

Perilaku Remaja Pengguna Facebook Berdasarkan Perspektif Gender

Dhyah Ayu Retno Widayastuti dan Nobertus Ribut Santoso

Dosen Program Studi Ilmu Komunikasi Universitas Atma Jaya Yogyakarta

Email: ayu_cahindu@yahoo.com

Abstract

The objective of this research was to understand the reality of teenagers in Yogyakarta using Facebook by using polling research design. Sample survey method was used to get the data from the respondents. The samples were 100 respondents who could represent the population. This research was conducted at SMA BOPKRI 2 Yogyakarta. The findings of the research were (1) High school teenagers both boys and girls have the same tendency in using internet; browsing to obtain the information in order to do their tasks and accessing social networks, (2) The trend in accessing social networks either boys or girls was Facebook, (3) Activity undertaken on Facebook either boys or girls was playing online game, (4) Both boys and girls used Facebook to interact with friends, (5) The media type used to access the internet was a laptop. However, if it was seen from media ownership to access internet, mobile phone was higher than laptop, (6) In term of the place to access internet, boys tend to access the internet at home whereas girls tend to access internet at school. The findings showed, based on the sex, the trend of using Internet between boy and girl was equal. Based on gender perspective, the reality of internet usage provides equal opportunities for boys and girls to access the facilities that were available on internet.

Keywords: internet, teenagers, gender, uses and gratification theory

Abstraksi

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk memahami realitas remaja di Yogyakarta menggunakan Facebook dengan menggunakan rancangan penelitian polling. Metode survei sampel digunakan untuk mendapatkan data dari responden. Sampel adalah 100 responden yang bisa mewakili populasi. Penelitian ini dilakukan di SMA BOPKRI 2 Yogyakarta. Temuan penelitian ini adalah (1) remaja SMA baik laki-laki dan perempuan memiliki kecenderungan yang sama dalam menggunakan internet; Browsing untuk memperoleh informasi dalam rangka untuk melakukan tugas-tugas mereka dan mengakses jaringan sosial, (2) Kecenderungan dalam mengakses jaringan sosial baik anak laki-laki atau perempuan adalah Facebook, (3) Kegiatan yang dilakukan di Facebook baik anak laki-laki atau perempuan sedang bermain game online, (4) Kedua anak laki-laki dan perempuan menggunakan Facebook untuk berinteraksi dengan teman-teman, (5) jenis media yang digunakan untuk mengakses internet adalah laptop. Namun, jika dilihat dari kepemilikan media untuk mengakses internet, ponsel lebih tinggi dari laptop, (6) Dalam hal tempat untuk mengakses internet, anak laki-laki cenderung untuk mengakses internet di rumah sedangkan anak perempuan cenderung mengakses internet di sekolah. Temuan menunjukkan, berdasarkan jenis kelamin, kecenderungan menggunakan internet antara anak laki-laki dan perempuan adalah sama. Berdasarkan perspektif gender, realitas penggunaan internet memberikan kesempatan yang sama bagi anak laki-laki dan perempuan untuk mengakses fasilitas yang tersedia di internet.

Kata kunci: internet, remaja, gender, teori uses dan gratifikasi

Pendahuluan

Era perkembangan jejaring sosial merupakan perkembangan dari adanya teknologi berbasis internet

yang semakin pesat penggunaannya. Jejaring sosial telah mempermudah para penggunaannya untuk berinteraksi orang lain misalnya dengan teman, kolega, orang tua, maupun saudara. Beberapa studi yang fokus pada

kajian mengenai *facebook* maupun SNSs lainnya menunjukkan bahwa pengguna sosial media ini dapat meningkatkan kesejahteraan sosial (Gudelunas, 2012: 348). *Facebook* yang merupakan salah satu dari berbagai jejaring sosial memiliki tingkat pengguna yang tinggi dan perkembangan situs ini cukup luar biasa di dunia.

Berdasar data dari Kementerian Komunikasi dan Informatika (Juni 2012) Indonesia menduduki peringkat ketiga terbesar di dunia untuk jumlah pengguna *Facebook*. Bahkan negara dengan jumlah populasi penduduk yang diproyeksikan mencapai menjadi 273,2 juta pada tahun 2025 (www.datastatistik-indonesia.com) ini pernah menduduki peringkat kedua setelah Amerika. Jumlah inipun mengalami perubahan pada penghujung tahun 2012, berdasar data statistik peningkatan mencapai 17,18 %. Pada tahun, Indonesia masih menduduki urutan keempat setelah Amerika Serikat, Brazil, dan India (www.checkFacebook.com).

Tabel. 1

Data Pengguna Facebook di Dunia

No	Nama Negara	Jumlah Pengguna Facebook
1	United States	163.071.460
2	Brazil	66.552.420
3	India	62.963.440
4	Indonesia	47.165.080
5	Mexico	39.945.620

Sumber: www.checkFacebook.com

Secara spesifik apabila ditinjau dari karakteristik pengguna berdasarkan usia, kecenderungan pengguna *Facebook* adalah masyarakat berusia muda. Hal ini bisa diamati dari hasil survei terhadap 2.000 responden yang dilakukan oleh yahoo dan Taylor Nelson Sofres (TNS) Indonesia yang menunjukkan sebesar 64 persen pengguna adalah responden yang berusia antara 15 s.d 19 tahun dan diikuti oleh usia 20 s.d 24 tahun dengan persentase 42 persen (<http://nasional.kompas.com>). Realitas inilah yang kemudian lebih familiar dikenal dengan istilah *digital native*.

Berangkat dari realitas ini, penulis tertarik untuk memberikan kontribusi bagi masa depan para *digital native* ini. Penulis bermaksud mendeskripsikan kebiasaan bermedia para *digital native* di Indonesia, khususnya Yogyakarta. Kecenderungan penelitian serupa mengenai internet dan remaja sudah banyak dilakukan sehingga peneliti cenderung akan menggali realitas berdasarkan perspektif gender. Hal ini didasarkan atas realitas yang ada bahwa pola konsumsi media antara laki-laki dan perempuan memiliki per-

bedaan. Awalnya perempuan memiliki keterbatasan dalam akses media dibandingkan dengan intensitas akses media oleh laki-laki. Seiring perkembangannya justru perempuan lebih dominan dalam mengakses internet (www.kompas.com). Harapannya, makalah ini memberikan kontribusi terhadap kebutuhan mengenai kebiasaan bermedia remaja melalui penyajian data remaja di SMA BOPKRI 2 Yogyakarta yang representatif baik dalam skala lokal maupun nasional dapat diwujudkan melalui pemetaan yang tepat berdasarkan perspektif gender.

