

# BAB I PENDAHULUAN

## A. Latar Belakang Masalah

Dewasa ini, perkembangan teknologi modern tidak menjadi suatu hal yang menakjubkan. Berbagai macam model sudah terlihat, ini semua tidak terlepas dari perkembangan teknologi informasi dan komunikasi mulai dari media cetak dahulu sampai sekarang ke media elektronik.<sup>1</sup> Kemajuan teknologi tersebut semakin memudahkan manusia untuk berhubungan antara satu dengan lainnya. Berbagai informasi yang terjadi di belahan dunia dengan secara cepat dapat diketahui oleh manusia pada benua yang lain. Hal ini tidak terlepas dari pengaruh era globalisasi yang ditandai oleh semakin majunya teknologi komunikasi dan disebut juga dengan era informasi. Pada era informasi, masyarakat juga semakin banyak mendapatkan pilihan media untuk menyerap informasi.

Perkembangan teknologi komunikasi dan informasi yang pesat, dapat ditandai dengan ditemukannya internet.<sup>2</sup> Menurut Laquey (1997), asal mula internet tercipta oleh suatu ledakan tak terduga di tahun 1969, yaitu dengan lahirnya Arpanet, suatu proyek eksperimen Kementerian Pertahanan Amerika Serikat bernama DARPA (*Department of Defense Advance Research Projects Agency*). Misi awalnya sederhana, yaitu mencoba menggali teknologi jaringan

---

<sup>1</sup> Media cetak dan media elektronik merupakan bagian dari media massa. Media massa pada dasarnya dapat dibagi menjadi dua kategori, yakni media massa cetak dan media elektronik. Media cetak yang dapat memenuhi kriteria sebagai media massa adalah surat kabar dan majalah. Sedangkan media elektronik yang memenuhi kriteria media massa adalah radio siaran, televisi, film, media *on-line* (internet). (Baca buku: Elvinaro Ardianto, dkk, *Komunikasi Massa; Suatu Pengantar*, (Bandung: Simbiosis Rekatama Media, 2007) h. 103).

<sup>2</sup> Internet adalah jaringan komunikasi global yang terbuka dan menghubungkan ribuan komputer di dunia. Internet pada mulanya dikembangkan oleh ARPAnet salah satu lembaga atau jaringan agen proyek riset lanjutan dari pemerintah Amerika di akhir tahun 1960-an untuk kepentingan militer Amerika Serikat. Tahun 1980-an beberapa Universitas di Amerika bekerja sama dengan ARPAnet untuk mengembangkan jaringan internet secara lebih luas. Dan pada tahun 1995 lebih dari 4,8 juta haus komputer sudah tersambungkan dengan layanan internet dengan pemakaian diperkirakan mencapai 50 juta orang di seluruh dunia. (Baca buku: Mac Bride, *Internet Menjelajahi Dunia Cyberspace Yang Sangat Luas*, alih bahasa; Sugeng Panut, (Jakarta: Kesaint Blanc, 2001), h. 2-3).

yang dapat menghubungkan para peneliti dengan berbagai sumber daya yang jauh seperti komputer dan pangkalan data yang besar.<sup>3</sup>

Internet telah memberi suatu solusi yang sangat praktis bagi masyarakat dalam mencari informasi dan juga terjalinnya komunikasi untuk memenuhi kebutuhan. Saat ini banyak orang dalam mencari data dan informasi yang dibutuhkan tidak lagi datang ke toko-toko buku maupun perpustakaan, tetapi cukup dengan mengakses internet di mana saja dan kapan saja tergantung *mood* dari masyarakat itu sendiri. Salah satu tempat yang paling banyak dipilih oleh masyarakat yang ada di kota Banda Aceh dalam mem-*browsing* internet sekarang ini adalah warung kopi yang menyediakan layanan Wi-Fi.<sup>4</sup>

Wi-Fi adalah singkatan dari *Wireless fidelity*. Wi-Fi merupakan salah satu media komunikasi *online* atau layanan internet yang menggunakan teknologi tanpa kabel. Di kota Banda Aceh, secara mudah dapat menemukan warung kopi yang menggunakan fasilitas Wi-Fi. Hanya dengan membeli kopi secangkir di warkop,<sup>5</sup> maka konsumen (masyarakat) dapat menikmati internet gratis dengan bermodalkan laptop juga tentunya. Warung kopi merupakan sarana bagi orang Aceh untuk menikmati secangkir kopi.

Pasca bencana Tsunami yang melanda propinsi Aceh pada tanggal 26 Desember 2004 silam & setelah penandatanganan MoU Helsinki antara GAM-RI pada tahun 2005, perkembangan pembangunan warung kopi berfasilitas Wi-Fi khususnya di kota Banda Aceh tumbuh bak jamur setelah hujan. Hampir semua sudut dapat ditemukan warung kopi, mulai dari yang bentuknya sederhana sampai dengan warung kopi bercorak modern. Dan bisa dipastikan pula bahwa semua warung kopi tersebut selalu tidak pernah sepi dikunjungi oleh pelanggannya masing-masing. Apalagi ditambah dengan jadwal pembukaan dan penutupan warkop dapat dikatakan hampir  $\pm$  24 jam. Mulai dari pagi di buka jam 7.00 sampai malam ditutup jam 3.00 dini hari. Itu terlepas dari musim pertandingan sepak bola di TV. Kalau lagi maraknya pertandingan bola di TV di tambah dengan piala dunia (*world cup*) warung kopi bisa di buka 24 jam. Salah satu

---

<sup>3</sup> Elvinaro Ardianto, dkk, *Komunikasi Massa; Suatu Pengantar*, (Bandung: Simbiosis Rekatama Media, 2007), h. 151.

<sup>4</sup> Warung Kopi *online* adalah warung kopi yang menyediakan layanan internet Wi-Fi kepada pelanggan warung kopi secara gratis.

<sup>5</sup> Warkop adalah singkatan dari warung kopi.

alasan yang paling akurat dari para pelanggan tersebut adalah selain Wi-Fi gratis, mereka juga menonton pertandingan sepak bola dengan fasilitas layar tancap.

Dalam satu kesempatan Wakil Walikota Banda Aceh Illiza Saa'dudin Djamal mengatakan, “bahwa hampir 80 % warkop di Banda Aceh kini telah menyediakan fasilitas jaringan internet.” Kondisi ini merupakan dukungan untuk mewujudkan Banda Aceh sebagai *Kota Cyber*.<sup>6</sup>

Nongkrong di warung kopi sudah menjadi tradisi bagi orang Aceh, warung kopi tidak saja berfungsi sebagai tempat minum kopi, tetapi juga sebagai pusat untuk mendapatkan berbagai informasi, membuat forum diskusi, ajang perkuliahan dan juga tempat rapat (*meeting*), serta sebagai tempat curhat sesama teman. Dulu, yang menikmati kopi di warkop-warkop adalah orang tua-tua saja, bahkan banyak orang tua melarang keras anaknya nongkrong di warung kopi, apabila ada orang tua yang kebetulan duduk di warung kopi tersebut melihat anak-anak yang lagi nongkrong, maka mereka akan mengusirnya. Sekarang kebiasaan nongkrong di warung kopi tidak lagi didominasi oleh satu kalangan saja, tetapi sudah milik semua golongan dalam masyarakat Aceh, khususnya yang berdomisili di kota Banda Aceh.

