media yang menggunakan internet, media online berbasis teknologi, berkarakter fleksibel, berpotensi interaktif dan dapat berfungsi secara privat maupun secara public (Mondry, 2008: 13).

Salah satu bagian dari *new media* adalah "*Network Society*". "*Network society*" adalah formasi sosial yang berinfstruktur dari kelompok, organisasi dan komunitas massa yang menegaskan bentuk awal dari organisasi dari segala segi (individu, grup, organisasi, dan kelompok sosial).

Perbedaan yang nampak antara media baru dan lama yang jelas mencuat adalah dari segi segi penggunaannya secara individual yang diungkapkan oleh McQuail(2000:127) melalui tingkat interaktif penggunaan media yang diindikasikan oleh rasio respon pengguna terhadap pengirim pesan, tingkat sosialisasi pengguna dimana media baru lebih bersifat individual dan bukan bersifat interaksi sosial secara langsung, tingkat kebebasan dalam penggunaan media, tingkat kesenangan dan menariknya media yang digunakan sesuai keinginan serta tingkat privasi yang tinggi untuk penggunaan media baru.

Menurut McQuail dalam bukunya Teori Komunikasi Massa (2011:43) ciri utama media baru adalah adanya saling keterhubungan, aksesnya terhadap khalayak individu sebagai penerima maupun pengirim pesan, interaktivitasnya, kegunaan yang beagam

sebagai karakter yang terbuka, dan sifatnya yang ada dimana mana.

Karakteristik anak muda adalah masih mencari identitas, haus informasi, emosional, dan memengaruhi orang orang di sekitarnya bahkan cenderung ekstrim. Pemuda merupakan pemilik dan pengakses social media terbesar, memiliki efek yang sangat besar, dan merespon cepat (Yunarto dalam Tasrief, 2013).

Internet telah membawa banyak perubahan bagi masyarakat. Sebagai new media, internet tidak hanya memiliki fungsi sebagai alat produksi dan distribusi pesan sebagaimana media tradisional lainnya, namun juga sebagai media penyimpanan pesan (McQuail, 2010:135). Tren pembaca media di internet semakin naik, apalagi untuk kalangan muda.

Komunikasi antar individu di era internet ini mampu menukarkan pesan, suara, gambar, video melalui website interaktif, email, dan forum. Seperti yang dinyatakan oleh Mark Poster bahwa internet adalah media yang menyediakan alternative untuk model serempak, yang di dalamnya termasuk produser, distributor, dan konsumennya. Budaya digital merupakan formasi sosial yang memproduksi secara eksklusif melalui ikatan antara informasi dan teknologi komunikasi (Bury dalam Littlejohn&Foss, 2009:309). Istilah lain dari hal ini adalah budaya cyber, komunitas virtual, komunitas *online*, atau komunitas internet.

Ada tiga perspektif yang mengkaji tentang CMC seperti yang diungkapkan oleh Joseph Walther (1996), yakni: impersonal, interpersonal, hyperpersonal. Perspektif impersonal memandang bahwa komunikasi *online* kurang mendukung aspek personal karena saluran internet tidak mengakomodasi sinyal nonverbal

yang dibutuhkan dalam menjalin interaksi interpersonal. Ketika kita melakukan komunikasi secara tatap muka, kita cenderung lebih banyak menggunakan bahasa nonverbal untuk berkomunikasi, seperti nada suara, raut wajah, intonasi, jarak, dsb. Namun dalam komunikasi online, kita kesulitan untuk menunjukkan tanda-tanda nonverbal tersebut.

Teori yang mendukung perspektif interpersonal adalah *Social Presence Theory* (teori kehadiran sosial) seperti yang diungkapkan oleh Short, Willias, & Christie (1976). *Social presence* (kehadiran sosial) adalah derajat dimana seseorang menerima orang lain pada kenyataan sesungguhnya yaitu sebagai individu dan seluruh interaksi yang terdapat didalamnya terdapat nilai-nilai ikatan hubungan saling timbal balik. Teori ini mengasumsikan saluran media yang berbeda akan membawa perbedaan pada substansi nilai-nilai yang ada pada proses interaksi. Derajat dari nilai-nilai yang mengakomodasi ikatan ini tergantung pada jumlah informasi nonverbal yang nampak di saluran yang digunakan.

Berbeda dari dua perspektif sebelumnya yang mempermasalahkan bahasa nonverbal, perspektif ini justru menganggap bahwa tidak adanya nonverbal justru membantu dalam berinteraksi. Komunikasi hiperpersonal terjadi ketika seseorang merasa nyaman untuk mengekspresikan diri mereka sendiri dalam saluran komunikasi melalui media daripada komunikasi langsung.