New Media dan Remaja

Realitas ini bermula dari maraknya perkembangan teknologi komunikasi dan informasi yang diikuti oleh berkembangnya penggunaan internet. Inilah yang selanjutnya dikenal sebagai media baru (*new media*). Sebuah pengemasan pesan dengan jaringan komputer berbasis internet sebagai saluran distribusinya. Flew (2002) memandang media baru sebagai produk budaya yang tidak terlepas dari kehidupan sosial masyarakat termasuk di dalamnya dampak yang ditimbulkan dalam penggunaannya.

Media baru muncul dari inovasi-inovasi media lama yang kurang relevan lagi dengan teknologi yang berkembang saat ini. Definisi menurut Terry Flew (2002: 10), *new media* didefinisikan sebagai “*form of media content that combines and integrated data, text, sound, and images of all kinds; are stored in digital format; and are increasingly distributed through networks*”. Flew menekankan media baru pada bentuk atau format isi media yang dikombinasi dan diintegrasikan data, teks, suara, gambar, dan sebagainya dalam format digital.

Karakteristik media baru diantaranya (1) Bentuk pengalaman baru dalam teks, hiburan, kesenangan, dan pola dari konsumsi media; (2) Cara baru dalam merepresentasikan dunia seperti halnya interaktif media; (3) Bentuk hubungan baru dari identitas maupun komunitas dalam berinteraksi baik dalam waktu, ruang, dan tempat; (4) Bentuk konsepsi baru dari hubungan manusia secara biologis dengan teknologi media; (5) Pola baru dalam organisasi dan produksi, sebuah integrasi dalam media seperti budaya, industri, ekonomi, akses informasi, kepemilikan, kontrol, dan undang-undang (Lister, 2003, Syaibani, 2011).

Media baru yang berkembang dan seolah secara revolusi hadir di khalayak yaitu jejaring sosial. Jejaring menunjukkan jalan dimana mereka berhubungan karena kesamaan sosialitas, mulai dari mereka yang

dikenal sehari-hari sampai dengan keluarga. Di antara perkembangan jejaring sosial, *Facebook* telah mendominasi kehidupan khalayak.

Facebook merupakan salah satu bentuk jejaring sosial yang memungkinkan individu berinteraksi dengan individu yang lain. Disebut jejaring sosial karena *Facebook* memungkinkan penggunaannya terjalin tidak hanya satu melainkan beberapa jaringan. Sebagai situs jejaring sosial, *Facebook* sangat populer di kalangan remaja bahkan anak-anak.

Remaja merupakan cerminan kehidupan yang penuh dengan perubahan, usia yang bisa dikatakan sebagai masa transisi dan penuh dengan gejolak kehidupan. Kata remaja berasal dari bahasa Latin, yakni *adolescere* yang berarti “to grow” atau “to grow maturity” (Santrock, 2007: 5). Menurut Anna Freud remaja merupakan suatu masa di mana terjadi proses perkembangan meliputi perubahan-perubahan yang berhubungan dengan psikoseksual (Hurlock, 1991).

Uses & Gratification Theory

Uses and Gratification Theory menyangkut efek media pada khalayak. Sesuatu yang dianggap lain dari teori ini adalah cara pandang di dalamnya yang lebih memusatkan diri pada aktivitas khalayak. Hal semacam ini tidak lazim terjadi. Biasanya teori yang ada melihat efek media pada khalayak, dimana pengaruh media selalu berlangsung dari sumber (media) pada khalayak. Namun konsep yang muncul dalam *Uses and Gratification Theory* adalah sebaliknya. Ini merujuk pada pendapat Katz dan Blumer (1974), “ask not what the media do to people, but ask what people do the media”. Hal ini jelas bahwa tidak lagi memandang apa yang dilaksanakan media terhadap khalayak, tetapi apa yang dilakukan khalayak terhadap media.

Selanjutnya *Uses and Gratification Theory* secara jelas digambarkan dalam model U & G Palmgreen. Model ini didasarkan pada teori nilai dan harapan (*expectancy-value approach*). Individu memiliki orientasi/kebutuhan berdasarkan harapan-harapan dan evaluasi yang mereka lakukan. Penelitian *uses and Gratification* menggambarkan bagaimana khalayak tertarik dalam mengonsumsi media dan kepuasan yang dicari berbanding dengan kesenjangan (diskrepansi) antara dengan kepuasan yang diperoleh (Rubin, 2009, Sundar, et all, 2013: 504).

Gratification Sought (GS) merupakan kepuasan yang dibayangkan akan diterima seseorang jika ia menggunakan media massa tertentu. Sedangkan

Gratification Obtain (GO) merupakan kepuasan yang diperoleh seseorang setelah ia menggunakan media tersebut. Dalam hal menyangkut GS, dianggap tidak ada perbedaan antara bentuk jenis media massa yang satu dengan yang lain. GS banyak dipengaruhi oleh harapan-harapan khalayak yang diabstraksikan dari pengalamannya dengan berbagai bentuk dan jenis media massa. Dalam GO, preferensi materi favorit yang disajikan media massa tertentu dianggap tidak memiliki perbedaan bagi individu satu dengan yang lain (Sundar, et all, 2013: 506).

Perspektif Gender

Gender merupakan atribut yang dilekatkan secara sosial maupun kultural, baik pada laki-laki maupun perempuan. Gender bukan merupakan kodrat, tetapi merupakan konstruksi sosial, budaya, agama, dan ideologi tertentu yang mengenal batas ruang dan waktu sehingga gender sangat tergantung pada nilai-nilai masyarakat dan berubah menurut situasi dan kondisi (Faqih, 2001: 28-29).