Warung kopi adalah bagian dari irama kehidupan dan dianggap teman setia para kaum muda dan tua di kota Banda Aceh. Secara *sosio-cultural*, hampir semua kalangan, mulai dari rakyat biasa hingga kalangan elit, selalu minum di warung kopi. Kebiasaan ngopi di warung kopi bagi remaja muslim di kota Banda Aceh tidak mutlak disebabkan oleh rasa dan aroma kopi yang disajikan, tetapi lebih dipengaruhi oleh keinginan untuk berinteraksi. Buktinya, sebagian besar warung kopi yang ada di kota Banda Aceh hanya menyediakan minuman kopi berbahan baku kopi Robusta. Padahal, bagi penikmat kopi sejati, mereka pasti akan mencari warkop atau *cafe*<sup>7</sup> yang menyediakan kopi arabica, karena aromanya yang tajam dan rasanya yang lebih nikmat.

Kondisi yang demikian semakin memperlihatkan bahwa fungsi warung kopi bergeser, dari sebuah tempat minum kopi menjadi ruang publik. Ruang yang

---

<sup>6</sup> Mengintip Keunikan Kedai Kopi di Aceh, diposkan pada 19 November 2011, <http://wisata.kompasiana.com/kuliner/2011/11/19/mengintip-keunikan-kedai-kopi-di-aceh-411746.html>.

<sup>7</sup> *Cafe* adalah nama keren dari warung kopi, sedang dalam bahasa Aceh di kenal dengan *Keudee Kupa*.

menjadi milik semua elemen masyarakat. Ruang yang memberi kebebasan bagi mereka untuk ngobrol, nongkrong, bercengkerama, termasuk melepas lelah (wahana hiburan). Secangkir kopi menjadi e-mail dan *password* untuk izin menikmati suasana dan ikut berinteraksi dengan orang lain yang sedang berada di warung kopi tersebut. Rutinitas baru ini menggantikan *mindset* lama dengan paradigma baru ngopi kalau lagi ‘ngenet’. Realitas tersebut telah membentuk satu komunitas baru yaitu “Wi-Fi mania”.

Warung kopi pada akhirnya menjadi ruang publik multifungsi. Tempat minum kopi yang sejatinya berfungsi sebagai rumah inspirasi. Dari ruang itu berbagai informasi, baik rumor, fakta dan data terus *ter-update*. Informasi dari berbagai redaksi bergulir bagai bola salju, menggelinding dan makin membesar sampai akhirnya menjadi konsumsi publik. Di tempat ini pula informasi itu akhirnya kembali dalam bentuk *feedback* (umpan balik) yang biasanya dibumbui dengan berbagai komentar.

Dengan ngopi sekaligus ngenet telah membuat masyarakat Aceh khususnya remaja muslim di kota Banda Aceh mendapatkan suatu kesenangan tersendiri yaitu dapat dikatakan dengan ngopi di warung kopi yang menggunakan fasilitas Wi-Fi suatu kegiatan yang memberi kesenangan tersendiri kepada mereka, sehingga mereka kalau mau minum kopi lebih tertarik minumannya di warung kopi+Wifi.

Berdasarkan deskripsi di atas, penulis merasa tertarik untuk meneliti lebih mendalam lagi mengenai “ Pengaruh Penggunaan Wi-Fi Di Warung Kopi Terhadap Kepuasan Diri Remaja Muslim Di Kota Banda Aceh.”

## **B. Rumusan Masalah**

1. Seberapa baik penggunaan Wi-Fi di warung kopi oleh remaja muslim di kota Banda Aceh?
2. Seberapa tinggi tingkat kepuasan diri yang diperoleh remaja muslim terhadap penggunaan Wi-Fi di warung kopi di kota Banda Aceh?
3. Adakah pengaruh penggunaan Wi-Fi di warung kopi terhadap kepuasan diri remaja muslim di kota Banda Aceh?

### **C. Tujuan Penelitian**

Secara umum tujuan dari penelitian ini untuk mengetahui secara terinci tentang penggunaan Wi-Fi di warung kopi dan kepuasan diri remaja muslim di kota Banda Aceh. Sedangkan rincian tujuan yang ingin dicapai adalah:

1. Untuk mengetahui seberapa baik penggunaan Wi-Fi di warung kopi oleh remaja muslim di kota Banda Aceh.
2. Untuk mengetahui tingkat kepuasan diri yang diperoleh remaja muslim terhadap penggunaan Wi-Fi di warung kopi di kota Banda Aceh?
3. Untuk mengetahui pengaruh penggunaan Wi-Fi di warung kopi terhadap kepuasan diri remaja muslim di kota Banda Aceh?

### **D. Kegunaan Penelitian**

Apabila tercapai tujuan penelitian sebagaimana yang telah ditunjukkan di atas, maka dari itu hasil penelitian ini diharapkan bermanfaat sebagai:

1. Secara teori, diharapkan dapat bermanfaat untuk menjadi nilai tambah bagi khazanah keilmuan ilmu komunikasi Islam dan pengembangannya.
2. Secara praktis, hasil penelitian ini diharapkan dapat membawa nilai positif bagi setiap kalangan yang ingin mendalami tentang penggunaan Wi-Fi di warung kopi dan kepuasan yang didapatkan oleh remaja muslim di kota Banda Aceh.
3. Secara akademisi, hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi pengetahuan dan aplikasi baru terhadap penggunaan analisis dalam penelitian komunikasi dan menjadi bahan bacaan yang ilmiah serta sumber referensi bagi peneliti selanjutnya yang ingin mengembangkan penelitian ini, khususnya di lingkungan Mahasiswa Pascasarjana IAIN SU Medan.

## **E. Sistematika Penulisan**

Hasil penelitian ini diuraikan secara sistematis ke dalam lima bab. Bab pertama merupakan latar belakang masalah, rumusan masalah, batasan istilah, tujuan penelitian dan kegunaan penelitian.

Pada bab kedua, merupakan lanjutan dari bab satu yang dipaparkan di dalamnya berkenaan dengan landasan teori dan konsep yang meliputi; gambaran umum tentang Wi-Fi, teori kegunaan dan kepuasan khalayak (*uses and gratifications*), penelitian terdahulu, kerangka konsep dan hipotesis.

Selanjutnya bab ketiga memaparkan tentang metodologi penelitian yang mencakup; jenis penelitian, tempat dan waktu penelitian, populasi dan sampel, metode pengumpulan data, pengukuran variabel, pengertian operasional variabel, kisi-kisi instrumen, teknik pengolahan data, dan teknik analisis data.

