

Motivasi Pengguna Warung Internet (Warnet) Dalam Kebutuhan Bermedia di Perkotaan

SUYANTO

Jurusan Ilmu Komunikasi FISIP Universitas Riau,
Kampus Pattimura Jalan Pattimura No. 09 Telp/Fax (0761) 34308

Abstract: *Warnet is a container in accessing information through the internet is issued and managed the local community. Its presence is important in accelerating the achievement of the information society and media literacy to the dynamics of information, namely by making access to information, social interaction / communication through information technology facilities and communication technology (ICT) to the community. This study aims to describe the motivation of users Warnet in meeting the needs of media for people in Pekanbaru. The results showed that the existence of Internet cafes to meet the needs of information and communication is less optimally utilized in accordance with the objectives and targets, while meeting the needs of entertainment considered quite high utilization.*

Keywords: *TIK, motivation, needs mediated*

Teknologi informasi dan komunikasi (TIK) merupakan salah satu pilar utama pembangunan bangsa saat ini, dan tidak satu bidang kehidupan/ sektor pembangunan nasional yang tidak memerlukan penggunaan TIK. Bahkan maju tidaknya suatu negara ditentukan oleh penguasaan TIK oleh masyarakatnya. Dengan penguasaan teknologi tersebut, segala aktivitas informasi dan komunikasi dapat berjalan dengan cepat tanpa ada hambatan batas-batas suatu negara. Untuk terwujudnya masyarakat informasi yang efektif dan efisien dalam meningkatkan kesejahteraan, maka pemerintah memberikan fasilitas TIK kepada masyarakat. Salah satu fasilitas yang sudah dilakukan adalah dengan pemberdayaan telematika dan pemerataan infrastruktur informasi, seperti memfasilitasi pembangunan masyarakat yang berorientasi pada teknologi dan informasi berbagai daerah di Indonesia.

Warnet merupakan wadah yang dimunculkan sesuai dengan kebutuhan masyarakat di bidang TIK, sehingga mereka dapat mengenal lebih jauh tentang manfaat dalam meningkatkan sumber daya manusia Indonesia di bidang TIK, serta mengurangi kesenjangan digital/*digital device*. Keterlibatan masyarakat dalam pemberdayaannya harus mampu mendorong upaya

mewujudkan masyarakat informasi dalam menciptakan peluang-peluang digital. Saat ini keterlibatan masyarakat lebih banyak difasilitasi oleh sejumlah inisiatif penyediaan TIK yang berorientasi bisnis, misalnya wartel atau warnet, komunitas sekolah atau kampus yang didukung dengan fasilitas internet.

Warnet sebagai wahana multiguna untuk pengembangan masyarakat sebenarnya bukanlah sesuatu yang baru. Di Indonesia tempat-tempat sejenis ini tumbuh dengan beragam nama, diantaranya Balai Informasi Masyarakat (BIM), Warung Informasi Teknologi (WARINTEK), *Community Learning Centre, Community Training and Learning Center (CTLC)*, Warung Masyarakat Informasi (Warmasif), Telecenter, dan lain-lain.

Keberadaan Warnet yang berlokasi di Pekanbaru perkembangannya belum memenuhi harapan sesuai dengan tujuan dan sasarannya. Upaya dalam pembangunan Warnet yang dikembangkan oleh masyarakat memang bukan hal yang mudah dilakukan, karena diperlukan upaya dan pemahaman yang cukup mendalam. Tuntutannya bukan saja agar masyarakat mendapatkan akses terhadap informasi, melainkan juga tatanan kehidupan masyarakat itu, baik

sosial, budaya dan ekonomi juga memerlukan dukungan agar menjadi lebih baik, lebih transparan dan membuka peluang setiap anggota masyarakat dalam memanfaatkan TIK. Selain itu dapat bermanfaat untuk membantu mengatasi masalah kehidupan masyarakat dengan tidak mengabaikan faktor manusia, perubahan budaya, sikap dan perilaku yang melandasi kearifan budaya lokal merupakan sesuatu yang penting dan strategis.