Gender dibentuk oleh aspek sosial dan tidak bisa dilepaskan oleh budaya media yang perkembangannya semakin pesat. Budaya media (*media culture*), seperti yang dituturkan oleh Kellner (1996:164) menunjuk pada suatu keadaan yang tampilan audio visual atau tontonan-tontonannya yang telah membantu merangkai kehidupan sehari-hari, mendominasi proyek proyek hiburan, membentuk opini politik dan perilaku sosial, bahkan memberikan suplai materi untuk membentuk identitas seseorang. Media cetak, radio, televisi, film, internet, dan bentuk-bentuk akhir teknologi media lainnya telah menyediakan defenisi-defenisi untuk menjadi laki-laki atau perempuan, dan membedakan status-status seseorang berdasarkan kelas, ras, maupun seks (Hartiningsih, 2003).

Gender tidak hanya dipahami dan dipakai sebagai satu kategori sosial seperti dipaparkan di atas dan alat analisis untuk melihat perempuan dalam relasinya dengan laki-laki dalam masyarakat. Dalam daratan yang abstrak gender dipahami dengan arti “ideologi” untuk menerangkan realitas sosial yang menempatkan perempuan dan laki-laki dalam peran dan posisi yang berbeda. Alice Schelegel (Britgitta, 1997) memberi pengertian:

“Ideologi gender menyangkut bagaimana perempuan dan laki-laki dipersepsi, dinilai, dan diharapkan untuk bertingkah laku, berdasarkan jenis kelaminnya atau gendernya berdasarkan atribut feminin dan maskulin. Sehingga ideologi gender dipahami

sebagai segala aturan, nilai, kepercayaan, stereotipe, yang mengatur hubungan laki-laki dan perempuan melalui pembentukan identitas feminin dan maskulin oleh kelompok masyarakat tertentu yang berkuasa dalam masyarakat”.

Terbentuknya “ideologi” gender dan fakta ketimpangan gender yang diterima sebagai suatu realitas oleh sebagian besar perempuan maupun laki-laki. Menurut Humphrey (Britgitta, 1997), kenyataannya “ideologi” gender yang dikonstruksi masyarakat menempatkan perempuan sebagai jenis kelamin kelas dua. Pendefinisian kerja yang merupakan manifestasi ideologi gender dalam sistem sosial yang patriarki diterjemahkan dalam praktek institusi ekonomi (sistem perekonomian publik) dan rumah tangga. Laki-laki diorientasikan ke bidang publik, sebagai kepala keluarga, bertanggung jawab memenuhi ekonomi keluarga, yang dianggap mempunyai nilai sosial-ekonomis tinggi, sebagai institusi utama dalam masyarakat modern. Sedangkan perempuan pada bidang domestik (bertanggung jawab terhadap pemeliharaan keluarga dan tugas dalam rumah tangga) yang dianggap kurang mempunyai nilai sosial-ekonomi. Pendefinisian kerja seperti merupakan manifestasi ideologi gender dalam sistem sosial yang patriarki (Britgitta, 1997: 14-16; 38).

Terkait dengan perkembangan media, khususnya internet yang tidak bisa dibendung lagi, keberadaannya sangat kuat dalam mengkonstruksi bagaimana laki-laki dan perempuan seharusnya berperilaku. Hal ini tentunya akan mengkotak-kotakan situs-situs apa yang diakses dan untuk keperluan apa mereka mengakses internet. Realitas ini menarik untuk dilihat lebih jauh bagaimana penggunaan internet berdasarkan perspektif gender.

Metode Penelitian

Desain penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah *polling*. *Polling* adalah suatu kerja pengumpulan pendapat umum dengan menggunakan teknik dan prosedur ilmiah. Cellinda C. Lake mendefinisikan *polling* sebagai cara sistematis, ilmiah dan terpercaya, mengumpulkan informasi dari sampel orang yang digunakan untuk menggeneralisasikan pada kelompok atau populasi yang lebih luas darimana sampel itu diambil. Dalam hal ini, desain penelitian *polling* merupakan suatu pengukuran pada satu waktu untuk mengetahui sikap, perilaku, kepercayaan, dan hubungan diantara semua parameter (Eriyanto, 1999: 75-76).

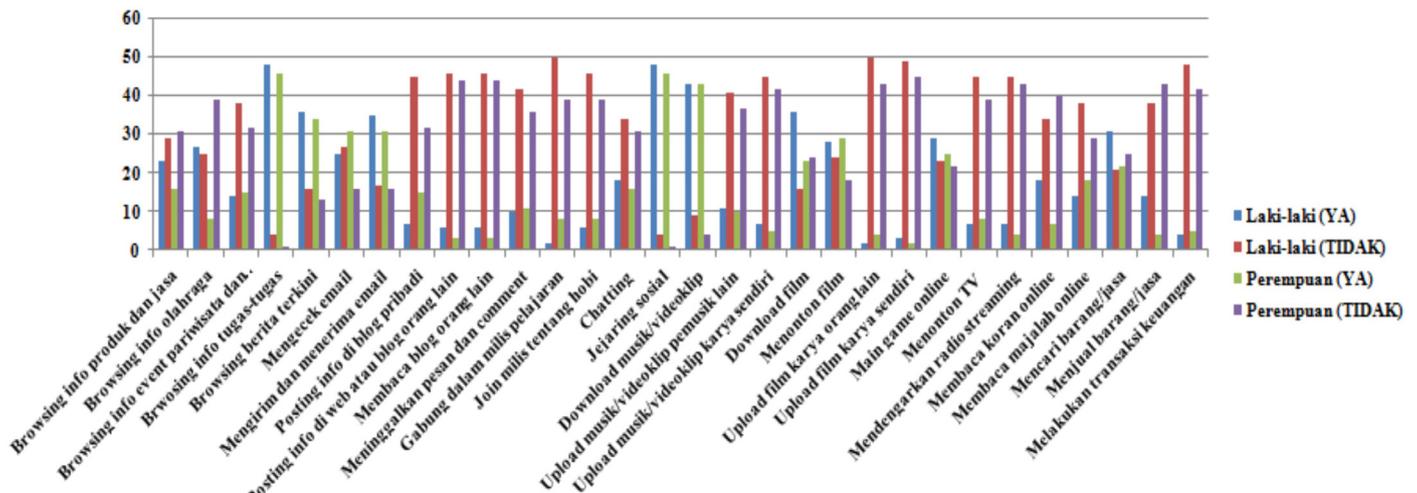
Penelitian ini merupakan tipe penelitian non-generalisasi karena penelitian hanya menjelaskan sampel penelitian. Ia tidak dapat digunakan untuk menggambarkan populasi yang lebih luas (Eriyanto, 1999:70). Penelitian bertujuan untuk menggambarkan keadaan perilaku tertentu bisa dilakukan dengan menggunakan studi kelompok kecil, wawancara mendalam, informan kunci, dan studi non-probabilitas. Dalam penelitian ini menggunakan sampel non-probabilitas, dimana pengambilan sampel tidak memperhitungkan hukum acak. Seseorang terpilih sebagai sampel bukan karena pertimbangan hukum matematis tetapi karena subjektifitas peneliti.