Bab keempat merupakan hasil penelitian yang merupakan jawaban terhadap rumusan masalah yaitu “Pengaruh penggunaan Wi-Fi di warung kopi terhadap kepuasan diri remaja muslim di kota Banda Aceh”.

Terakhir bab kelima merupakan penutup yang berisikan kesimpulan dan saran.

## BAB II

### LANDASAN TEORI DAN KONSEP

#### A. Gambaran Umum Tentang Wi-Fi Dan Internet

##### 1. Sejarah Perkembangan Wi-Fi

###### a. Pengertian Wi-Fi

Wi-Fi adalah nama lain yang diberikan untuk produk *Wireless Local Area Network* (WLAN<sup>8</sup>) adalah jaringan komputer yang menggunakan gelombang radio sebagai media transmisi data. Informasi (data) ditransfer dari satu komputer ke komputer lain menggunakan gelombang radio. WLAN sering disebut sebagai jaringan nirkabel atau jaringan *wireless*. Ada tiga *range* frekuensi umum dalam transmisi *wireless*, yaitu sebagai berikut: (1) Frekuensi *microwave* dengan *range* 2 s.d 40 Ghz, cocok untuk transmisi *point-to-point*. *Microwave* juga digunakan pada komunikasi satelit. (2) Frekuensi dalam *range* 30 Mhz s.d 1 GHZ cocok untuk aplikasi *omnidirectional*, *range* ini ditujukan untuk *range broadcast radio*. (3) *Range* frekuensi lain yaitu antara 300 s.d 200000 GHz, untuk aplikasi lokal, adalah spektrum infra merah. Infra merah sangat berguna untuk aplikasi *point-to-point* dan *multipoint* dalam area terbatas, seperti sebuah ruangan.<sup>9</sup>

Awalnya Wi-Fi ditujukan untuk penggunaan perangkat nirkabel dan Jaringan Area Lokal (LAN<sup>10</sup>), namun saat ini lebih banyak digunakan untuk mengakses internet. Hal ini memungkinkan komputer dengan kartu nirkabel (*wireless card*) atau *personal digital assistant* (PDA) dapat terhubung dengan internet melalui *access point* (atau dikenal dengan hot spot terdekat).

---

<sup>8</sup> WLAN (*Wireless Local Area Network*) merupakan teknologi yang menyediakan jaringan LAN melalui jarak pendek, khususnya batas antara kurang dari 150 meter dan biasanya dalam satu gedung. (Baca buku; Sutarman, *Pengantar Teknologi Informasi*, Jakarta: Bumi aksara, 2009) h. 194).

<sup>9</sup> Tim Penelitian Dan pengembangan Wahana Komputer, *Konsep Jaringan Komputer dan Pengembangannya*, (Jakarta: Salemba Infotek, 2003) h. 46.

<sup>10</sup> LAN adalah jaringan komputer yang mencakup area dalam satu ruang, satu gedung, atau beberapa gedung yang berdekatan. Sebagai contoh, jaringan dalam satu kampus yang terpadu atau di sebuah lokasi perusahaan tergolong sebagai LAN. LAN umumnya menggunakan media transmisi berupa kabel. Namun, ada juga yang tidak menggunakan kabel dan disebut sebagai *wireless LAN* atau LAN tanpa kabel. Kecepatan LAN berkisar dari 10 Mbps sampai 1 Gbps. (Baca buku: Abdul Kadir, *Pengenalan Sistem Informasi*, (Yogyakarta: ANDI, 2002), h. 247).

Wi-Fi dirancang berdasarkan spesifikasi IEEE 802. 11. Yang ditetapkan oleh sebuah institusi Internasional yang bernama *Institute of Electrical and Electronic engineers* (IEEE). Saat ini secara umum ada beberapa variasi dari IEEE 802. 11, yaitu: (1) standar IEEE 802. 11a, yaitu Wi-Fi dengan frekuensi 5Ghz yang memiliki kecepatan 54 Mbps dan jangkauan jaringan 300 m. (2) standar IEEE 802. 11b, yaitu Wi-Fi dengan frekuensi 2,4 Ghz yang memiliki kecepatan 54 Mbps dan jangkauan 300 m.

Teknologi Wi-Fi yang diimplementasikan adalah standar IEEE 802. 11 g, karena standar tersebut lebih cepat untuk proses transfer data dengan jangkauan jaringan yang lebih jauh serta dukungan vendor. Perangkat tersebut bekerja di frekuensi 2,4 Ghz atau disebut sebagai pita frekuensi ISM (*Industrial, Scientific and Medical*) yang juga digunakan oleh peralatan lain, seperti *microwave oven*, *cordless phone*, dan *bluetooth*.<sup>11</sup>

Pada dasarnya, sistem yang digunakan pada jaringan Wi-Fi adalah analogi dengan HT (*handie-talkie*). Alat ini dapat mengirim dan menerima sinyal radio. Suara yang dikirimkan akan diterima oleh *mikrophone* dan di-*encode*-kan menjadi frekuensi radio dan ditransmisikan melalui antena. Pada alat yang lain sinyal radio tersebut diterima oleh antena dan di-*decode*-kan sinyal radio tersebut sehingga dapat didengar melalui speaker. Hal ini tidak berbeda dengan komputer yang dapat berfungsi sebagai *transmitter* dan *receiver*.<sup>12</sup>

Wi-Fi dapat di akses dengan peralatan Wi-Fi *certified* Radio seperti komputer, laptop, PDA atau *Cellphone*. Untuk Laptop versi terbaru keluaran tahun 2007, sudah terdapat Wi-Fi *on board*. Bila belum tersedia pemakai dapat menginstal *Wi-Fi* PC Cards yang berbentuk kartu di PCMCIA Slot yang terdapat di laptop atau Wi-Fi USB. Untuk PDA, pemakai dapat menginstal *Compact Flash* format Wi-Fi radio di *slot* yang telah tersedia. Bagi pengguna yang komputer atau PDA-nya menggunakan Windows XP, hanya dengan memasang kartu ke *slot* yang tersedia, Windows XP akan dengan sendirinya mendeteksi area di sekitar Anda dan mencari jaringan Wi-Fi yang terdekat dengan Anda. Amatlah mudah

---

<sup>11</sup> Tri Kuntoro Priyambodo dan Dodi Heriadi, *Jaringan Wi-fi; Teori dan Implementasi*, (Yogyakarta: Andi, 2005) h. 1-2.

<sup>12</sup> Eko Priyo Utomo, *Pengantar Jaringan Komputer Bagi Pemula*, (Bandung: Yrama Widya, 2006) h. 102.



menemukan tanda apakah peranti tersebut memiliki fasilitas Wi-Fi, yaitu dengan mencermati logo *Wi-Fi Certified* pada kemasannya. Meskipun Wi-Fi hanya dapat diakses di tempat yang bertandakan *Wi-Fi Hotspot*, jumlah tempat-tempat umum yang menawarkan *Wi-Fi Hotspot* meningkat secara drastis. Hal ini disebabkan karena dengan dijadikannya tempat mereka sebagai *Wi-Fi hotspot* berarti pelanggan mereka dapat mengakses internet yang artinya memberikan nilai tambah bagi para pelanggan.

