

**PENGARUH *INTERNET SELF-EFFICACY*,
INNOVATIVENESS, dan *INTERNET USE* TERHADAP
KEPUASAN PENGGUNAAN *INTERNET*
(STUDI SURVEI MAHASISWA PROGRAM STUDI PENYIARAN
FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI UNIVERSITAS PERSADA
INDONESIA Y.A.I)**

PIR OWNERS

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh hubungan antara *internet self-efficacy*, *innovativeness*, *internet use* terhadap kepuasan menggunakan internet pada mahasiswa Program Studi Penyiaran Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Persada Indonesia Y.A.I. Adapun metode penelitian yang dipilih adalah metode penelitian kuantitatif dengan melakukan analisis statistik deskriptif, uji analisis jalur, dan uji regresi linier berganda. Hasil penelitian menunjukkan bahwa *innovativeness* dan *internet use* secara signifikan memengaruhi kepuasan menggunakan internet para mahasiswa. Sedangkan *internet self-efficacy* tidak berpengaruh signifikan terhadap kepuasan menggunakan internet para mahasiswa.

Kata Kunci: *Internet Self-Efficacy, Innovativeness, Internet Use, Komunikasi, UPI YAI*

A. PENDAHULUAN

Latar Belakang Masalah

Internet telah menjadi suatu fenomena yang tidak mungkin diabaikan dalam 20 tahun terakhir. Lebih jauh lagi, telah banyak orang yang tidak memiliki komputer sekalipun namun pernah mencoba jenis media baru tersebut. Sanjit Kumar Roy dalam jurnal yang berjudul '*Internet uses and gratifications: A survey in the Indian context*' (2009) mengutip Stafford, Stafford dan Schkade (2004), bahwa para peneliti komunikasi dewasa ini menempatkan internet sebagai media massa, sebab, ada sekitar 50 juta orang di dunia yang berkomunikasi dengan internet.

Menurut Stan J. Liebowitz dan Alejandro Zentner (2011), penggunaan teknologi internet bahkan telah membawa berbagai perubahan dalam aspek kehidupan manusia seperti dalam pekerjaan, komunikasi, dan bahkan rekreasi. Pemanfaatan teknologi informasi dan komunikasi baru dalam kehidupan sosial memberikan kemudahan dan keleluasaan bagi proses komunikasi antarmanusia. Hal ini ditandai dengan terhapusnya berbagai hambatan yang umumnya terkait dengan dimensi fisik, ruang, dan waktu yang biasanya menyertai sebuah proses komunikasi. Salah satu contoh dari situasi tersebut menurut Wood dan Smith (2005) adalah

pengguna *online chatroom* oleh kelompok belajar, di mana dengan menggunakan aplikasi tersebut orang-orang di dalam kelompok belajar dapat berkomunikasi secara lebih nyaman dibandingkan dengan melakukan interaksi langsung (*face-to-face interaction*). Dengan menggunakan *online chatroom* sebagai sarana komunikasi, kelompok belajar tersebut dapat berdiskusi, bertukar informasi dan bertukar pikiran tanpa harus bertemu secara fisik, dalam sebuah tempat atau ruangan tertentu, dan tanpa dibatasi oleh waktu.

Dunia pendidikan seperti yang diungkapkan oleh Veronica Go dalam tesisnya yang berjudul '*Evolution of the University Business Model and Infrastructure Planning Due to Technological Innovations*' (2004), merupakan sebuah sektor yang termasuk ke dalam bidang industri atau bisnis di mana terdapat ribuan pelajar masuk dan ribuan pula pelajar yang keluar, seperti yang terjadi di Amerika dan Inggris. Dalam konteks itu, pemanfaatan teknologi internet dalam dunia pendidikan sejatinya tidak dapat dielak lagi. O'Connor dan Galvin dalam bukunya '*Marketing in the Digital Age*' (2001) mengatakan bahwa sebuah bisnis yang gagal dalam mengikuti era informasi akan mati dan tergantikan oleh kompetitor yang lain yang memiliki informasi yang lebih banyak. Sejalan dengan itu, Don Middleberg dalam bukunya '*Winning PR in the Wired World*' (2001) menegaskan bahwa dewasa ini jika sebuah bisnis tidak siap dalam mengikuti perkembangan dunia digital, maka dunia bisnis itu akan mengalami masalah yang serius. Lebih jauh lagi, Middleberg mengatakan (2001) bahwa

penggunaan internet sangatlah menguntungkan bagi pemasaran bisnis tersebut.

Saat ini banyak institusi pendidikan di seluruh dunia menerapkan internet sebagai teknologi informasi dan komunikasi sebagai suatu medium yang menyelenggarakan pendidikan jarak jauh. Pendidikan seperti ini dikenal dengan beragam istilah, yaitu: *e-Learning, e-Education, e-Campus, e-Digital, tele-Education, Cyber Campus, Virtual University, Distance Learning*, dan banyak istilah lainnya. Dan, biasanya institusi pendidikan tersebut melengkapi pula dengan *digital library* atau *virtual-library*.

Model pembelajaran dengan memanfaatkan teknologi informasi dan komunikasi ini biasa disebut *e-Learning (electronic learning)*. Istilah *e-Learning* mengandung pengertian yang luas, sehingga banyak pakar yang menguraikan tentang definisi *e-Learning* dari berbagai sudut pandang. Salah satu definisi misalnya dari Darin E. Hartley (2001) yang menyatakan *e-Learning* merupakan suatu jenis belajar mengajar yang memungkinkan tersampainya bahan ajar ke siswa dengan menggunakan media internet, intranet atau media jaringan komputer lain.