PEMBAHASAN

Rata rata pengeluaran mahasiswa per bulan adalah Rp 1.000.000,00. Mereka sebanyak 33,7% menghabiskan waktu berinteraksi dengan lingkungan

sekitar lebih dari 2 jam per hari. Waktu berinteraksi dengan keluarga juga lebih dari 2 jam per hari, sebanyak 28,5% menyatakan hal tersebut, sementara yang lain bervariasi antara 30 menit hingga 1 jam 15,1%, 60 hingga 90 menit 24,5%. Mahasiswa juga menyatakan bahwa internet kadang membantu mengambil keputusan, sebesar 45,4% menyatakan demikian.

Semua responden menyatakan suka menggunakan internet. Sebesar 70,2% menyatakan banyak *emoticon* social media yang menggambarkan apa yang ingin disampaikan. Kehadiran fisik menjadi kurang penting dalam interaksi dengan teman maupun keluarga sebanyak 50,4% menyatakan netral. Faktor jarak teratasi dengan hadirnya internet sebesar 56,1% setuju.

Mereka juga mengakui bahwa internet mendekatkan yang jauh namun internet juga menjauhkan yang dekat. Sebanyak 67,1% mahasiswa menyatakan bahwa mereka bertemu dengan teman teman/komunitas yang sama melalui media sosial. Hadirnya internet menjadikan mereka mengetahui informasi terkini, sebanyak 72,8% mahasiswa merasa setiap individu menjadi lebih terbuka di media sosial. Dengan hadirnya internet, mereka mampu mencari banyak informasi umum bahkan informasi individu yang sifatnya rahasia.

Kecepatan respon dari adanya internet diakui oleh 73,1% responden, untuk fungsi memudahkan aktivitas sebesar 80,2% menyatakan setuju. Dengan demikian 73,4% responden menyatakan merasa menjadi masyarakat digital. Namun meskipun mereka menyatakan menjadi masyarakat digital, bagi

mahasiswa 64,8% menyatakan lebih puas ketika berinteraksi langsung dibanding melalui media sosial, sementara 50,4% sebaliknya. Mahasiswa juga setuju bahwa batasan antara ruang publik dan privat menjadi kabur, 82,2% setuju. Hadirnya media sosial membuat mereka menjadi lebih solid, 80,4% responden menyatakan hal tersebut. Mahasiswa yang merasa solid tanpa social media 84%. Adanya internet juga menjadikan mereka lebih produktif, sebesar 77% setuju. Terbukti bahwa 81,2% responden setuju langsung membalas pesan yang masuk ke media sosial mereka.

Hasil korelasi kedua variabel dapat digambarkan dalam tabel berikut:

Tabel 1 Hasil Korelasi Intensitas Akses Media Baru dan Interaksi Lingkungan Sekitar

Correlations

		In- tensi- tas Akses Media Baru	In- terak- si Ling- kung- an Seki- tar
Intensitas Akses Media Baru	Pearson Correla- tion Sig. (2-tailed) N	1 388	.759* .000 388
Interaksi Lingkungan Sekitar	Pearson Correla- tion Sig. (2-tailed) N	.759* * .000 388	1 388

** . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

Hasil pearson correlation memperlihatkan bahwa ada hubungan yang positif, kuat, dan signifikan antara intensitas akses media baru, interaksi lingkungan sekitar, $r(388)=0,759$ dan $0,759$, $p<0,01$. Jadi dapat

disimpulkan bahwa semakin tinggi akses media baru, semakin tinggi pula intensitas berinteraksi dengan lingkungan sekitar. Kehadiran internet justru dirasakan memudahkan aktivitas sehari-hari tanpa mengurangi kualitas interaksi.

PENUTUP

Hasil penelitian menunjukkan bahwa kehadiran internet yang dirasakan justru akan mengurangi kualitas interaksi lingkungan sekitar, pada penelitian ini tidak demikian. Waktu untuk mengonsumsi internet lebih dari 2 jam namun waktu untuk berinteraksi juga sama. Hadirnya internet juga menambah teman baru dengan minat yang sama. Mahasiswa puas dengan adanya internet memudahkan aktivitas bahkan menambah kesolidan. Hal yang menarik dari gambaran remaja perkotaan, waktu untuk interaksi dengan teman sedikit lebih banyak dibandingkan dengan keluarga. Selain itu, kebersamaan juga muncul dengan adanya media social. Sehingga kualitas interaksi yang tercipta justru dengan lingkungan yang sering dijumpai, yakni mereka yang sama-sama pengguna aktif media social. Lebih lanjut, penelitian ini juga menekankan bahwa remaja perkotaan yang diidentifikasi sebagai pengguna internet, pada dasarnya tidak melupakan interaksi dengan lingkungan sekitar.