Wi-Fi dibuat dengan tujuan untuk membawa kemudahan dan kepraktisan bagi masyarakat pengguna teknologi. Wi-Fi diasosiasikan dengan kebebasan karena teknologi Wi-Fi memberikan kebebasan kepada pemakainya untuk mengakses internet atau mentransfer data dari ruang *meeting*, kamar hotel, kampus, dan *cafe-cafe* yang bertanda “*Wi-Fi Hotspot*”. Wi-Fi membuat masyarakat tidak perlu direpotkan lagi untuk memasang kabel *network*.

#### **b. Cara Kerja Wi-Fi (LAN)**

Berbicara tentang cara kerja Wi-Fi (LAN) dalam hal kecepatan transmisi data, maka dapat digolongkan menjadi 3 kelompok, yaitu:

##### 1) *Low Speed PC Network*

Kecepatan transmisi data pada *Low Speed PC Network* kurang dari 1 Mbps dan biasanya diterapkan untuk *personal komputer*. Contoh dari jenis ini adalah *Omninet* oleh *Corvus systems (Network bus)*, *Constalation* oleh *Corvus System (star network)*, *Apple talk* oleh *Apple Corporation*.

##### 2) *Medium Speed Network*

Kecepatan transmisi data pada *Medium Speed Network* berkisar antara 1-20 Mbps dan biasanya diterapkan untuk *mini komputer*. Contoh dari jenis ini adalah *Ethernet* oleh *Xerox*, *ARC Net* oleh *Datapoint Corporation*, *Wangnet* oleh *Wang Laboratories*.

##### 3) *High Speed Network*

Kecepatan transmisi data pada *High Speed Network* lebih dari 20 Mbps dan biasanya diterapkan untuk *mainframe komputer*. Contoh dari jenis ini

adalah *Loosely Coupled Network* oleh *Control Data Corporation*, *Hyper Channel* oleh *Network System Corporation*.<sup>13</sup>

### c. Spesifikasi Wi-Fi<sup>14</sup>

Teknologi internet berbasis Wi-Fi dibuat dan dikembangkan sekelompok insinyur Amerika Serikat yang bekerja pada Institute of Electrical and Electronic Engineers (IEEE) berdasarkan spesifikasi IEEE 802.11. Sekarang ini ada empat variasi dari 802.11, yaitu:

- 1) 802.11a
- 2) 802.11b
- 3) 802.11g
- 4) 802.11n

Spesifikasi b merupakan produk pertama Wi-Fi. Variasi g dan n merupakan salah satu produk yang memiliki penjualan terbanyak pada 2005.

Tabell: Spesifikasi Wi-Fi

Kecepatan	Frekuensi Band	Cocok dengan
11 Mb/s	~2.4 GHz	B
54 Mb/s	~5 GHz	A
54 Mb/s	~2.4 GHz	b, g
100 Mb/s	~2.4 GHz	b, g, n

Secara teknis operasional, Wi-Fi merupakan salah satu varian teknologi komunikasi dan informasi yang bekerja pada jaringan dan perangkat WLAN (wireless local area network). Dengan kata lain, Wi-Fi adalah sertifikasi merek dagang yang diberikan pabrikan kepada perangkat telekomunikasi (internet) yang bekerja di jaringan WLAN dan sudah memenuhi kualitas kapasitas interoperasi yang dipersyaratkan.

<sup>13</sup> Wahana Komputer, *Konsep Jaringan Komputer*,... h. 10.

<sup>14</sup> Gunadi Dwi Hantoro, *WiFi (Wireless LAN); Jaringan Komputer Tanpa Kabel*, (Bandung: INFORMATIKA, 2009). Tth.

#### **d. Komponen Wi-Fi**

Dalam membentuk suatu jaringan Wi-Fi, maka diperlukan beberapa perangkat agar komunikasi antara station dapat dilakukan. Secara umum, komponen Wi-Fi itu terdiri atas perangkat berikut ini:

- 1) Komputer/PC atau Laptop
- 2) Access Point (AP), device transceiver ini terhubung dengan jaringan (LAN) melalui kabel (biasanya berupa UTP). Berfungsi untuk mengirim dan menerima data serta sebagai buffer data antara Wi-Fi dengan Wired LAN.
- 3) Extension Point, berfungsi untuk menambah cakupan jaringan layaknya repeater untuk client ditempat yang lebih jauh.
- 4) Antena
- 5) Wireless LAN Card, dapat berupa PCMCIA yang berfungsi sebagai interface antara sistem operasi jaringan client dengan format interface udara ke Access Point (AP).

#### **e. Wi-Fi Hardware**

Hardware wi-fi yang ada di pasaran saat ini ada berupa :

- 1) PCI
- 2) USB
- 3) PCMCIA
- 4) Compact Flash



Gambar 1: Wi-fi dalam bentuk USB



Gambar 2: Wi-fi dalam bentuk PCI

#### **f. Model Konfigurasi Wi-Fi**

Ada 2 model konfigurasi utama pada Wi-fi, yaitu:

1) Ad-Hoc

Jaringan Ad-Hoc terbentuk bila antara terminal yang telah dilengkapi Wireless LAN Card saling tersambung tanpa melalui Access Point. Contoh dari jaringan Ad-Hoc adalah jaringan yang memiliki konfigurasi Peer to peer.

2) Infrastruktur (Client Server)

Infrastruktur Wi-Fi adalah sebuah konfigurasi jaringan dimana jaringan wireless tidak hanya terhubung dengan sesama jaringan wireless saja. Akan tetapi, terhubung juga dengan jaringan wired. Agar jaringan wireless dapat terhubung dengan jaringan wired, maka diperlukan Access Point.

#### **g. Instalasi Wi-Fi**

Salah satu keuntungan penggunaan Wi-Fi adalah kesederhanaan dalam masalah instalasinya. Pada beberapa laptop terbaru sekarang ini, sudah dilengkapi dengan *card* yang *support* (mendukung) terhadap teknologi Wi-Fi. Namun jika Anda membeli laptop atau komputer baru dan belum dilengkapi dengan fasilitas yang mendukung teknologi Wi-Fi, maka Anda tidak perlu khawatir karena anda bisa dengan mudah terkoneksi ke jaringan dengan menambahkan card 802.11 ke laptop atau PC Anda.