Semangat dan penerapan *e-Learning* semakin tumbuh di kalangan industri dan institusi pendidikan, walaupun sebenarnya data resmi mengenai jumlah perusahaan dan lembaga pendidikan yang menerapkan *e-Learning* ini belum ada (majalah SWA, No.24/8-21 November 2007).

Berbagai program pendidikan dari tingkat menengah sampai pendidikan tinggi terutama di kota-kota besar Indonesia pada umumnya sudah

diarahkan pada pendidikan dan pembelajaran berbasis teknologi internet. Hampir setiap sekolah kini memiliki laboratorium komputer yang dilengkapi dengan akses internet. Siswa atau mahasiswa didorong untuk memanfaatkan internet sebagai sumber belajar. Banyak perguruan tinggi memberikan fasilitas internet *hotspot area* untuk memudahkan akses informasi bagi mahasiswa di seputar lingkungan kampus. Hal ini ditujukan untuk membantu menunjang mahasiswanya dalam mencari sumber-sumber pendukung dalam kegiatannya.

Sebagai teknologi yang relatif baru dalam dunia pendidikan Indonesia, penggunaan internet belum tersebar secara luas dan merata ke berbagai daerah. Hal tersebut antara lain disebabkan oleh masih minimnya infrastruktur telekomunikasi dan relatif masih tingginya harga sebuah komputer pribadi jika dibandingkan dengan pendapatan rata-rata per bulan orang Indonesia (Hill dan Sen, 2005). Kondisi tersebut menyebabkan jumlah pengguna komputer dan internet di Indonesia masih sangat sedikit dibandingkan dengan negara-negara lainnya. Hal ini selanjutnya juga mempengaruhi masih relatif kecilnya jumlah pengguna internet di Indonesia.

Selain situasi tersebut, terdapat kondisi lain yang juga menyebabkan masih sedikitnya pengguna internet di Indonesia. Hal tersebut ialah minimnya akses internet yang tersedia dan hambatan yang bersifat psikologis yang muncul ketika seseorang harus melakukan suatu aktivitas tertentu yang belum banyak dilakukan orang yang berkaitan dengan penggunaan teknologi baru seperti internet.

Dalam ilmu psikologi komunikasi, tinggi rendahnya hambatan psikologis seseorang dalam

melakukan aktivitas tertentu yang berkaitan dengan internet disebut sebagai istilah *Internet Self-Efficacy*. Eastin dan LaRose (2000), *Internet Self-Efficacy* merupakan keyakinan yang terdapat dalam diri seseorang mengenai kemampuannya dalam mengorganisasikan dan melakukan suatu pekerjaan tertentu dengan menggunakan internet untuk menghasilkan suatu pencapaian.

Untuk dapat menggunakan internet, individu dituntut untuk menguasai suatu kemampuan tertentu seperti mengoperasikan komputer, menghubungkan komputer ke jaringan internet yang ada, menggunakan *web browser*, dan melakukan pencarian informasi ataupun situs-situs web yang diinginkan. Menguasai berbagai kemampuan tersebut bagi para pengguna awal internet terkadang dianggap suatu hal yang sulit (Eastin dan Larose, 2000). Tingkat kesulitan itu akan dianggap semakin bertambah tinggi ketika pengguna akan memanfaatkan internet untuk kegiatan belajarnya.

Individu yang memiliki hambatan psikologis tinggi dan yakin akan kemampuan dirinya dalam menggunakan internet untuk dimanfaatkan sebagai sumber belajar merupakan individu yang memiliki *internet self-efficacy* yang rendah. Dia akan merasa ragu akan kemampuan dirinya dan cenderung untuk menghindar ketika dihadapkan pada suatu pekerjaan tertentu yang dianggapnya sulit. Sebaliknya, individu dengan *internet self-efficacy* tinggi akan melihat hal tersebut sebagai suatu tantangan yang menarik untuk diselesaikan.

Faktor lain yang juga turut memengaruhi seseorang dalam memanfaatkan internet ialah tingkat inovasi (*innovativeness*). Menurut Dutta-Bergmann (2002), *innovativeness* merupakan

salah satu dari beberapa konstruk/bentuk dalam psikologi yang penting dalam menjelaskan penggunaan internet sebagai salah satu bentuk inovasi seseorang. Ia menyebutkan bahwa *innovativeness* merujuk pada suatu kecenderungan yang terdapat dalam diri pemakai untuk menggunakan teknologi baru, produk baru, dan merek baru selain dari yang telah ada sebelumnya. Karena itulah selanjutnya disebutkan pula bahwa penggunaan internet secara positif berhubungan dengan tingkat inovasi (*innovativeness*).

Dari uraian di atas, dapat dilihat ada beberapa faktor yang bisa memengaruhi kepuasan mahasiswa dalam memanfaatkan internet sebagai salah satu sumber belajar dan sumber informasi serta hiburan antara lain *internet self-efficacy*, *innovativeness*, dan pola penggunaan internet.