Penelitian ini kurang membahas mendetail jenis interaksi dengan keluarga atau lingkungan sekitar. Untuk itu, penelitian selanjutnya berfokus pada pembahasan tentang kualitas interaksi dengan keluarga dan teman.

DAFTAR PUSTAKA

- Bury, Rhiannon. (2009). Digital Divide dalam Stephen W Littlejohn & Karen A. Foss (eds). *Encyclopedia of Communication Theory*. (309-310). London: Sage
- Eriyanto. *Teknik Sampling Analisis Opini Publik*. Yogyakarta: Lkis
- Griffin, Em. (2012). *A First Look at Communication*. New York: Mc Graw Hill
- Kriyantono, Rahmat. (2006). *Teknik Praktis Riset Komunikasi*. Jakarta: PT Kencana Prenada Media
- Kusumadewi, Niken O. (2010). *Pengalaman Komunikasi Orangtua dan Remaja Dalam Memahami Dampak Penggunaan Situs Jejaring Social Facebook*. Skripsi. Universitas Diponegoro
- McQuail, Denis. 2010. *Mcquail's Mass Communication Theory*. 5th ed. Sage Publications: London
- Mondry. (2008). *Pemahaman Teori dan Praktik Jurnalistik*. Bogor: Ghalia Indonesia
- Niranti, D Fatima. (2013). *Pola Perilaku Pengguna Facebook (Studi Deskriptif Kualitatif Tentang Motivasi Pengguna di Kalangan Pelajar SMA dalam Komunitas Facebook Tawangmangu Adem*. Jurnal FKIP UNS vol 3 no 1 2013
- Norhabiba, Fitri. (2015). *Akses Media Baru Oleh Remaja SMA Kota Semarang dan Hubungannya Dengan Interaksi Dengan Lingkungan Sekitar Pada Siswa Kelas X SMA 5 Kota Semarang*. Jurnal Interaksi vol 4 no 2 Juli 2015, halaman 30-40.
- Pengguna Internet di Indonesia Capai 132 Juta. <http://tekno.kompas.com/read/2016/10/24/15064727/2016.pengguna.internet.di.indonesia.capai.132.juta> akses 30 Maret 2017 pukul 14.12 WIB
- Pengguna Internet di Indonesia Didominasi Anak Muda. <http://www.cnnindonesia.com/teknologi/20161024161722-185-167570/pengguna-internet-di-indonesia-didominasi-anak-muda/> akses 30 maret 2017 pukul 14.30 WIB
- Ronald E Rice. (2002). Primary Issues in Internet Use: Acces, Civic, and Community Involvement, and Social Interaction and Expression dalam Leah A Lievrouw & Sonia Livingstone (eds). *Handbook of New Media*. (105-130). London: Sage Publications.
- Sally J McMillan. (2002). Exploring Model of Interactivity from Multiple Research Traditions: Users, Documents, and Systems dalam Leah A Lievrouw & Sonia Livingstone (eds). *Handbook of New Media*. (163-182). London: Sage Publications.
- Severin, Werner J., Tankard, James W. Jr. 2001. *Teori komunikasi : Sejarah, Metode & Terapan di dalam Media Massa*, (5th ed.). Prenada: Jakarta
- Shanzang Yao. (2006). *Do Internet Users Have More Social Ties?*. Journal of Computer Mediated Communication, vol 11, halaman 844-862.
- Singarimbun, Masri. (1982). *Metode Penelitian Survei*. Jakarta: LP3ES.
- Stafford, T. F., Stafford, M. R. and Schkade, L. L. (2004). *Determining Uses and Gratifications for the Internet*. *Decision Sciences*, vol 35 2000, halaman 259-288.
- Sugiyono. (2002). *Statistika Untuk Penelitian*. Bandung: Alfabeta.

Tarmizi, Tasrief (Ed). 2013, "Pengamat nilai pemuda
pengaruhi kemenangan pemilu 2014",
Antaraneews.com, [http://www.antaraneews.com/
berita/353456/pengamat-nilai-pemuda-pengaruhi-
kemenangan-pemilu-2014](http://www.antaraneews.com/berita/353456/pengamat-nilai-pemuda-pengaruhi-kemenangan-pemilu-2014) akses 31 Maret 2017 pukul
16.32 WIB

Temporal, Paul, K.C. Lee. 2001. *Hi-Tech Hi Touch
Branding*. Jakarta: Salemba Empat

Thomas E Ruggiero. (2000). *Uses and Gratifications
Theory in the 21st Century*. Mass Communciation and
Society, vol 3 no 1 2000, halaman 3-37.