Peneliti menentukan SMA BOPKRI 2 Yogyakarta sebagai sampel penelitian karena (1) Siswa di sekolah ini menggambarkan realitas siswa dengan karakteristik sebagai remaja pengguna internet; (2) Populasi siswa di SMA BOPKRI 2 Yogyakarta memenuhi kriteria berdasarkan jenis kelamin yakni terdapat siswa laki-laki dan perempuan dimana terdapat populasi sebanyak 395 siswa. Menurut Roscoe, ukuran sampel yang layak dalam penelitian adalah sebanyak 30 sampai dengan 500 (Sugiyono, 2008: 129). Berdasar rujukan tersebut, peneliti menentukan sampel sebanyak 100 siswa dari populasi yang ada.

Hasil Penelitian

Data dalam penelitian ini diperoleh berdasarkan hasil kuisioner yang disebabkan ke 100 responden. Berdasarkan 100 kuisioner yang disebarkan, terdapat satu responden yang tidak memberikan respon, artinya tidak memberikan jawaban pada setiap pertanyaan yang muncul di kuisioner. Jadi data yang dinyatakan valid untuk digunakan dalam penelitian ini berasal dari 99 responden. Responden yang ditentukan adalah siswa SMA BOPKRI 2 Yogyakarta kelas X dan XI yang *notabene* memiliki karakteristik sesuai yang ditentukan oleh peneliti diantaranya aktif sebagai pengguna internet, aktif di jejaring sosial. Peneliti mencoba membuat klasifikasi data berdasarkan jenis kelamin untuk melihat kecenderungan penggunaan media antara perempuan dan laki-laki.

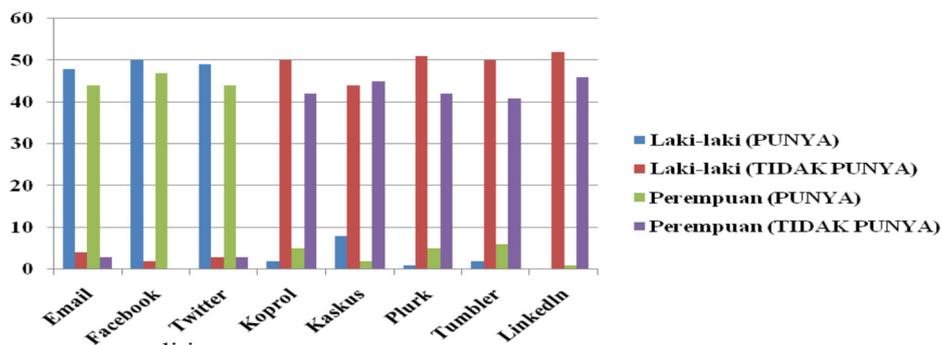
Grafik 1
 Prosentase Informasi yang Dicari ketika Menggunakan Internet



Sumber : olah data temuan penelitian

Responden laki-laki maupun perempuan memiliki kecenderungan yang sama dalam menggunakan internet yaitu digunakan untuk *browsing* mendapatkan informasi mengerjakan tugas-tugas dan dalam rangka mengakses jejaring sosial (misalnya: Facebook, Twitter, Koprol, dll).

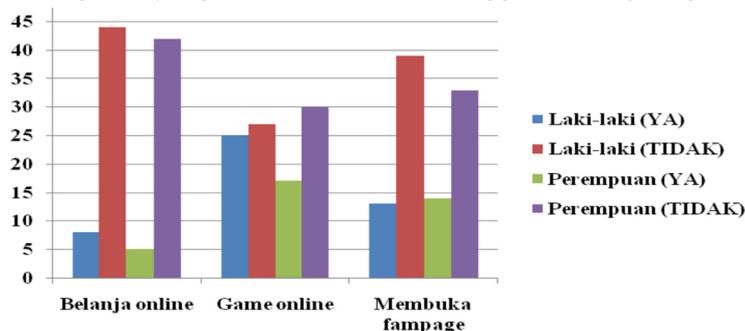
Grafik 2
 Prosentase Jenis Jejaring Sosial yang Digunakan ketika Menggunakan Internet



Sumber : olah data temuan penelitian

Garfik 2 menunjukkan bahwa dari berbagai jejaring sosial yang ada, kecenderungan terbesar dalam mengakses jejaring sosial baik pada laki-laki dan perempuan adalah Facebook.

Grafik 3
 Prosentase Kegiatan yang Dilakukan ketika Menggunakan Jejaring Sosial Facebook

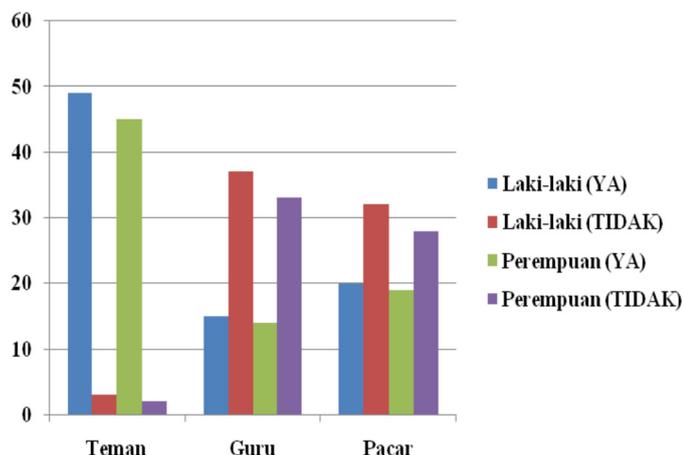


Sumber : olah data temuan penelitian

Grafik 3 menunjukkan kegiatan yang dilakukan saat menggunakan jejaring sosial Facebook. Aktivitas dominan yang dilakukan di jejaring sosial Facebook baik responden laki-laki maupun perempuan adalah game online.