Berbagai hal di atas pernah diteliti oleh para ahli dalam kaitannya dengan berbagai variabel lain, seperti: Eastin dan LaRose (2000) yang meneliti tentang pengalaman menggunakan internet (*prior internet experience*), *internet self-efficacy*, penggunaan internet (*internet uses*), dan psikologi kesenjangan digital (*psychology of digital divide*). Hasil penelitian terungkap bahwa pengalaman menggunakan internet di masa lalu dapat memengaruhi *internet self-efficacy*. Dari hasil penelitian itu terungkap bahwa responden yang memiliki pengalaman menggunakan internet kurang dari dua tahun cenderung memiliki *internet self-efficacy* yang lebih rendah dibandingkan dengan responden yang menggunakan internet di atas dua tahun.

Dari beragam penelitian yang pernah dilakukan berkaitan dengan internet dengan hal lainnya, penelitian ini dimaksudkan untuk melihat

bagaimana hubungan antara *internet self-efficacy*, *innovativeness*, dan *internet use* terhadap kepuasan memanfaatkan internet (*internet gratification*) pada mahasiswa Program Studi Penyiaran (Broadcasting), Fakultas Ilmu Komunikasi UPI Y.A.I, Jakarta.

Rumusan Masalah

Penelitian ini dilakukan pada mahasiswa Program Studi Penyiaran (Broadcasting), Fakultas Ilmu Komunikasi UPI Y.A.I, Jakarta yang berawal dari keingintahuan sejauh mana mahasiswa memahami dan menggunakan internet untuk keperluan belajar dan hal-hal kreatif dan menghibur lainnya. Sebagai sebuah universitas yang berdiri pada tanggal 20 Mei 1985, UPI Y.A.I sudah menerapkan layanan internet bagi para mahasiswanya. Hal ini dilakukan sebagai salah satu kebijakan institusi menuju kampus virtual atau *cyber campus*. Adapun jenis kampus virtual yang dikembangkan disebut dengan SISKAMAYA-Sistem Kampus Maya-yang diterapkan sejak tahun 2010. SISKAMAYA ini menjadi pusat penyampaian informasi dari pihak kampus kepada segenap mahasiswa. Di dalamnya terdapat beragam informasi seputar dunia akademik seperti daftar nilai (indeks prestasi-IP), transkrip nilai, info akademik, hingga jadwal kalender kegiatan Fakultas. Layanan SISKAMAYA ini merupakan layanan informasi yang berbasis internet. Sehingga setiap akses informasi yang dilakukan haruslah melalui jaringan internet. Oleh sebab itu, setiap mahasiswa harus memiliki akses internet untuk menggunakan layanan SISKAMAYA ini. Mereka menggunakan Nomor Induk Mahasiswa (NIM) sebagai identitas masuk (*log in*) situs tersebut dan

sandi masing-masing, sehingga mereka dapat mengunduh setiap informasi yang dibutuhkan.

Kemudahan akses internet untuk mencari informasi sebanyak-banyaknya merupakan sebuah dorongan bagi mahasiswa untuk beraktifas memanfaatkan internet bagi keperluan belajar dan hal lain yang bermanfaat. Akan tetapi kondisi tersebut masih sangat mungkin dipengaruhi hambatan lainnya yang bersifat psikologis dan non-teknis. Hambatan-hambatan tersebut ialah tingkat *Internet Self-Efficacy* dan tingkat inovasi (*Innovativeness*) maupun pola penggunaan internet (*internet use*) pada mahasiswa.

Berdasarkan uraian di atas, maka rumusan masalah dalam penelitian ini dirumuskan sebagai berikut: Apakah terdapat pengaruh antara variabel keyakinan kemampuan berinternet (*internet self-efficacy*), tingkat inovasi (*innovativeness*), dan pola penggunaan internet (*internet use*) terhadap kepuasan menggunakan internet (*internet gratification*) di kalangan mahasiswa Universitas Persada Indonesia Y.A.I.?

Lebih jauh lagi, rumusan masalah penelitian ini akan diturunkan ke dalam beberapa pertanyaan penelitian sebagai berikut.

1. Berapa besar pengaruh keyakinan kemampuan berinternet (*Internet Self-Efficacy*) terhadap kepuasan menggunakan internet (*internet gratifications*) secara langsung?
2. Berapa besar pengaruh tingkat inovasi (*innovativeness*) terhadap kepuasan menggunakan internet (*internet gratifications*) secara langsung?
3. Berapa besar pengaruh *Internet Self-Efficacy*, tingkat inovasi (*innovativeness*), penggunaan internet (*internet use*) terhadap kepuasan

menggunakan internet (*internet gratifications*)?

4. Berapa besar pengaruh kemampuan berinternet (*internet self-efficacy*) dan tingkat inovasi (*innovativeness*) terhadap kepuasan menggunakan internet (*internet gratifications*) melalui penggunaan internet (*internet use*).

Tujuan Penelitian

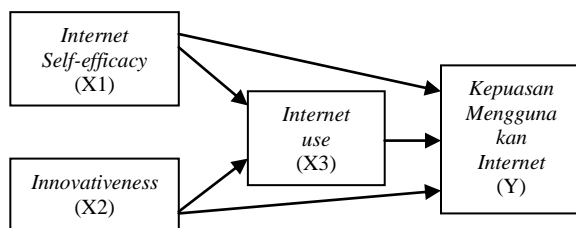
Penelitian ini bertujuan mengetahui hubungan korelasional antara variabel keyakinan kemampuan berinternet (*Internet Self-Efficacy*), tingkat inovasi (*innovativeness*), dan pola penggunaan internet (*internet use*) terhadap kepuasan menggunakan internet (*Internet gratifications*) di kalangan mahasiswa Universitas Persada Indonesia Y.A.I.