Adapun permasalahan dalam penelitian ini adalah bagaimana motivasi pengguna dalam mengakses fasilitas-fasilitas di Warnet dalam pemenuhan kebutuhan informasi, hiburan, dan komunikasi (interaksi sosial). Sedangkan tujuannya adalah mengetahui motivasi pengguna dalam pemenuhan kebutuhan informasi, hiburan dan komunikasi/interaksi sosial.

Kebutuhan manusia yang berkaitan dengan media menurut McQuail dalam Lull (1998:120) meliputi kebutuhan akan informasi, hiburan dan integrasi sosial. Lebih lanjut menurut Katz, bahwa untuk memenuhi kebutuhan bermedia, setiap individu dapat mencapainya dengan cara pemenuhan kebutuhan yang didapatkan dengan cara mengakses/menggunakan media yang diharapkan dapat memenuhi kebutuhannya itu.

Menurut Gerungan (1983:25), motif merupakan suatu pengertian yang melingkupi semua penggerak, alasan-alasan, atau dorongan-dorongan dalam diri manusia yang menyebabkan ia berbuat sesuatu. Berkaitan dengan motif manusia yang menggunakan media internet, hal ini didasarkan pada suatu kebutuhan tertentu. Menurut Katz dalam Marshall (2000), beberapa kategori kebutuhan individu yang semuanya berasal dari fungsi sosial dan psikologi dari media diantaranya kebutuhan kognitif, afektif, *integrative personal*, interaksi sosial, dan kebutuhan akan pelarian.

Untuk memenuhi kebutuhan tersebut dapat dicapai dengan dua cara, yaitu : (1) Pemenuhan kebutuhan yang didapatkan dengan cara mengakses/menggunakan media yang diharapkan dapat memenuhi kebutuhan (2) Pemenuhan kebutuhan didapatkan dengan cara mempelajari isi informasi dalam media yang kemudian di-

terapkan dalam praktek.

Berdasarkan hal tersebut, dapatlah diambil suatu modifikasi tentang macam-macam kebutuhan yang menjadi dasar motivasi para pengguna media internet ke dalam empat bagian yang mencakup fenomena penggunaan media internet dan www, yaitu : pemenuhan kebutuhan informasi, hiburan, interaksi sosial, serta kebutuhan pendidikan. Sehingga bagi masyarakat pengguna teknologi informasi dan komunikasi dapat meningkatkan terpaan media alternatif, di samping penggunaan media ini sebagai pemberdayaan dalam meningkatkan pemakaian TIK, atau mengeleminir kesenjangan digital di masyarakat *digital divide* (Kominfo, 2002)

Adapun pengertian dari motivasi menurut Sumantri adalah suatu proses penting untuk memahami tentang mengapa dan bagaimana perilaku seseorang dalam melakukan kegiatan tertentu, yakni:

1. Kebutuhan (*needs*): kebutuhan merupakan suatu kekurangan dalam pengertian keseimbangan, kebutuhan tercipta apabila terjadi ketidakseimbangan fisiologis, psikologis atau sosiologis.
2. Dorongan (*drives*): berorientasi pada tindakan untuk mencapai tujuan.
3. Tujuan (*goals*): segala sesuatu yang akan meredakan suatu kebutuhan dan akan mengurangi dorongan. (Sumantri, 2001:54)

Manusia mempunyai kebutuhan yang diusahakan untuk dipenuhi atau berusaha untuk dipuaskan. Kegiatan untuk memenuhi kebutuhan inilah yang menjadi motivasi setiap individu. Menurut Halloran, motivasi adalah proses yang terdiri dari tiga tahap, yaitu kebutuhan internal (*internal need*), kegiatan untuk memuaskan kebutuhan (*a behavioral action to satisfy that need*), dan pelaksanaan pemuasan kebutuhan itu (*the accomplishment or the satisfaction of that need*)(Effendi, 1993:113).