Grafik 4

Prosentase Interaksi yang Dilakukan ketika Menggunakan Jejaring Sosial Facebook

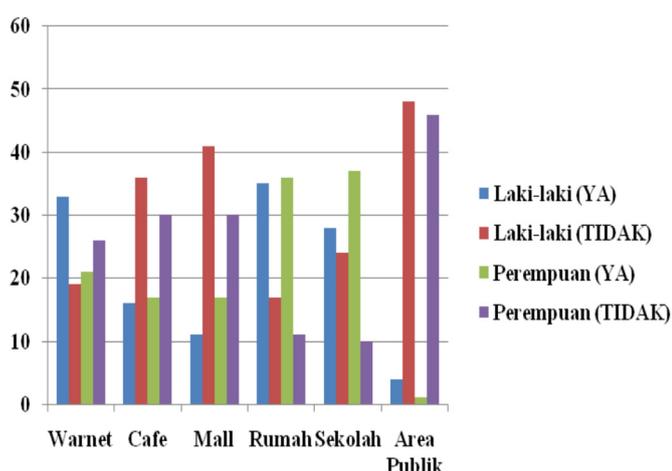


Sumber : olah data temuan penelitian

Grafik 4 menunjukkan interaksi yang dilakukan ketika responden membuka Facebook. Interaksi yang dibangun pada saat menggunakan Facebook baik remaja laki-laki dan perempuan yaitu interaksi dengan teman.

Grafik 5

Prosentase Tempat yang Digunakan untuk Mendapatkan Fasilitas dalam Mengakses Internet



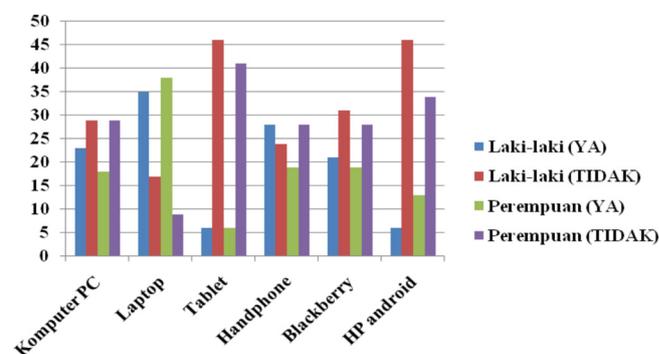
Sumber : olah data temuan penelitian

Grafik 5 menunjukkan tempat yang digunakan untuk mengakses internet. Kecenderungan tempat untuk mengakses internet antara responden laki-laki dan responden perempuan cenderung berbeda. Re-

sponden laki-laki cenderung mengakses internet di rumah sedangkan responden perempuan cenderung mengakses internet di sekolah.

Grafik 6

Prosentase Jenis Media yang Digunakan untuk Mengakses Internet

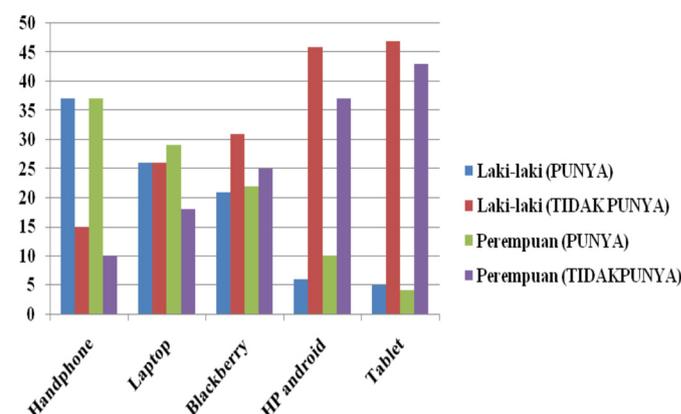


Sumber : olah data temuan penelitian

Grafik 6 menunjukkan bahwa jenis media yang digunakan untuk mengakses internet adalah laptop. Namun bila dilihat dari data kepemilikan media yang bisa digunakan untuk mengakses internet seperti yang terlihat dalam diagram 7, kepemilikan media tertinggi yaitu berupa handphone sedangkan laptop berada di urutan kedua. Data yang sama ditemukan baik kecenderungan pada responden laki-laki maupun perempuan.

Grafik 7

Prosentase Kepemilikan Media yang Digunakan untuk Mengakses Internet



Sumber : olah data temuan penelitian

Pembahasan

Hasil temuan dalam penelitian ini bisa diidentifikasi kecenderungan menggunakan internet pada

responden, kecenderungan aktivitas di jejaring sosial, maupun media yang dipakai dalam mengakses internet, baik yang dilakukan oleh responden laki-laki maupun perempuan. Namun demikian dalam pembahasan akan dikaji secara berkesinambungan dan saling terkait sehingga realitas penggunaan internet, remaja, dan gender mampu mencerminkan satu kajian utuh yang saling mendukung antar data dari temuan penelitian.

Kecenderungan Penggunaan Internet

Memasuki era dunia tanpa batas yang tampak dengan realitas interaksi yang tidak terhalang oleh ruang dan waktu seiring perkembangan dunia teknologi, remaja merupakan populasi yang mendominasi dalam kondisi ini. Sebagaimana data, Sekretaris Dirjen Aptel (Aplikasi Telematika) tercatat pada tahun 2010 jumlah pengguna internet di dunia sudah mencapai 1,7 milyar, 40 juta penggunannya berada di Indonesia. Data menunjukkan bahwa 40 juta pengguna internet di Indonesia, 64 persennya adalah remaja (vivanews.com, 27/08/2010). Interaksi yang dengan mudah bisa dilakukan dengan fasilitas berupa komputer yang terhubung dengan jaringan internet. Dalam hal ini, remaja seolah tampil sebagai generasi yang tidak pernah terpuaskan oleh informasi.

Realitasnya kini, berbagai informasi dengan mudah bisa diakses oleh remaja melalui fasilitas internet. Segala yang mereka butuhkan mampu disajikan dengan cepat dan tanpa harus mengeluarkan biaya yang mahal. Sebagai individu yang tidak terlepas dari aktivitas edukatif, remaja di Yogyakarta memanfaatkan internet sebagai sarana untuk mendapatkan informasi mengerjakan tugas-tugas. Kemudahan untuk mengakses informasi umum terkait dengan tugas yang diberikan oleh pihak sekolah bisa dimanfaatkan oleh siswa. Situs google sangat membantu untuk menemukan informasi apa saja yang mereka cari.