Secara umum, cara penginstalan perangkat-perangkat Wi-Fi adalah sebagai berikut:

- 1) Siapkan peralatan yang digunakan untuk membangun sebuah jaringan *wireless*, yaitu perangkat *access point*, *wireless card*, kabel *network*. Pastikan bahwa laptop atau notebook yang Anda gunakan sudah mendukung *wireless* atau belum. Hal tersebut biasanya ditunjukkan dengan lambang *wireless*. Jika sudah siap, maka lanjutkan ke langkah no 4. Namun jika belum mendukung *wireless*, maka Anda perlu mengikuti langkah ke-2 dan seterusnya.

- 2) Jika Anda menggunakan PC, masukkan *wireless card* ke PCI slot, tapi jika menggunakan laptop/notebook, maka gunakan PCMCIA *card* yang bisa dimasukkan melalui port USB.
- 3) Install *wireless card* tersebut dengan CD *driver* yang biasanya sudah disertakan ketika Anda membeli *card* tersebut.
- 4) Koneksikan *access point* ke koneksi *ethernet* PC. Masukkan nomor IP yang sesuai dengan *access point* yang digunakan. Biasanya pada buku manual *access point*, diberikan nilai IP *default*, misalnya: menggunakan nomor 192.168.0.55.
- 5) Buka *web browser* Anda dan ketikkan <http://192.168.0.55>.
- 6) Pilih menu *log in* dan masukkan *user name* dan *password* yang sesuai. Pada beberapa perangkat *access point* digunakan dikombinasikan *user name* dan *password* yang berbeda. Anda dapat melihat hal tersebut pada buku manual perangkatnya.
- 7) Kemudian pilih pada menu *wireless*, dan masukkan SSID (*Service Set Identifier*) yang Anda gunakan. SSID ini berfungsi sebagai nama jaringan *wireless* Anda yang membedakan dengan jaringan *wireless* yang lain.
- 8) Aktifkan pada menu *Encryption* dengan meng-*enable* WEP *encryption*. Masukkan kode *password* sebagai proteksi.
- 9) Pada *account amin*, masukkan *password* yang susah untuk dilacak. Jangan meninggalkan *access point* dalam keadaan *default* pada *user name* dan *password*, karena hal tersebut akan mempermudah penyelandup untuk masuk dan mengacaukan jaringan.
- 10) Untuk melakukan *setting* pada komputer *client*, Anda dapat melakukannya dengan masuk pada Control Panel. Klik ikon *Wireless Network Setup Wizard*. Masukkan SSID kemudian masukkan *Network key* yang sesuai, dan ikuti langkah selanjutnya sampai PC Anda terkoneksi ke jaringan *wireless* yang ada.<sup>15</sup>

---

<sup>15</sup> Utomo, *Pengantar Jaringan Komputer*,... h. 108.

#### **h. Keamanan Pada Wi-Fi**

Hotspot pada jaringan Wi-Fi dapat diberikan *security* agar hanya orang-orang tertentu saja yang dapat masuk ke jaringan dan menggunakan berbagai fasilitas yang ada. Wi-Fi hotspot merupakan titik yang terbuka, *security* titik ini dapat ditutup dengan diberikan kunci WEP (*Wireless Equivalent Privacy*). Kunci WEP merupakan sistem enkripsi data 802.11 yang dikirim melalui udara. WEP mempunyai dua variasi yaitu enkripsi 54 bit (sebenarnya 40 bit) dan enkripsi 128 bit (sebenarnya 104 bit). Enkripsi 128 bit lebih aman dan sering digunakan pada jaringan Wi-Fi untuk mencegah pengguna lain masuk tanpa izin.

Beberapa tips yang bisa digunakan untuk memproteksi jaringan nirkabel Anda, antara lain seperti di bawah ini.

- 1) Mengganti nama dan *password* yang ada pada perangkat *access point*.  
Ketika Anda membeli alat *access point*, maka perusahaan *vendor*-nya telah memberikan *username* dan *password* secara *default*, yang mudah diingat. Untuk mencegah penyusup masuk ke lingkungan jaringan Anda, maka hendaknya *username* dan *password* diganti dengan yang lain. Untuk pencegahan lebih lanjut, Anda bisa mengganti *username* dan *password* secara teratur.
- 2) Mengaktifkan fasilitas enkripsi  
Perangkat *access point* mendukung fasilitas enkripsi yaitu proses yang digunakan untuk mengacak data yang akan dikirim dan diterima. Hendaknya Anda mengaktifkan fasilitas enkripsi tersebut.
- 3) Mengganti nama SSID  
Seperti sudah dijelaskan di atas, bahwa SSID dipakai sebagai nama jaringan. Ketika seorang *hacker* mengetahui bahwa nama jaringan *default* yang sudah diberikan perusahaan *vendor* perangkat *access point* tidak diubah maka, dia melihat bahwa jaringan nirkabel yang ada belum dikonfigurasi dengan baik dan ada kemungkinan untuk ditembus.
- 4) Mengaktifkan MAC *Address filtering*  
Perangkat *access point* yang Anda pasang akan mencatat setiap MAC *Address* yang telah terhubung kepadanya. Anda dapat mengonfigurasi beberapa MAC *Address* tertentu saja yang bisa terhubung. Masukkan MAC

*Address* komputer yang boleh terhubung ke dalam filter *MAC Address* pada perangkat *access point* Anda.

5) Nonaktifkan fasilitas *broadcast* dari SSID

Untuk pengguna rumahkan di mana SSID pasti sudah Anda ketahui, maka fasilitas ini hendaknya Anda matikan. Hal ini untuk mencegah orang lain yang mengetahui SSID jaringan nirkabel Anda sehingga dapat menumpang akses internet secara gratis.

6) Memberikan alamat IP statis pada klien

Seiring dengan semakin bertambahnya komputer pada sebuah jaringan, seorang administrator lebih suka mengaktifkan fasilitas DHCP sehingga memberikan alamat IP secara otomatis kepada klien yang akan terhubung ke jaringan nirkabel. Karena dengan memanfaatkan fasilitas DHCP itu akan memudahkan *hacker* mengetahui alamat IP pada jaringan nirkabel Anda.

7) Memilih lokasi pemasangan *access point* yang tepat dan aman

Hal ini menjaga agar sinyal tidak keluar dari jangkauan area yang diinginkan. Sinyal yang bocor keluar akan memudahkan *hacker* masuk dan menyusup ke jaringan nirkabel Anda.

8) Gunakan jika sedang ada keperluan

9) Ketika Anda tidak menggunakan jaringan nirkabel tersebut, maka hendaknya Anda mematikan perangkat *access point* yang ada. Hal ini mungkin bisa dilakukan pada jaringan *wireless* di rumah, sebelum Anda pergi ke luar kota, sebaiknya matikan dulu perangkat *access point* agar tidak ada orang lain yang dapat menggunakan internet gratis via jaringan Anda. Namun jika perusahaan, tentu memerlukan koneksi yang setiap waktu sebaiknya tidak dimatikan, namun gunakan tips yang lain untuk melindungi jaringan Anda.<sup>16</sup>

---

<sup>16</sup> *Ibid*, h. 110.