Media internet dapat dengan mudah mengintegrasikan seluruh bentuk media massa konvensional seperti media cetak dan audio visual bahkan tradisi lisan (*oral tradition*) melalui fasilitas-fasilitas yang ada. Fasilitas tersebut adalah :

1. Fasilitas *search engine* : fasilitas pada media internet yang dirancang khusus untuk menyimpan serta menyusun jutaan alamat situs yang sudah didaftarkan sebelumnya berdasarkan topik-topik tertentu, seperti www.yahoo.com
2. Fasilitas situs web (*web sites*) : fasilitas pada media internet yang menyimpan semua jenis informasi (file tulisan, gambar, video dan suara). Pada situs web ini tersimpan halaman web (*web page*) yang saling terhubung
3. Fasilitas e-mail (*electronic mail*) : fasilitas pada media internet dan www yang berguna untuk mengirimkan pesan dalam format data elektronik dari satu komputer ke komputer lainnya. Ketika mengirimkan e-mail, pesan tersebut dikirimkan ke komputer yang ada di ISP (*internet service provider*) yang kemudian dikirimkan kepada penerima pesan.
4. Fasilitas *Internet Relay Chat (chatting)* : fasilitas pada media internet dan www yang memungkinkan para penggunanya untuk melakukan percakapan mengenai topik tertentu.
5. Fasilitas FTP (*file transfer protocol*) : fasilitas pada media internet yang dirancang untuk mengirimkan (*upload*) dan menerima (*download*) suatu data.
6. Fasilitas order : fasilitas pada media internet yang memungkinkan para penggunanya melakukan suatu transaksi ekonomi dengan sistem keamanan yang sangat pribadi. (Yuswanto, 2000:3).

METODE

Sifat penelitian ini adalah deskriptif, pendekatannya kuantitatif, yakni untuk mengungkapkan motivasi pengguna (*user*) Warnet sebagai pemenuhan kebutuhan bermedia di tujuh Kecamatan dari 12 kecamatan yang ada di Pekanbaru terhadap pemenuhan bermedia. Adapun tujuh kecamatan yang dijadikan lokasi responden karena tujuh kecamatan merupakan kecamatan yang penggunaan media internet sangat tinggi.

Responden penelitian untuk masing-masing pengguna Warnet adalah 10 orang, jumlah ke-

seluruhan 70 responden. Pengambilan responden untuk masing-masing Warnet dilakukan dengan sampel random secara ordinal (*Ordinal random sampling*). Adapun dalam konteks pengambilan sampel dalam penelitian ini adalah berdasarkan daftar catatan pengunjung dalam sebulan terakhir, kemudian daftar tersebut disatukan untuk diberi nomor secara berurutan mulai dari nomor satu sampai terakhir. Untuk pengambilan sampel, diambil secara purposif mulai dari nomor ganjil terkecil (nomor 1,3,5 dan seterusnya) sampai mendapat 10 sampel).

Pengumpulan data primer adalah kuesioner serta wawancara dengan pengelola dan nara sumber di lokasi penelitian. Sedangkan data sekunder melalui studi kepustakaan dan literatur. Pengolahan data dilakukan dengan menginventarisir seluruh data yang terkumpul dari hasil pengisian kuesioner serta hasil wawancara, selanjutnya dilakukan perhitungan tabulasi frekuensi, dan dianalisis dengan menggunakan metode deskripsi.

HASIL

Pemanfaatan Warnet

Frekuensi pemanfaatan Warnet di Kota Pekanbaru adalah 1-3 kali 51 (72,86%); 4-6 kali 15 (21,43%); 7-9 kali 4 (5,71%). Keberadaan Warnet sangat terbantu dalam mengakses informasi, dan belum semua masyarakat mengetahui manfaat informasi tersebut, hal ini karena masyarakat lebih mengutamakan menggunakan internet hanya sebatas untuk hiburan saja dan penggunaan belum optimal.