Kecenderungan kondisi ini dinilai positif bagi siswa karena dengan mudah pekerjaan bisa terselesaikan namun mereka tidak memperhatikan implikasi negatif yang sebenarnya ditimbulkan dari kemudahan ini. Sebagai *net generation*, kecenderungan remaja tidak berfikir implikasi negatif yang ditimbulkan oleh penggunaan Facebook. Misalnya seperti yang diungkapkan oleh Rosen, seorang psikolog di Cal State Dominguez Hills, dampak terhadap kesehatan yang berimplikasi pada aktivitas seperti remaja akan lebih sering mengeluhkan nyeri perut, gangguan tidur, kecemasan, depresi, bahkan mereka sampai sering

membolos sekolah (www.kompas.com, 09/08/2011).

Seiring perkembangan dunia jejaring sosial yang kini banyak diminati oleh kalangan remaja, ternyata realitas ini juga ditemukan pada remaja di Yogyakarta baik remaja laki-laki maupun remaja perempuan. Hal ini terbukti dari hasil temuan bahwa mereka memiliki kecenderungan menggunakan media internet untuk mengakses jejaring sosial seperti Email, Facebook, Twitter, Koprol, Kaskus, Plurk, Tumbler, LinkedIn. Berbagai macam jejaring sosial yang hadir di kalangan remaja, Facebook masih menjadi pilihan bagi remaja baik laki-laki maupun perempuan di Yogyakarta ini. Kondisi ini sejalan dengan realitas perkembangan penggunaan jejaring sosial secara umum di Indonesia. Tahun 2012, jumlah pengguna situs jejaring sosial Facebook di Indonesia tercatat sebagai yang tertinggi ketiga di dunia.

Lebih jauh realitas remaja pengguna Facebook di Yogyakarta memanfaatkan Facebook untuk berinteraksi dengan teman, guru, dan pacara. Namun demikian kecenderungan terbesar dilakukan untuk menjalin interaksi dengan teman. Ini terjadi baik pada remaja laki-laki maupun remaja perempuan. Interaksi yang terjadi berupa saling berkomentar atas status yang ditulis atau menuliskan di dinding teman. Mereka juga saling meng-tag foto yang kemudian mereka komentari, mengirim pesan di *inbox* dan juga *chatting online*.

Komentar-komentar terhadap *posting*-an yang saling diberikan menjadi indikasi kedekatan hubungan pertemanan. Hal ini diperkuat dengan hasil studi studi yang pernah dilakukan oleh tim ilmuwan University of California yang menunjukkan bahwa hubungan pertemanan bisa dilihat dari komentar-komentar dari *posting*-an yang diberikan. Kedekatan ini bisa dilihat dari interaksi di Facebook (<http://ictwatch.com>, 28/01/2013). Aktivitas lain yang juga bisa dilakukan melalui jejaring sosial Facebook adalah mengakses *fanpage*, *game online*, maupun belanja *online*. *Game online* masih menjadi pilihan utama untuk dinikmati oleh remaja laki-laki maupun perempuan di Yogyakarta.

Pada tahun 2012, di Indonesia tercatat pemain game online berkisar 6 juta, atau sekitar 10% dari jumlah pengguna internet (<http://ligagame.com>). Data lain sebagaimana diungkapkan oleh Senior Manager Content Aggregation and Incubation Telkom bahwa setiap tahun diperkirakan *gamer* di Indonesia naik sekitar 33 persen. Jadi, diperkirakan pada tahun 2013 ada 7.980.000 *gamer*. Diperkuat dengan data dari vivanews.com (27/08/2010) yang menyatakan bahwa

64% pengguna internet adalah remaja, jadi dapat disimpulkan bahwa tahun 2013 remaja yang aktif bermain game online berjumlah 5.107.200 orang.

Lebih jauh realitas kecenderungan penggunaan internet ini dikaji dalam perspektif komunikasi secara spesifik dalam *uses and gratification theory*. Beberapa peneliti menggunakan teori ini untuk menjelaskan motif penggunaan internet (Roy, 2009). Peran aktif dari khalayak dalam penelitian ini remaja baik laki-laki dan perempuan mencerminkan adanya kecenderungan khalayak untuk memilih apa yang disajikan oleh media sesuai dengan kebutuhan yang mampu memberikan kepuasan bagi mereka. Kehadiran media baru mampu mengubah realitas para pengguna pasif menjadi pengguna aktif yang tidak sekedar menerima apa yang disajikan oleh media namun secara aktif mereka melakukan aktivitas pencarian, interaksi.

Berpijak pada *uses and gratification theory*, realitas responden di SMA BOPKRI 2 Yogyakarta menunjukkan adanya audiens yang tidak pasif ketika menerima informasi, tetapi responden ini merupakan partisipan aktif yang membuat keputusan untuk mengonsumsi yang tersedia di media dengan kesadaran berdasarkan alasan perbedaan sosial maupun alasan psikologi tentang media yang mereka ingin konsumsi (McQuail, 2005).

Kecenderungan Jenis Media untuk Mengakses Internet

Merebaknya penggunaan internet secara spesifik pada penggunaan Facebook sangat ditentukan oleh kehadiran media baru sebagai sarana yang mengiringi perkembangan teknologi informasi. Berangkat dari konsep media konvergen (Flew, 2002: 10), kunci utama dari media baru salah satunya jejaring sosial Facebook terletak pada konsep-konsep yang saling berhubungan. Berawal dari berkembangnya teknologi informasi dan komunikasi yang selanjutnya membawa khalayak ke dunia digital. Melalui proses ini terjadi sebuah penyandian dan semua kode yang dibaca dan proses melalui computer. Realitas inilah yang selanjutnya dikenal konvergensi media. Sebuah penggabungan komutasi, telekomunikasi, serta media dan informasi. Konvergensi ini melahirkan sebuah medium baru komunikasi jarak jauh berupa komputer yang tersambung dengan jaringan internet yang mampu menjadi media *many to many* yang sangat interaktif (Flew, 2002).