### **i. Keuntungan Wi-Fi**

Saat ini pemanfaatan Wi-Fi telah banyak digunakan baik untuk aplikasi internal perusahaan (privat) maupun lokasi publik (*Hotspot*). Faktor pendorong penggunaan Wi-Fi yaitu Mobility, Jaringan tanpa kabel dan Kemudahan akses. Beberapa keuntungan yang didapat dari penggunaan Wi-Fi, diantaranya:

- 1) Mobilitas tinggi
- 2) Kemudahan dan kecepatan instalasi
- 3) Fleksibel
- 4) Menurunkan biaya kepemilikan
- 5) Scalable
- 6) Produktifitas

### **j. Kelemahan Wi-Fi**

Selain keuntungan-keuntungan diatas, Wi-Fi juga memiliki beberapa kelemahan atau faktor penghambat. Sedangkan faktor penghambat penggunaan Wi-Fi yaitu Keamanan, Biaya, Pendukung, dan Kecepatan. Beberapa kelemahan dari penggunaan Wi-Fi, diantaranya:

- 1) Sistem keamanan terbatas
- 2) Tingkat kecepatan dipengaruhi oleh keadaan lingkungan
- 3) Topologi ruangan, daerah dan cuaca
- 4) Pengaruh gelombang radio
- 5) Biaya komponen Wi-Fi cukup besar
- 6) Kapasitas jaringan cukup terbatas<sup>17</sup>

---

<sup>17</sup> Hantoro, *WiFi (Wireless LAN)*, tth.



## 2. Sejarah Perkembangan Internet

### a. Pengertian Internet dan jaringannya

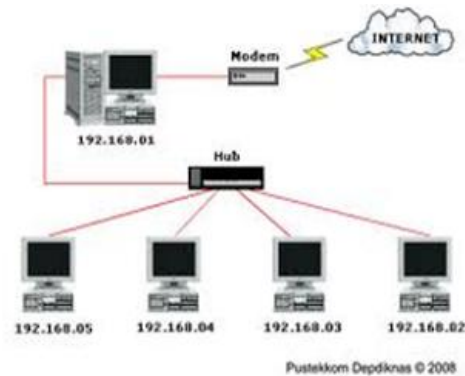
Pengertian internet dapat dirumuskan sebagai “A large collection of computers in networks that are tied together so that many users can share their vast resources” (Williams, 1999).

Menurut Laudon dan Laudon (2007), internet adalah jaringan dari jaringan global yang menggunakan standar universal untuk menghubungkan jutaan jaringan yang berbeda. Tampaklah bahwa pengertian internet tidak hanya terbatas pada aspek perangkat keras

(infrastruktur) berupa seperangkat komputer yang saling berhubungan satu sama lain dan memiliki kemampuan untuk mengirimkan data, baik berupa teks, pesan, grafis, maupun suara. Dengan kemampuan yang demikian ini, maka dapat dikatakan bahwa internet merupakan suatu jaringan komputer yang saling terkoneksi dengan jaringan komputer lainnya di seluruh penjuru dunia (Kitao, 1998).

Dengan demikian, pengertian internet juga mencakup piranti lunak berupa data yang dikirim dan disimpan yang sewaktu-waktu dapat diakses. Beberapa komputer yang saling berhubungan satu sama lain dapat menciptakan fungsi sharing yang secara sederhana hal ini dapat disebut sebagai jaringan (*networking*). Fungsi sharing yang tercipta melalui jaringan (*networking*<sup>18</sup>) tidak hanya mencakup fasilitas yang sangat dan sering dibutuhkan, seperti printer atau modem maupun yang berkaitan dengan data atau program aplikasi tertentu.

Internet merupakan contoh jaringan terbesar yang menghubungkan jutaan komputer yang tersebar di seluruh penjuru dunia dan tak terikat pada suatu organisasi pun. Siapa saja dapat bergabung pada internet. Dengan menggunakan jaringan ini, sebuah organisasi dapat melakukan pertukaran informasi secara internal ataupun melakukan pertukaran informasi secara eksternal dengan



<sup>18</sup> Sudirman Siahaan, *Penelitian Penjajagan Tentang Kemungkinan Pemanfaatan Internet Untuk Pembelajaran di SLTA Wilayah Jakarta dan Sekitarnya; dalam Jurnal Pendidikan dan Kebudayaan*, Tahun ke -8 No 039. 2002.

organisasi-organisasi yang lain. Dalam hal ini, jaringan tersusun atas berbagai jenis komputer dan sistem operasi.<sup>19</sup>

Internet juga merupakan jaringan longgar dari ribuan jaringan komputer yang menjangkau jutaan orang di seluruh dunia.<sup>20</sup> Sidharta, menyatakan bahwa internet adalah sumber daya informasi yang menjangkau seluruh dunia. Oleh sebab itu, informasi yang dapat diperoleh melalui internet sangat luas, dan dapat diartikan bahwa internet bisa menyediakan berbagai macam informasi dari segala bidang kajian ilmiah maupun informasi non ilmiah.<sup>21</sup>

Supaya bisa berhubungan dengan internet, seorang pemakai dapat mengakses komputer pada perusahaan yang telah terkoneksi ke internet atau perlu menjadi pelanggan dari sebuah ISP (*Internet Service Provider*). Alternative lain, cukup melakukan pengaksesan pada warung-warung internet (warnet). ISP adalah organisasi komersial yang bergerak dalam bidang penyediaan jasa akses ke internet. Beberapa contoh ISP di Indonesia dapat dilihat pada Tabel berikut.

Tabel 2: Daftar beberapa ISP di Indonesia

<b>Nama ISP</b>	<b>Situs</b>
INDO.NET	www.indo.net.id
INDOSAT net	www.indosat.net.id
Link Net	www.link.net.id
Wasantara Net	www.wasantara.net.id

Koneksi jutaan computer di Internet ditangani dengan menggunakan protocol TCP/IP (*Trasmission Control Protocol/Internet Protocol*). Protokol ini mensyaratkan bahwa setiap computer di dalam jaringan internet harus memiliki identitas yang unik yang dinamakan nomor atau alamat IP. Nomor ini terdiri atas empat bilangan dengan masing-masing bernilai antara 0 sampai dengan 255, dan antar bilangan dipisahkan oleh tanda titik. Contoh alamat IP: 128.252.115.5.