Sebagian besar pengguna Warnet pemanfaatannya antara 1 sampai 3 kali, dan tidak ada seorangpun yang telah mengunjungi 10 kali lebih. Kurangnya masyarakat menggunakan Warnet dimungkinkan karena biaya atau finansial. Adapun motif penggunaan Warnet ada pada tabel berikut:

NO	MOTIF	YA		TIDAK	
		F	%	F	%
1	Pemenuhan kebutuhan informasi	61	87,14	9	12,86
2	Pemenuhan kebutuhan hiburan	60	85,71	10	14,29
3	Pemenuhan kebutuhan komunikasi/interaksi sosial	49	70,00	21	30,00

Motif penggunaan Warnet oleh pengguna sebagian besar adalah untuk pemenuhan kebutuhan informasi dan hiburan, dan sebagian kecil lainnya adalah untuk berkomunikasi baik secara lisan maupun tulisan. Hal ini menunjukkan bahwa media ini sangat berguna untuk dijadikan sebagai media untuk mencari informasi dan hiburan. Sebagaimana dikemukakan oleh MC Quail bahwa “media massa harus dapat digunakan untuk mencari informasi tentang peristiwa dan kondisi yang berkaitan dengan

lingkungan terdekat, masyarakat dan dunia. (McQuail, 1987:72).

Pemenuhan Kebutuhan Informasi

Pemenuhan kebutuhan informasi yang diungkap adalah kebiasaan dalam mencari informasi, jenis informasi yang dicari, fasilitas yang sering digunakan, frekuensi per minggu, dan sikap mengenai informasi media internet. Jenis informasi tabel berikut:

NO	JENIS INFORMASI	FREKUENSI	PERSENTASE
1	Informasi yang berhubungan dengan ilmu pengetahuan dan bidang pendidikan (<i>e-learning</i> atau <i>e-education</i>)	22	13,25
2	Informasi yang berhubungan dengan bidang hobi	14	8,43
3	Referensi perpustakaan (<i>library online</i>)	27	16,26
4	Mendapatkan informasi yang dibutuhkan dalam bidang seni	10	6,02
5	Belajar tentang menggunakan komputer	8	4,82
6	Mencari tugas sekolah/kuliah melalui internet	30	18,07
7	Mencari informasi pemerintahan (<i>e-government</i>)	5	3,01
8	Informasi sosial, jejaring sosial dan informasi umum.	43	25,90
9	Lainnya	7	4,21
J u m l a h		166	100

Jenis informasi yang bersifat umum (informasi sosial dan jejaring sosial dan lain-lain) yang sering di akses oleh para pengunjung Warnet, disamping itu tidak sedikit yang mengakses tentang informasi di bidang pendidikan (*e-education*), mencari referensi perpustakaan (*library online*), dan informasi tentang tugas sekolah dan kuliah.

Sebaliknya informasi yang berhubungan dengan informasi di bidang pemerintahan kurang

penunjang karena sebagian pengunjung Warnet dari kalangan generasi muda (pelajar dan mahasiswa) yang kurang begitu berkepentingan (*concern*) dengan masalah-masalah pemerintahan, mereka justru sering mengakses dengan tren-tren yang berkembang dengan tuntutananya. Fasilitas yang paling sering digunakan para responden untuk mencari informasi adalah fasilitas *search engine* (mesin untuk mencari) diantaranya yang

paling terkenal adalah yahoo dan google yakni 40 (73%). Selanjutnya *Website* atau situs 8 (8,1%), *e-mail* (surat elektronik) 5 (9,5%), *Chatting* 7 (5,4%), *FTP/order* 1(4,1%) Sikap pengguna tentang informasi yang di akses di Warnasif tergolong bagus, kecuali mereka yang ingin mendapatkan pekerjaan sesuai dengan yang diinginkan yang tergolong berimbang atau cukup bagus.