Adapun tujuan khusus penelitian ini ialah:

1. Diketuinya pengaruh keyakinan kemampuan berinternet (*internet self-efficacy*) terhadap kepuasan menggunakan internet (*Internet gratifications*).
2. Diketuinya pengaruh tingkat inovasi (*innovativeness*) terhadap kepuasan menggunakan internet (*internet gratifications*).
3. Diketuinya pengaruh *internet self-efficacy*, tingkat inovasi (*innovativeness*), penggunaan internet (*internet use*) terhadap kepuasan menggunakan internet (*internet gratifications*).
4. Diketuinya pengaruh kemampuan berinternet (*internet self-efficacy*) dan tingkat inovasi (*innovativeness*) terhadap kepuasan menggunakan internet (*internet gratifications*) melalui penggunaan internet (*internet use*).

B. METODOLOGI PENELITIAN

Penelitian ini akan melihat kepuasan dalam memanfaatkan yang berkaitan dengan konsep *internet self-efficacy* dari Eastin dan LaRose (2000), *internet use* dari Hills dan Argyle (2003) dan *innovativeness* dari Dutta-Bergman (2002). Dari beberapa uraian tentang penelitian-penelitian terdahulu seperti yang dijelaskan sebelumnya, maka dibentuk model dalam penelitian ini sebagai berikut:



Keterangan gambar:

1. Hubungan antara *internet self-efficacy* dan *internet use* merujuk pada penelitian Eastin dan LaRose (2000).
2. Hubungan antara *innovativeness* dan *internet use* merujuk pada penelitian Dutta-Bergman (2002).

Penelitian ini dilakukan pada mahasiswa strata satu (S1) Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Persada Indonesia Yayasan Administrasi Indonesia (UPI Y.A.I) di Jakarta. Fakultas Ilmu Komunikasi UPI Y.A.I memiliki empat program studi, yaitu Hubungan Masyarakat (*Public Relations*), Periklanan (*Advertising*), Penyiaran (*Broadcasting*), dan Desain Komunikasi Visual (DKV). Adapun populasi penelitian ini adalah seluruh mahasiswa Fakultas Ilmu Komunikasi UPI Y.A.I program studi Penyiaran yang masih aktif kuliah di kampus tersebut dengan populasi 1540 orang mahasiswa. Sebagai program pendidikan strata

satu (S1), waktu normal untuk menempuh studi adalah delapan semester. Mengikuti waktu normal perkuliahan tersebut, maka sejatinya, mahasiswa yang masih aktif kuliah ketika penelitian ini berlangsung berjumlah empat (4) angkatan, yaitu angkatan 2009, 2010, 2011, dan 2012. Adapun unit analisis dalam penelitian ini adalah individu mahasiswa Fakultas Ilmu Komunikasi UPI Y.A.I program studi Penyiaran (*Broadcasting*) yang masih aktif kuliah.

Penarikan sampel dalam penelitian ini akan merujuk pada Neuman (2003: 232) yang menyebutkan bahwa jika populasi relatif kecil, maka rasio sampel adalah sekitar 30% dari total populasi. Karena itu, jumlah sampel dalam penelitian adalah 30% dari total populasi.

Berdasarkan standar Neuman tersebut, maka didapatkan sampel terbesar $30\% \times 1540 = 462$ orang sampel. Maka jumlah sampel dalam penelitian ini ada sebanyak 462 orang mahasiswa.

Teknik penarikan sampel yang akan digunakan adalah *probability sampling*, di mana setiap anggota populasi dalam penelitian mempunyai peluang yang sama untuk terpilih menjadi responden dalam penelitian. Selanjutnya, dilakukan juga *simple random sampling* daftar kehadiran mahasiswa dan kemudian ditentukan interval sebesar 3 yang didapat dari rumus N/n , di mana N = populasi dan n = jumlah sampel.

Pendekatan *Uses and Gratifications*

Saat ini fenomena penggunaan internet sebagai sarana komunikasi mulai meluas. Menurut Ruggiero (2000) pendekatan *uses and gratifications* merupakan pendekatan yang selalu memberikan pendekatan teoritis yang jelas pada

setiap kemunculan media massa baru seperti surat kabar, radio, dan televisi dan juga internet. Selain itu, ia juga menyatakan pendekatan *uses and gratifications* telah banyak digunakan dalam berbagai studi yang meneliti tentang penggunaan media terutama media internet (*internet use*). Kondisi ini disebabkan karena dari berbagai pendekatan yang ada dalam kajian komunikasi *uses and gratifications* merupakan pendekatan yang paling relevan untuk digunakan dalam melihat penggunaan media internet dan pemenuhan kebutuhan melalui media internet.

Pendekatan *uses and gratifications* melihat manusia sebagai individu yang aktif dalam mencari dan menggunakan media untuk memenuhi kebutuhannya. Ruggiero (2000) beranggapan pendekatan ini sangat sesuai dalam lingkungan internet, di mana para pengguna (*users*) terlibat lebih aktif sebagai pelaku dalam proses komunikasi.

C. Hipotesis Penelitian

Berdasarkan pada kerangka teoretis dan model penelitian yang dibentuk dan diuraikan sebelumnya, maka penelitian ini memberikan suatu hipotesis teoritis sebagai berikut:

1. Ada hubungan korelasional antara keyakinan kemampuan berinternet dengan komputer dan internet (*internet self-efficacy*) dan tingkat inovasi (*innovativeness*).
2. Keyakinan kemampuan berinternet (*internet self-efficacy*) dan tingkat inovasi (*innovativeness*) berpengaruh secara langsung terhadap penggunaan internet (*internet use*).