Perkembangan fasilitas yang tersambung dengan jaringan internet ini disambut hangat dengan kehadiran

berbagai media yang memudahkan khalayak untuk mengakses. Berdasarkan hasil temuan penelitian, komputer PC, laptop, tablet, *handphone*, BlackBerry, dan HP android merupakan media yang bisa digunakan untuk mengakses internet bagi remaja di Yogyakarta. Tingkat antusiasme remaja dalam memanfaatkan teknologi internet semakin berkembang dengan menggunakan media-media tersebut.

Dalam hal ini peneliti mengkaji semua media melalui karakteristik dan cara menjalankan fungsi yang hampir sama yakni sebagai media yang mampu menciptakan interaksi dengan simulasi komputer. Sebuah aktivitas yang mampu menunjukkan derajat interaksi yang tinggi melalui komputer, bukan interaksi yang terjadi dengan individu secara tatap muka. Khalayak seolah memperlakukan media seperti manusia dan berinteraksi dengan media seolah-olah nyata (Littlejohn, 2005: 279).

Kecenderungan responden di SMA BOPKRI 2 Yogyakarta baik responden laki-laki maupun perempuan mengakses internet menggunakan laptop. Hal ini dikarenakan biaya akses internet dari laptop yang terjangkau. Realitas ini tidak berbanding lurus dengan kepemilikan media secara pribadi. Meskipun ada kecenderungan menggunakan laptop namun dari sisi kepemilikan media remaja di Yogyakarta justru kecenderungan terbesar adalah kepemilikan terhadap *handphone*. Dalam hal ini bisa dikatakan bahwa perkembangan *handphone* untuk mengimbangi pesatnya perkembangan teknologi informasi dan komunikasi tidak dominan digunakan untuk mengakses internet bagi kalangan responden di SMA BOPKRI 2 Yogyakarta.

Lokasi menentukan kenyamanan responden dalam mengakses internet. Beberapa pilihan lokasi diantaranya warnet, *café*, mall, rumah, sekolah, dan area publik. Responden laki-laki cenderung mengakses internet di rumah sedangkan responden perempuan cenderung mengakses internet di sekolah. Jaringan wifi yang bisa ditemukan di berbagai tempat publik tidak menjadi pilihan bagi para remaja dalam mengakses internet. Ini dibuktikan dengan hasil temuan bahwa wilayah publik menjadi pilihan paling rendah dari semua responden yang ada.

Remaja, Internet, dan Gender

Kajian mengenai remaja dan internet tentunya bukan menjadi sesuatu yang baru lagi. Berdasarkan uraian di atas, peneliti mencoba melihat kecenderungan penggunaan internet berdasarkan jenis kelamin

yaitu laki-laki dan perempuan. Bila ditinjau secara lebih spesifik, menjadi sesuatu yang tentunya menarik dan menjadi kekhasan dalam penelitian ini yakni peneliti mencoba mengkaji berdasarkan perspektif gender. Gender berperan penting dalam proses adopsi internet (Dholakia, Dholakia & Kshetri, 2003). Namun demikian tidak banyak riset yang menggali realitas hubungan antara gender, motif, dan kepuasan yang diperoleh oleh khalayak ketika menggunakan internet (Randle 2003).

Mengutip pemikiran Herry Ortner dan Henrietta Moore (Brigitta, 1997) definisi gender adalah peran sosial yang diberikan pada seseorang karena berjenis kelamin tertentu (perempuan dan laki-laki). Lebih jelasnya, "keadaan di mana individu yang lahir secara biologis sebagai laki-laki dan perempuan memperoleh pencirian sosial sebagai laki-laki dan perempuan melalui atribut-atribut maskulinitas dan feminitas yang sering didukung oleh nilai-nilai atau sistem simbol masyarakatnya". Pandangan bias gender yang justru terjadi di masyarakat berimplikasi dalam pembagian kerja antara wilayah domestik dan publik. Perempuan cenderung diberikan *stereotype* sebagai individu yang sepatasnya berada di wilayah domestik. Kondisi ini tentunya yang berdampak pada keterbatasan perempuan dalam mengakses media yang *notabene* media lebih banyak digunakan untuk aktivitas di wilayah publik.

Berdasarkan data dari Intel dan Dalberg Global Development Advisors tahun 2012, bahwa perempuan di negara berkembang 25 persen lebih jarang *online* daripada laki-laki. Itu menjadi alasan mengapa perempuan mengalami keterbatasan akses terhadap edukasi dan informasi, yang kemudian berpengaruh pada rendahnya tingkat pemberdayaan perempuan dalam kehidupan sehari-hari (www.kompas.com, 30/04/2012). Padahal secara ideal, seharusnya mereka mempunyai kesempatan yang sama dengan laki-laki untuk mengakses internet. Seperti ungkapan Corporate Affairs Director Intel Indonesia, bahwa perempuan seharusnya bisa akrab dengan teknologi untuk mempermudah kehidupan dan mendapatkan *work-life balance* (www.kompas.com, 30/04/2012).

Kesetaraan gender sebagai sebuah kondisi untuk melihat peluang dan kesempatan antar jenis kelamin baik laki-laki maupun perempuan dalam menggunakan internet sudah bisa dijumpai dalam kehidupan responden di SMA BOPKRI 2 Yogyakarta. Semua responden memiliki kesempatan menggunakan internet baik terkait jenis jejaring sosial yang ada, jenis aktivitas yang bisa dinikmati ketika mengakses internet,

tempat mengakses, maupun jenis media yang digunakan.

Penutup

Sebagaimana telah dijabarkan pada hasil penelitian, tampak bahwa remaja SMA baik laki-laki maupun perempuan memiliki kecenderungan yang sama dalam menggunakan internet yaitu digunakan untuk *browsing* mendapatkan informasi mengerjakan tugas-tugas dan dalam rangka mengakses jejaring sosial. Kecenderungan terbesar dalam mengakses jejaring sosial baik pada laki-laki dan perempuan adalah Facebook. Aktivitas yang dilakukan di jejaring sosial Facebook baik remaja laki-laki maupun perempuan adalah game online. Interaksi yang dibangun pada saat menggunakan Facebook baik remaja laki-laki dan perempuan yaitu interaksi dengan teman. Jenis media yang digunakan untuk mengakses internet adalah laptop. Namun bila dilihat dari data kepemilikan media yang bisa digunakan untuk mengakses internet, kepemilikan media tertinggi yaitu berupa handphone sedangkan laptop berada di urutan kedua. Tempat yang digunakan untuk mengakses internet terdapat kecenderungan yang berbeda, remaja laki-laki cenderung mengakses internet di rumah sedangkan remaja perempuan cenderung mengakses internet di sekolah.