Dari berbagai informasi yang ada di internet ternyata sebagian besar responden menyatakan berita-berita yang ada pada media ini sangat aktual serta selalu mendapatkan topik informasi tertentu yang dicari. Hal ini karena pemegang

website atau situs di internet selalu di *updating* sesuai dengan kejadian faktual di masyarakat. Dengan cara inilah keberadaan media internet akan eksis dicari oleh *user* serta menyediakan data terbaru (*actual information*) dibandingkan dengan media lainnya, seperti media televisi, radio, koran ataupun majalah.

Sebaliknya, sebagian kecil dari mereka yang menilai bahwa berita-beritanya tidak aktual dan kurang dipercaya, dikarenakan saat mengakses pemegang *website* tidak meng *up date* data yang terbaru.

Pemenuhan Kebutuhan Hiburan

NO	JENIS HIBURAN	FREKUENSI	PERSENTASE
1	Lagu (MP3)	8	13,4
2	<i>Chatting</i>	-	-
3	<i>On-line games</i>	5	9
4	<i>Adult web</i> , situs porno	10	17,9
5	Lagu (MP3) dan <i>chatting</i>	7	7,5
6	Lagu (MP3) dan <i>on-line games</i>	5	9
7	Lagu (MP3) dan situs porno	22	35,8
8	<i>Chatting</i> dan <i>on-line games</i>	-	-
9	<i>Chatting</i> dan situs porno	3	7,5
	Jumlah	60	100

Dari tabel di atas tergambar bahwa salah satu jenis hiburan yang paling banyak dicari oleh pengguna Warnet adalah *chatting*. Dilakukan tidak hanya untuk berinteraksi dengan teman atau dengan sanak saudara yang tinggal saling berjauhan, tetapi juga dilakukan dengan individu yang sama sekali tidak saling mengenal, tidak hanya sekedar berkenalan secara *online*. Jenis hiburan lainnya adalah mendengarkan dan *download* lagu-lagu berformat MP3, baik lagu baru atau lama yang tak kalah kualitasnya dengan CD audio yang berformat *Wav*. Salah satu situs yang paling terkenal dan paling banyak digemari adalah www.mp3.com.

Fasilitas yang paling sering digunakan untuk mencari hiburan adalah : *search engine* 46,3%, *website* atau situs 4,5%, *e-mail* 1,5%, *chatting* 38,8%, *FTP* 9%. Hampir setengah responden menggunakan *search engine* karena tidak mengetahui alamat situs yang akan dituju, sehingga penggunaan fasilitas ini sangat membantu dalam hal pencarian alamat situs yang dimaksud.

Fasilitas *chatting* juga dapat digunakan untuk menghibur diri dengan cara melakukan percakapan dengan teman, keluarga, bahkan berkenalan dengan orang yang tinggal di luar negeri.

Pemenuhan Kebutuhan Berkomunikasi

Jenis interaksi sosial yang sering dilakukan adalah percakapan *online* dinyatakan oleh 53,7%, dan berkirim surat secara *online* 46,3%. Banyaknya yang melakukan interaksi berupa percakapan secara *online* dengan sebutan *chatting*, karena sebagai salah satu cara menjalin komunikasi dengan kerabatnya secara *realtime*. Begitu pula berkirim surat secara *online*, tidak hanya dalam kecepatan proses pengiriman, tetapi menyangkut biaya yang murah.

Fasilitas yang sering digunakan untuk berkomunikasi/interaksi sosial tergambar sebagai berikut : *search engine* 2 orang (3,7%), *website* atau situs 4 orang (6,1%), *e-mail* 21 orang (30,5%), *chatting* 39 orang (53,7%) dan *e-mail* serta *chatting* 4 orang (6,1%). Banyaknya yang

tertarik menggunakan fasilitas *chat* dikarenakan mereka dapat menjadi bagian dari penduduk dunia yang sedang *on line*. Begitu pula penggunaan *e-mail*, mereka dapat berkirim surat dengan berbagai macam data, seperti file gambar, lagu, suara bahkan file video.