<sup>19</sup> Abdul Kadir, *Pengenalan Informasi*, (Yogyakarta: Andi, 2002), h. 371

<sup>20</sup> Tracy Laque, *sahabat Internet: Pedoman Bagi Pemula Untuk Memasuki Jaringan Global*, (Bandung: ITB, 1994), h. 1

<sup>21</sup> Lani Sidharta, *Internet: Informasi Bebas Hambatan*, (Jakarta: Alex Media Komputindo, 1996), h. XV

Umumnya alamat IP dinyatakan dengan nama domain. Hal ini didasarkan kenyataan bahwa mengingat alamat IP seperti 128.252.115.5. Sistem yang memetakan domain ke alamat IP disebut Domain Name Server (DNS). Server ini memelihara daftar nama jaringan lokal dan nama komputer serta alamat IP.<sup>22</sup>

Internet sebuah jaringan yang begitu kompleks namun sungguh mengagumkan. Secara logis jaringan internet di bagi ke dalam beberapa dominan, yang menurut standar IPv4 (*Internet Protocol version 4*) di-identifikasi melalui nomer IP 32 bit atau 4 angka biner yang dipisahkan dengan titik (seperti 192.168.10.25). Tipe domain standar antara lain:

1. .com = organisasi komersil
2. .edu = institusi pendidikan di Amerika
3. .ac = institusi akademik
4. .gov = institusi pemerintah
5. .mil = organisasi militer
6. .net = penyedia akses jaringan
7. .org = organisasi non-profit

Disamping itu domain juga dibagi berdasarkan negara, misalnya:

8. .au = Australia
9. .ca = Kanada
10. .id = Indonesia
11. .jp = Jepang
12. .my = Malaysia
13. .sw = Swedia
14. .th = Thailand<sup>23</sup>

---

<sup>22</sup> Kadir, *Pengenalan*,.... h. 371

<sup>23</sup> Hantoro, *WiFi (Wireless LAN)*, tth.

Sidharta, menyatakan bahwa terdapat empat pelayanan penting dalam internet, yaitu:

1. Pelayanan *Mail*, yaitu pelayanan untuk mengirim dan menerima pesan-pesan
2. Pelayanan *Telnet*, yaitu pelayanan yang memberi kesempatan kepada pengguna untuk menghubungi sistem *remote* atau sistem yang terletak di tempat yang jauh.
3. Pelayanan *File Transfer Protocol (FTP)*, yaitu pelayanan yang memberi kesempatan kepada pengguna untuk mentransfer file dari satu sistem ke sistem lainnya
4. Pelayanan *Client/Server*, yaitu di mana program *client* meminta dukungan program server.<sup>24</sup>

Internet muncul saat terjadi kesenjangan antara dua negara Adidaya, yaitu Amerika Serikat dan Uni Soviet. Hal ini dipicu oleh keberhasilan Uni Soviet dalam mengoperasikan satelit Sputnik yang mampu melancarkan rudal balistik antar benua, yang sewaktu-waktu dapat menyebabkan terjadinya perang terbuka.

LaQuey menjelaskan bahwa misi awalnya sederhana, yaitu mencoba menggali teknologi jaringan yang dapat menghubungkan para peneliti dengan berbagai sumber daya jauh seperti sistem komputer dan pangkalan data yang besar.<sup>25</sup> Hal ini dirancang untuk tujuan memelihara dan melindungi sistem informasi berlingkup nasional dan dibangun agar tahan terhadap serangan nuklir.

ARPANET berkembang menjadi beberapa jaringan yang diprioritaskan untuk kepentingan pertahanan militer Amerika Serikat, hal ini terjadi sekitar selama kurun waktu tahun 1970 sampai 1980-an. Tetapi di tahun 1989, terjadi suatu perubahan penting pada ARPANET, di mana jaringan-jaringan yang diciptakan untuk kepentingan militer itu dibongkar dan digantikan NSFNET dari *National Science Foundation*. Hal ini menandai pergeseran penting, karena internet mulai melayani tidak hanya pihak militer, tetapi juga masyarakat sipil. Internet telah tumbuh pesat sejak 1990, dan telah menjadi lebih bersifat komersial.

Kemajuan lain yang berkaitan dengan internet sebagaimana yang dikemukakan oleh Kenji Kitao adalah bahwa lebih dari lima belas juta terminal

---

<sup>24</sup> Sidharta, *Internet*,... h. 9-11.

<sup>25</sup> Laque, *sahabat Internet*,... h. 2.

komputer di seluruh dunia terkoneksi ke internet. Di samping itu, terdapat sekitar seratus juta orang yang menggunakan internet setiap harinya. Bahkan lebih jauh diperkirakan bahwa akan terjadi peningkatan sekitar 20% jumlah komputer yang terkoneksi ke internet setiap tahunnya (Kitao, 1998). Hal ini sesuai dengan bunyi 26 Hukum Moore yaitu: (1) kekuatan mikroprosesor menjadi dua kali lipat setiap delapan belas bulan (Gates, 1997 dalam Laudon dan Laudon) (2) kekuatan komputasi menjadi dua kali lipat setiap delapan belas bulan; dan (3) harga komputasi berkurang setengahnya setiap delapan belas bulan (Hukum Moore dalam Laudon dan Laudon, 2007).

Perkembangan penting yang dapat dicatat pada tahun 1991 ialah diciptakan *World Wide Web* (WWW) oleh tim Bernes-Lee di Cern, sebuah laboratorium fisika di Jeneva, Swiss. Dengan konsep WWW ini *host* internet dapat dikunjungi dan menyajikan informasi dalam berbagai bentuk seperti teks, gambar (grafis), bunyi, musik, animasi dan video. Pada tahun yang sama, diciptakan pula *Gopher* oleh Paul Linder dan Mark P. McCahil dari *university of Minnesota*, serta *Wide Area Information Servers* (WAIS) oleh Brewster Kahle.<sup>26</sup>

Segala perkembangan-perkembangan mutakhir yang terjadi pada internet telah membawa suatu perubahan besar dalam berbagai aspek kehidupan manusia. Hal ini tampak dari semakin besarnya minat manusia dalam memberdayakan fasilitas dan informasi yang tersedia di internet, seperti yang dapat dilihat dari hasil survei NUA terhadap penggunaan internet pada tabel di bawah ini.

Tabel 3: Pengguna Internet di Berbagai Negara

<b>REGION</b>	<b>AS of FEB 1999</b>	<b>AS of JAN 2000</b>	<b>AS of FEB 2000</b>
<b>WORLD TOTAL</b>	153.50 million	248.60 million	275.54 million
<b>AFRICA</b>	1.14 million	2.36 million	2.46 million
<b>ASIA/PACIFIC</b>	26. 55 million	42.60 million	54.90 million
<b>EUROPE</b>	33.71 million	64.23 million	71.99 million
<b>MIDDLE EAST</b>	0.78 million	1.29 million	1.29 million
<b>CANADA &amp; USA</b>	87.00 million	131.10 million	136.60 million
<b>SOUTH AFRICA</b>	4.50 million	7.10 million	8.79 million

<sup>26</sup> Darwin Sitompul, *Perkembangan Internet Dan Kaitannya Dengan Perpustakaan*. Seminar Ilmiah Pemanfaatan Teknologi Untuk Pemasaran Pustaka, (Medan: Makalah, 1997) h. 3.