3. Keyakinan kemampuan berinternet (*internet self-efficacy*), tingkat inovasi (*innovativeness*), dan penggunaan internet (*internet use*) berpengaruh secara langsung terhadap kepuasan menggunakan internet (*internet gratifications*).
4. Keyakinan kemampuan berinternet (*internet self-efficacy*) dan tingkat inovasi (*innovativeness*) berpengaruh terhadap kepuasan menggunakan internet (*internet gratifications*) melalui penggunaan internet (*internet use*).

Penelitian ini menggunakan survei dan pengumpulan datanya dilakukan dengan menggunakan kuesioner. Dasar penggunaan kuesioner untuk suatu penelitian survei adalah sebagaimana disampaikan oleh Singarimbun (1995), bahwa penelitian survei merupakan penelitian yang mengambil sampel dari satu populasi dan menggunakan kuesioner sebagai alat pengumpul data pokok.

Tabel C.1. Operasionalisasi *internet self-efficacy*

Dimensi	Indikator	Skala
Keyakinan beraktifitas dengan komputer dan internet.	1. Yakin dapat mengoperasikan komputer dengan baik. 2. Yakin dapat memahami istilah-istilah yang berkaitan dengan perangkat keras internet. 3. Yakin dapat memahami istilah-istilah yang berkaitan dengan perangkat lunak	Likert

	<p>internet.</p> <p>4. Yakin dapat memanfaatkan fasilitas yang terdapat dalam internet.</p> <p>5. Yakin dapat mengatasi masalah teknis yang berhubungan dengan internet.</p> <p>6. Yakin dapat menentukan situs internet mana yang dapat memberikan informasi yang dibutuhkan.</p> <p>7. Yakin dapat <i>browsing</i> internet yang berhubungan dengan tugas kuliah.</p> <p>8. Dapat dengan mudah mengambil data/materi dari internet.</p> <p>9. Yakin dapat menggunakan fasilitas <i>search engine</i>/mesin pencari seperti <i>google</i> atau <i>yahoo.com</i>.</p> <p>10. Yakin dapat memanfaatkan <i>email</i> atau <i>chatting</i>.</p>		<p>Penerimaan terhadap internet.</p>	<p>5. Mengetahui internet dan mengetahui manfaatnya.</p> <p>6. Percaya internet membuat hidup menjadi lebih mudah.</p> <p>7. Menganggap mudah untuk mempelajari internet.</p> <p>8. Berusaha mengetahui fasilitas yang ada dalam internet.</p> <p>9. Bersemangat memanfaatkan internet setiap ada tugas perkuliahan.</p> <p>10. Merasa internet merupakan salah satu media belajar terbaik dalam membantu tugas perkuliahan.</p>	<p>Likert</p>
--	--	--	--------------------------------------	--	---------------

Tabel C.3. Operasionalisasi *Internet use*

Tabel C.2. Operasionalisasi *innovativeness*

Dimensi	Indikator	Skala
<p>Penerimaan terhadap komputer.</p>	<p>1. Mengetahui komputer dan mengetahui manfaatnya.</p> <p>2. Menyadari bahwa komputer merupakan teknologi yang berguna bagi kehidupan.</p> <p>3. Percaya komputer membuat hidup menjadi lebih mudah.</p> <p>4. Menganggap mudah untuk mempelajari komputer.</p>	<p>Likert</p>

Dimensi	Indikator	Skala
<p>Penerimaan terhadap komputer.</p>	<p>1. Menggunakan internet untuk melakukan pencarian semua informasi.</p> <p>2. Menggunakan internet untuk mempelajari sesuatu yang baru.</p> <p>3. Menggunakan internet untuk membantu menyelesaikan tugas kuliah.</p> <p>4. Menggunakan internet untuk mencari buku, artikel, atau materi lain untuk membantu tugas belajar.</p> <p>5. Menggunakan internet sebagai bagian dari kegiatan belajar.</p> <p>6. Menggunakan internet agar lebih berprestasi di kampus.</p>	<p>Likert</p>

	<p>7. Menggunakan fasilitas <i>search engine</i> seperti <i>google</i> atau <i>yahoo.com</i> untuk mencari materi/bahan tugas kuliah.</p> <p>8. Menggunakan internet untuk men-<i>download</i> bahan kuliah atau informasi lain.</p> <p>9. Menggunakan internet untuk mendapatkan/membaca berita.</p> <p>10. Menggunakan internet agar tidak ketinggalan informasi.</p>	
Sosial (penggunaan untuk kebutuhan sosial).	<p>11. Menggunakan internet untuk membaca / menulis <i>email</i>.</p> <p>12. Menggunakan internet untuk berkomunikasi melalui <i>mailing list</i> (milis) atau forum diskusi.</p> <p>13. Menggunakan internet untuk mencari atau berkomunikasi dengan teman.</p> <p>14. Menggunakan internet untuk <i>chatting</i> (ngobrol).</p> <p>15. Menggunakan internet untuk membaca/menulis blog.</p>	Likert
<i>Leisure and entertainment</i> (penggunaan internet untuk waktu luang dan hiburan)	<p>16. Menggunakan internet untuk sekedar <i>browsing</i>.</p> <p>17. Menggunakan internet untuk bermain <i>game online</i>.</p> <p>18. Menggunakan internet untuk mengunjungi situs-situs hiburan lainnya.</p>	