Responden beranggapan bahwa berkirim

surat secara *online* cukup mudah, begitu pula dalam hal kerahasiaan atau *privacy* menyatakan penggunaan *e-mail* cukup terjaga. Hal ini karena pada setiap alamat *e-mail* yang responden miliki dilindungi oleh *password* atau kata kunci yang hanya diketahui oleh para responden itu sendiri. Seperti terlihat pada tabel berikut:

NO	Interaksi Sosial/komunikasi	YA		TIDAK	
		F	%	F	%
1	Berkiriman surat secara on-line cukup mudah	48	98,8	1	1,1
2	Berkiriman surat secara on-line kerahasiaannya cukup terjaga	35	55,7	14	44,3
3	Merasa aman berbicara terus terang ketika <i>chatting</i>	37	53,4	12	46,6
4	Mempercayai perkataan lawan bicara ketika <i>chatting</i>	10	18,2	39	81,8

SIMPULAN

Pemenuhan kebutuhan informasi pada Warnet di Kota Pekanbaru kurang optimal dimanfaatkan oleh masyarakat pengguna (user) sesuai dengan tujuan dan sarannya, yakni dalam upaya mengembangkan pengetahuan dan manfaat penggunaan media internet, serta meningkatkan layanan informasi pendidikan masyarakat. Sebaliknya mereka lebih banyak mengakses jenis informasi bersifat pengetahuan yang menunjang pendidikan mereka, selain itu juga informasi umum yaitu informasi politik, budaya, olah raga, cari kerja, dan lainnya.

Motivasi dalam pemenuhan kebutuhan hiburan di Warnet dinilai tinggi, yakni keinginan untuk sejenak melarikan diri dari realitas hidup, mencari kesenangan hedonistik, mencari kepuasan pribadi dan pelepasan emosi, serta jenis hiburan yang berbeda dengan yang didapat media lainnya. Pemenuhan kebutuhan hiburan biasanya dilakukan dengan cara melakukan *chatting*, *men-download* atau mendengarkan lagu berformat MP3, bermain *game online*, atau membuka situs-situs porno.

Motivasi dalam melakukan komunikasi dapat menyerupai interaksi dunia nyata yakni dengan menggunakan *webcam* ketika melakukan *chatting*. Pemenuhan kebutuhan interaksi sosial biasanya dilakukan dengan percakapan

secara *on-line* dengan sebutan *internet relay chat (IRC)* atau *chatting*, karena sebagai salah satu cara menjalani komunikasi dengan kerabatnya secara *realtime*. Begitu pula berkirim surat secara *online*, tidak hanya dalam kecepatan proses pengiriman, tetapi menyangkut biaya yang murah.

DAFTAR PUSTAKA

- Arikunto, Suharsimi. 1993. *Prosedur Penelitian, Suatu Pendekatan Praktek*, Yogyakarta: Rineka Cipta.
- Effendi, Onong U. 1993. *Ilmu, Teori dan Filsafat Komunikasi*. Bandung: Citra Aditya Bakti.
- Mc.Quail. Denis. 1994. *Teori Komunikasi Massa*. Jakarta: Erlangga. 118 & Jurnal Penelitian Komunikasi Vol. 12 No. 1
- Rakhmat, Jalaluddin. 1996. *Psikologi Komunikasi*. Bandung: Remaja Rosda Karya.
- Yuswanto, Toni Edi. 2000. *Web Design Plus*. Bandung: Multiunion.
- Kominfo, 2002, Sistem Informasi Nasional. Departemen Komunikasi dan Informatika. Tersedia di : <http://www.depkominfo.go.id>.