Secara spesifik berdasarkan jenis kelamin, kecenderungan penggunaan internet antara remaja laki-laki dan perempuan adalah sama. Berdasarkan perspektif gender, bahwa realitas penggunaan internet memberikan kesempatan yang sama antara laki-laki dan perempuan untuk mengakses fasilitas yang tersedia di internet.

Daftar Pustaka

- Britgitta, Holzner and Ratna Saptari. (1997). *Perempuan Kerja dan Perubahan Sosial. Sebuah Pengantar Studi Perempuan*. Jakarta: Percetakan PT. Anem Kosary Anem
- Dholakia, R., Dholakia, N. & Kshetri, N. (2003). *Gender And Internet Usage*, In Bidgoli, H. (ed.), *The Internet Encyclopedia*. New York: Wiley.
- Eriyanto. (1999). *Metodologi Polling, Memberdayakan Suara Rakyat*. Bandung: PT. Remaja Rosdakarya.
- Faqih, Mansour. (2001). *Menggeser Konsepsi Gender dan Transformasi Sosial*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar
- Flew, Terry. (2002). *New Media: An Introduction*.

- Melbourne: Oxford University Press.
- Gudelunas, David. (2012). *There's an App for that: The Uses and Gratifications of Online Social Networks for Gay Men*. *Journal Sexuality & Culture* 16. DOI 10.1007/s12119-012-9127-4 p. 347–365
- Hartiningsih, Maria. (2003). *Gender dan Media Massa*, dalam *Makalah seminar yang diadakan Yayasan SET*, 5 Agustus 2003. Jakarta
- Hurlock, E.B. (1991). *Psikologi Perkembangan: Suatu Pendekatan Sepanjang Rentang Kehidupan*. Penerjemah: Istiwidayanti dan soedjarwo. Jakarta: Erlangga.
- Katz, E. & Blumler, J.A. (1974). *Uses and Gratification Research*, *Public Opinion Quarterly*, 37(4): 509–523.
- Kellner, Douglas. (1996). *Media Culture; Cultural Studies, Identity and Politics Between the Modern and the Postmodern*. London and New York: Routledge.
- Lister, Martin, et all. (2003). *New Media: A Critical Introduction*, 2nd Edition. New York: Routledge.
- Littlejohn, Stephen W. (2005). *Theories of Human Communication*. USA: Wadsworth-Thomson Learning.
- McQuail, Dennis. (2005). *McQuail's Reader in Mass Communication Theory* (5th edition). London: Sage Publication.
- Randle, Q. (2003). 'Gratification Niches Of Monthly Print Magazines And The World Wide Web Among A Group Of Special Interest Magazine Subscribers', *Journal Of Computer-Mediated Communication*, 8(4). [Online] Available at: <http://jcmc.indiana.edu/vol8/issue3/index.html>. Accessed: 3 September 2009.
- Roy, S. (2009). 'Internet uses and gratifications: A survey in the Indian context'. *Journal Computers in Human Behavior*, 29: 878–886.
- Rubin, A. M. (2009). *The Uses-And-Gratifications Perspective On Media Effects*. In J. Bryant & M. B. Oliver (Eds.), *Media effects: Advances in theory and research* 3rd ed. (pp. 165–184). New York, NY: Routledge.
- Santrock, John W. (2007). *Adolescence*, ed 11th. The McGraw Hill Companies.
- Sugiyono. (2008). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R & D*. Bandung: Alfabeta
- Sundar, S. S. and Anthony M. L. (2013). *Uses and Grats 2.0: New Gratifications for New Media* *Journal of Broadcasting & Electronic Media* 57(4), ISSN: 0883-8151 print/1550-6878 online. pp. 504–525. New York, NY: Routledge.
- Syaibani, Yunus Ahmad, dkk. (2011). *New Media: Teori dan Aplikasi*. Karanganyar, Jawa Tengah: Lindu Pustaka

Internet

- <http://ictwatch.com/internetsehat/2013/01/28/interaksi-di-Facebook-cermin-pertemanan-di-duniaynyata/>
- <http://ligagame.com>. *Berapa Jumlah Pemain Game Online di Indonesia? Ini Datanya*. Diakses pada tanggal 26 Juli 2013, <http://ligagame.com/index.php/home/1/5228-berapa-jumlah-pemain-game-online-di-indonesia-ini-datanya>
- http://www.datastatistikindonesia.com/portal/index.php?option=com_content&task=view&id=919. Diakses pada tanggal 1 April 2013
- <http://nasional.kompas.com/read/2009/03/20/2028042/Pengguna.Internet.Indonesia.Didominasi.Remaja>
- <http://www.checkFacebook.com>. Diakses pada tanggal 1 April 2013
- Kompas.com. 2011. *Bahaya Facebook untuk Remaja*. Diakses pada tanggal 26 Juli 2013, <http://health.kompas.com/read/2011/08/09/15014293/Bahaya.Facebook.untuk.Remaja>
- Vivanews.com. 2010. *Pengguna Internet Indonesia Adalah Remaja*. Diakses pada tanggal 26 Juli 2013, <http://teknologi.news.viva.co.id/news/read/173638-2-3-pengguna-internet-indonesia-adalah-remaja>
- www.kompas.com. 2013. *Manfaat Teknologi untuk Perempuan*. Diakses pada tanggal 26 Juli 2013, <http://female.kompas.com/read/2013/04/30/16111464/Manfaat.Teknologi.untuk.Perempuan>
- www.vivanews.com. 2010. *Pemain Game Indonesia Naik 33% per Tahun*. Diakses pada tanggal 26 Juli 2013, <http://teknologi.news.viva.co.id/news/read/162371-pemain-game-indonesia-naik-33-per-tahun>
- www.kompas.com. 2011. *Perempuan Lebih Dominan di Internet?* Diakses pada 1 Agustus 2013, <http://tekno.kompas.com/read/2011/01/23/12503713/Perempuan.Lebih.Dominan.di.Internet>