Tabel C.4. Operasionalisasi Kepuasan Menggunakan Internet

Dimensi	Indikator	Skala
Informasi/pengetahuan (Penggunaan internet untuk kebutuhan belajar/informasi).	<p>1. Puas menggunakan internet untuk melakukan pencarian semua informasi.</p> <p>2. Puas menggunakan internet untuk mempelajari sesuatu yang baru.</p> <p>3. Puas menggunakan internet untuk membantu menyelesaikan tugas kuliah.</p> <p>4. Puas menggunakan internet untuk mencari buku, artikel, atau materi lain untuk membantu tugas belajar.</p> <p>5. Puas menggunakan internet sebagai bagian dari kegiatan belajar atau tugas dari dosen.</p> <p>6. Puas menggunakan internet agar lebih berprestasi di kampus.</p> <p>7. Puas menggunakan fasilitas <i>search engine</i> seperti <i>google</i> atau <i>yahoo.com</i> untuk mencari materi/bahan tugas kuliah.</p> <p>8. Puas menggunakan internet untuk men-<i>download</i> bahan kuliah</p>	Likert

	atau informasi lain. 9. Puas menggunakan internet untuk mendapatkan/membaca berita. 10. Puas menggunakan internet agar tidak ketinggalan informasi.		hiburan lainnya.	
Sosial (Penggunaan internet untuk kebutuhan sosial).	11. Puas menggunakan internet untuk membaca/menulis <i>email</i> . 12. Puas menggunakan internet untuk berkomunikasi melalui <i>mailing list</i> (milis) atau forum diskusi. 13. Puas menggunakan internet untuk mencari atau berkomunikasi dengan teman. 14. Puas menggunakan internet untuk <i>chatting</i> (ngobrol). 15. Puas menggunakan internet untuk membaca/menulis blog.	Likert	<p>Teknik analisa yang digunakan dalam penelitian ini adalah statistika deskriptif yang bertujuan menggambarkan bagaimana karakteristik responden (demografis), tingkat <i>internet self-efficacy</i>, tingkat inovasi (<i>innovativeness</i>), penggunaan internet (<i>internet use</i>), dan kepuasan menggunakan internet (<i>gratifications</i>) dari responden dalam penelitian ini.</p> <p>Selanjutnya, berdasarkan asumsi yang dibangun dalam kerangka teori, yaitu terdapat pengaruh di antara berbagai variabel dalam penelitian ini, maka akan dilakukan juga pengujian model statistika dasar dengan menggunakan metode analisis jalur (<i>path analysis</i>) yang merupakan sebuah metode yang digunakan untuk menguji bentuk model hubungan antara variabel.</p> <p>Penghitungan analisis jalur dilakukan dengan jalan melakukan penghitungan regresi ganda (<i>multiple regressions</i>) dua tahap terhadap berbagai variabel yang dianggap memiliki hubungan. Tahap pertama dilakukan penghitungan regresi ganda terhadap variabel-variabel yang memiliki hubungan langsung dengan variabel <i>endogenous</i>. Tahap kedua dilakukan kembali penghitungan regresi ganda terhadap variabel-variabel yang berhubungan tidak langsung dengan variabel <i>endogenous</i>.</p> <p>Selanjutnya, nilai koefisien jalur (<i>path coefficient</i>) akan dimasukkan dalam model untuk kemudian dilihat signifikansinya. Hubungan-hubungan yang memiliki nilai koefisien jalur tidak signifikan akan dikeluarkan dari model,</p>	
<i>Leisure and entertainment</i> (Penggunaan internet untuk waktu luang dan hiburan).	16. Puas menggunakan internet untuk sekedar <i>browsing</i> . 17. Puas menggunakan internet untuk bermain <i>game online</i> . 18. Puas menggunakan internet untuk mengunjungi situs-situs	Likert		

untuk selanjutnya dilakukan kembali penghitungan regresi ganda.

Untuk menguji apakah model yang terbentuk sudah lebih baik dibandingkan dengan model awal, kemudian dilakukan penghitungan *fit coefficient* dengan menggunakan rumus tertentu. Setelah itu, dihitung juga besarnya *indirect effect* dan *direct effect* serta *total effect* dari model yang telah disesuaikan.

Variabel-variabel yang terdapat dalam sebuah model *path analysis* terbagi dalam dua variabel, yaitu variabel *exogenous* (variabel yang mengenai anak panah) dan variabel *endogenous* (variabel yang dikenai anak panah). Selain itu, juga sudah jelas dan diketahui variabel mana yang memengaruhi variabel lainnya.

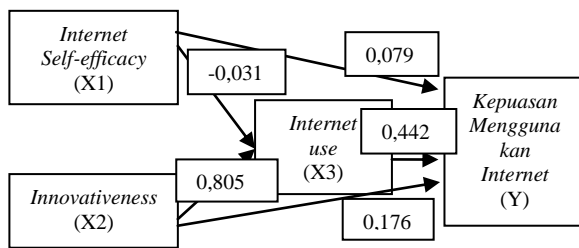
Variabel *exogenous* dalam model penelitian ini adalah variabel *internet self-efficacy*, tingkat inovasi (*innovativeness*), dan internet use. Sedangkan variabel *endogenous* dalam penelitian ini adalah kepuasan memanfaatkan internet.

Beberapa hal yang menarik dalam penelitian ini akan dibahas berkaitan dengan hasil penelitian yang sudah dilakukan. Di antara hal-hal tersebut ialah variabel Kepuasan menggunakan internet tidak dipengaruhi oleh *Internet self-efficacy*. Variabel *Internet self-efficacy* juga tidak dipengaruhi oleh variabel *Internet use*. Yang menyebabkan tidak berpengaruhnya variabel *Internet self-efficacy* terhadap variabel kepuadan menggunakan internet disebabkan oleh rendahnya tingkat keyakinan diri terhadap penggunaan internet (*Internet self-efficacy*). Meskipun diatas 90% responden telah mengenal internet lebih dari 3 tahun dapat dikatakan mereka hanya

menggunakan fasilitas yang ada dalam internet sesuai dengan yang mereka butuhkan, seperti *browsing* situs internet, *chatting*, mengunduh data dari internet dan hal-hal yang mereka anggap mudah saja. Sementara jika ada masalah teknis, mereka tidak mengerti apa yang harus dilakukan. Hasil penelitian ini berbeda dengan penelitian yang dilakukan oleh Eastin dan LaRose (2000) menunjukkan mereka yang gmenenal dan menggunakan internet lebih dari dua tahun memiliki keyakinan dan kemampuan menggunakan internet yang tinggi.

Untuk variabel *Innovativeness*, pengaruhnya terhadap variabel Kepuasan menggunakan internet ialah sebesar 22,8%. Hal ini dapat dikatakan bahwa mereka yang semakin positif memiliki orientasi terhadap penerimaan teknologi dan inovasi baru, maka akan cenderung menggunakan internet untuk beragam bentuk kepuasan yang bisa mereka dapatkan. Terbukti dengan dilakukannya pengujian yang melibatkan variabel *Innovativeness* dan *Internet use*. Kedua variabel tersebut diuji bersama-sama terhadap variabel Kepuasan menggunakan internet dan hasilnya memiliki koefisien Beta 34,42%.

Sementara untuk variabel *Internet use* memiliki pengaruh yang lebih kuat terhadap variabel Kepuasan menggunakan internet yaitu sebesar 43,8%. Kekuatan pengaruh *Internet use* berkaitan erat dengan aktivitas pemenuhan kebutuhan mencari informasi, berita, artikel, materi subjek perkuliahan tambahan seta kebutuhan komunikasi sampai kebutuhan hiburan lainnya.



Sebagaimana diketahui internet merupakan media interaktif, para pengguna dituntut untuk aktif sebagaimana yang dijelaskan dalam teori *uses and gratifications*. Setiap pengguna internet dituntut untuk mengetahui dan memiliki kemampuan dalam menggunakan komputer dan fasilitas yang ada dalam internet. Hubungan antara kedua variabel tersebut merupakan hubungan yang dapat diartikan bahwa Kepuasan menggunakan internet dipengaruhi oleh kemampuan menggunakan internet. Sehingga semakin meningkat kemampuan menggunakan internet akan meningkat pula kepuasan yang dicapai responden.

D. Kesimpulan

Penelitian tentang analisis pengaruh hubungan *Internet self-efficacy*, *Innovativeness*, dan *Internet use* terhadap Kepuasan menggunakan internet memperoleh hasil sebagai berikut:

1. Tidak terdapat hubungan dan pengaruh langsung yang signifikan antara variabel *Internet self-efficacy* terhadap variabel Kepuasan menggunakan internet. Demikian juga variabel ini tidak memiliki hubungan dan pengaruh terhadap *Internet use*. Hal ini menjadi menarik karena dari hasil penelitian terdahulu kedua variabel tersebut memiliki hubungan

2. Ada hubungan dan pengaruh langsung antara variabel *Innovativeness* terhadap variabel Kepuasan menggunakan internet. Begitu juga ada hubungan dan pengaruh variabel ini terhadap variabel *Internet use*.
3. Terdapat hubungan dan pengaruh yang signifikan antara variabel *Internet use* terhadap variabel Kepuasan menggunakan internet.

Penelitian ini memiliki implikasi teoritis bagi perkembangan ilmu komunikasi. Seperti penelitian-penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh beberapa peneliti seperti Eastom dan LaRose (2000) yang meneliti tentang pengalaman menggunakan internet (*Prior internet experience*), *Internet self-efficacy*, *Internet use* dan *Psychology of Digital Divine*). Dari hasil penelitian itu terungkap bahwa responden yang memiliki pengalaman menggunakan internet kurang dari dua tahun cenderung memiliki *Internet self-efficacy* yang lebih rendah dibanding dengan responden yang telah menggunakan internet diatas dua tahun. Sebagaimana diketahui responden yang menggunakan internet lebih dari tiga tahun sebanyak 90%. Apa yang dialami oleh responden dalam menggunakan internet (*Internet use*) selama lebih dari tiga tahun belum cukup menjelaskan pengaruh rasa percaya diri menggunakan internet (*Internet self-efficacy*) mereka terhadap kepuasan menggunakan internet. Dapat dilihat bahwa antara *Internet self-efficacy* terhadap kepuasan menggunakan internet ketika diuji bersama-sama tingkat inovasi (*Innovativeness*) dan penggunaan internet (*Internet use*) tidak mempunyai hubungan dan pengaruh.

Penelitian lainnya dilakukan oleh Dutta-Bergmann (2002), dimana *Innovativeness* merupakan salah satu dari beberapa konstruk/bentuk dalam psikologi yang penting dalam menjelaskan penggunaan internet sebagai salah satu bentuk inovasi seseorang. Ia menyebutkan bahwa *Innovativeness* merujuk pada suatu kecenderungan yang terdapat dalam diri pemakai untuk menggunakan teknologi baru, produk baru, dan merek baru selain dari yang telah ada sebelumnya. Karena itulah selanjutnya disebutkan pula bahwa penggunaan internet secara positif berhubungan dengan tingkat inovasi (*Innovativeness*). Tingkat inovasi dalam penelitian ini terlihat bahwa responden yang memiliki kecenderungan menerima sesuatu yang inovatif mereka akan semakin antusias dalam menggunakan internet dan mendapatkan kepuasan menggunakan internet.

Sementara pengalaman responden menggunakan internet (*Internet use*) dalam penelitian ini menunjukkan bahwa hubungan dan pengaruh yang kuat terhadap kepuasan penggunaan internet. Hal ini bisa dilihat dari hasil penelitian sebanyak 43,8% penggunaan internet (*Internet use*) dapat menjelaskan hubungan dan pengaruhnya terhadap kepuasan penggunaan internet.

Dari penelitian ini dapat dilihat dan dibandingkan dengan beberapa penelitian lainnya, bahwa masing-masing memberikan implikasi teoritis dan perkembangan yang berbeda pula. Sebagai sebuah temuan, penelitian yang sudah dilakukan ini memiliki hasil berbeda dengan penelitian-penelitian jenis yang sama yang sudah dilakukan di luar negeri. Hal tersebut wajar karena kondisi dan lokasi penelitian yang

berbeda berpengaruh berbeda pula pada hasil penelitian itu sendiri.

Implikasi praktis dari penelitian ini ialah memberikan masukan bagi para pengguna internet, terutama bagi mereka yang bergerak dibidang pendidikan. Internet sebagai salah satu media yang dapat digunakan dalam prose belajar, pencarian informasi, hiburan dan lainnya hendaklah bisa digunakan semaksimal mungkin untuk kepentingan pendidikan karena memberikan manfaat dan kepuasan yang berbeda dalam sisi proses belajar, pencarian informasi, hiburan dibandingkan dengan media lainnya.

Selain itu juga bagi institusi pendidikan yang menggunakan dan memberikan layanan internet, mereka dapat memberikan suatu muatan pendidikan, informasi dan hiburan yang terintegrasi. Institusi pendidikan juga diharapkan memberikan layanan berkualitas dan terjangkau bagi para pengguna jasanya dengan internet sebagai investasi tidak hanya bagi institusi tersebut, tetapi juga bagi siswa/mahasiswanya. Hal ini tidak bisa dihindarkan lagi, karena dengan menguasai dan menggunakan internet siapapun akan mendapatkan nilai tambah dalam ilmu pengetahuan, wawasan serta daya saing selama bijak menggunakannya dan untuk hal-hal yang positif.

DAFTAR REFERENSI

Buku:

- Stafford, Thomas F. Stafford, Marla Royne. & Schkade, Lawrence L. 2004. *Determining Uses and Gratifications for the Internet*. Journal Decision Sciences. 35.
- Wood, Andrew F & Smith, Matthew J. 2005. *Online Communication Linking*

- Technology, Identity, & Culture.* Penelitan, Pendidikan, dan Penerangan
Lawrence Erlbaum Associates, Ekonomi Sosial. Jakarta.
Publishers.
- Go, Veronica. (2004). *Evolution of the University Business Model and Infrastructure Planning Due to Technological Innovations. Master of Science in the Management of Technology at the Massachusetts Institute of Technology.*
- O'Connor, John. 2001. *Marketing in the digital age.* Pearson Education Limited, England.
- Middleberg, Don. 2001. *Winning PR in the wored world.* Library of Congress Cataloging-in-Publication Data.
- Hartley, Darin E. 2001. *Selling E-Learning.* Amer Society for Training.
- Hill, David T. & Sen, Krishna. 2005. *The Internet in Indonesia's New Democracy.* Routledge. New York.
- Eastin, Matthew S. & LaRose, Roberts. (2000). *Internet Self-Efficacy and The Psychology of The Digital Divide.* <http://jcmc.indiana.edu/vol6/issue/eastin.html>
- Neuman, W. Lawrence. 2003. *Social Research Methods: Qualitative and Quantitative Approaches-5th ed.* Allyn and Bacon.
- Singarimbun, Masri. 1995. *Metode Survai. Edisi revisi.* Cetakan Kedua. Lembaga
- Jurnal:**
- Liebowitz, J. Stan & Alejandro Zentner. (2011). *The Internet as a Celestial TiVo.* Available at SSRN: <http://ssrn.com/abstract=1922391> or <http://dx.doi.org/10.2139/ssrn.1922391>
- Dutta-Bergman, Mohan J. 2002. *Beyond Demographic Variables: Using Psychographic Research to Narate The Story of Internet Users.* <http://www.utpjournals.com/simile/issue7/dutta1.html>
- Hills, Peter & Argyle, Michael. 2002. *Uses of the Internet and their Relationships with Individual Differences in Personality.* <http://www.digitalorigins.net/identity/documents/Uses%20of%20the%20internet%20and%20their%20relationships%20with%20individual%20differences%20in%20personality.doc>
- Majalah:**
- Majalah SWA sembada No. 24 / XXIII / 8-21
November 2007.