Dari tabel di atas, tampak bahwa tingkat perkembangan pengguna internet mengalami peningkatan yang cukup signifikan, di mana pada bulan Januari 2000 sebanyak 248.60 juta dan bulan Februari 2000 sebanyak 275.54 juta pengguna, sehingga kenaikan angka tersebut 26.94 juta. Hal ini menunjukkan bahwa internet semakin dibutuhkan setiap saat, baik dalam hal pendidikan, riset, komunikasi maupun hanya sekedar hiburan.

#### b. Sumber Daya Internet

Internet memiliki banyak sumber daya, sebagaimana diperlihatkan pada tabel berikut.<sup>27</sup>

Tabel 4: Daftar Sumber Daya Pada Internet

Sumber Daya	Keterangan
e-mail	Digunakan untuk melakukan pertukaran surat elektronik.
Usenet Newsgroup	Forum diskusi.
LISTSER V	Kelompok diskusi dengan menggunakan surat elektronik.
IRC ( <i>Internet Relay Chat</i> )	Fasilitas yang memungkinkan pemakai melakukan percakapan dalam bentuk bahasa tertulis secara interaktif.
Telnet	Fasilitas yang memungkinkan pemakai melakukan koneksi (login) ke suatu sistem komputer.
FTP ( <i>File Transfer Protocol</i> )	Sarana untuk melakukan transfer berkas dari komputer lokal ke suatu komputer lain atau sebaliknya.
Gopher	Perangkat yang memungkinkan pemakai untuk menemukan informasi yang terdapat pada server gopher melalui menu yang bersifat hierarkis.

<sup>27</sup> Kadir, *Pengenalan*,.... h. 373.

Archie	Perangkat yang dapat digunakan untuk melakukan pencarian berkas pada situs FTP.
Veronica ( <i>Very Easy Rodent-Oriented Netwide Index to Computer Archivers</i> )	Merupakan kemampuan tambahan yang dipakai untuk melakukan pencarian pada situs-situs gopher.
WAIS ( <i>Wide Area Information Server</i> )	Perangkat yang digunakan untuk melakukan pencarian data pada internet yang dilaksanakan dengan menyebutkan nama basis data dan kata kunci yang dicari.
World Wide Web	Sistem yang memungkinkan pengaksesan informasi dalam internet melalui pendekatan <i>hypertext</i> .

### c. Fungsi Internet

Fungsi internet yang paling banyak digunakan secara luas adalah untuk komunikasi. Jutaan pesan dipertukarkan setiap hari di seluruh dunia melalui sistem surat elektronik (*e-mail*). Para peneliti menggunakan fasilitas ini untuk berbagi ide, informasi bahkan dokumen. Internet melalui fasilitas *email*-nya, memungkinkan kerja sama dalam proyek penelitian dan penulisan walaupun pesertanya terpisah ribuan kilometer jauhnya. Internet juga memungkinkan percakapan interaktif langsung dengan orang lain di mana saja di belahan dunia layaknya suatu *teleconference*, walaupun kata-katanya harus diketik, bukan diucapkan.<sup>28</sup>

Temu balik informasi adalah fungsi dasar kedua dari internet. Ratusan katalog perpustakaan dapat diakses secara *online* melalui internet, termasuk diantaranya katalog perpustakaan seperti *Library of Congress*, University of California dan Harvard University. Disamping itu pengguna dapat mengakses ribuan pangkalan data yang dibuka untuk umum oleh perusahaan-perusahaan, pemerintah dan organisasi nirlaba. Kita dapat mengumpulkan informasi dalam

---

<sup>28</sup> A. Ridwan Siregar, *Internet Dan Aplikasinya*, (Medan: Fakultas Sastra USU, 1996) h. 5.

berbagai topik yang tersimpan di perpustakaan-perpustakaan dan pangkalan-pangkalan data tersebut.<sup>29</sup>

Fungsi ketiga dari internet adalah penawaran produk informasi dan produk, yang mudah digunakan. Fungsi ini disediakan melalui fasilitas *World Wide Web* (WWW), sering disebut dengan *web* saja. Penyediaan fasilitas ini merupakan akibat dari banyaknya penggunaan internet dikalangan bisnis. WWW adalah suatu standar untuk menyimpan, menelusuri, memformat dan menampilkan informasi menggunakan suatu arsitek *client/server*.<sup>30</sup>

Sementara itu Quateman Mitchell dalam Khoe & Limas menyatakan kegunaan internet dalam empat fungsi, yaitu:<sup>31</sup>

1) Fungsi komunikasi

Internet adalah alat komunikasi, kegunaan yang sangat penting dari internet adalah pertukaran pesan antar manusia dengan *electronic mail* kita dapat berkomunikasi dengan tiga puluh juta orang di seluruh dunia, tanpa surat, amplop, prangko atau memijat tombol telepon. Dengan *electronic mailing list* kita dapat mengirim pesan ke ratusan orang pada waktu yang sama. Dengan *email* kita juga dapat bercakap-cakap seperti halnya telepon, tetapi apa yang kita katakan terbentuk dalam format ketikan. Untuk diskusi yang lebih besar kita menggunakan *USENET News* yang membolehkan sepuluh atau ratusan ribu partisipan yang menampilkan *many-to-many conferencing*, yang tidak terdapat dalam media tradisional. *USENET news* bisa digunakan dalam jaringan, tetapi jauh lebih cepat dan besar bila *USENET* digunakan pada internet.

2) Fungsi *Resource Sharing*

Internet menghubungkan komputer dan fasilitas *resource sharing* di antara komputer. Dengan internet, kita dapat mencari *software*, essay, data dan program dari ribuan titik distribusi di seluruh dunia. Banyak perusahaan yang menyediakan *software* gratis tentang pemasaran, penjualan dan pelayanan pada internet.

---

<sup>29</sup> *Ibid*, h. 5.

<sup>30</sup> *Ibid*, h. 6.

<sup>31</sup> Khoe Yao Tung Limas, *Cara Menjadi Kaya Dan Pintar Melalui Internet*, (Jakarta: Dinasind, 1995) h. 15-16.



### 3) Fungsi *Resource Discovery*

Navigasi untuk mencari file tertentu, dokumen, host atau orang di antara jutaan host bukan hal yang mudah. Internet menggunakan pelayanan *Resource Discovery* (navigor) yang dikembangkan akhir-akhir ini untuk membantu masalah ini. Pelayanan ini seperti mencari:

- a. Indeks jutaan pustaka yang *online*
- b. *Online bookstore*
- c. Kata kunci dari *full document* untuk mencari ribuan pustaka
- d. Ratusan dari katalog perpustakaan, termasuk *Library of Congress* dan beberapa katalog universitas ternama.

### 4) Fungsi Komunitas

Masyarakat pengguna memakai internet untuk mendapatkan *software* gratis, untuk berkomunikasi dengan yang lain, menggunakan superkomputer dan basis data atau berbagai kebutuhan. Kapabilitas, kecepatan dan berbagai pelayanan internet dan sumber daya, walaupun sulit untuk menerangkan kepada awam, tetapi menjamin orang untuk tidak meninggalkan internet dengan sekali saja dia menggunakan internet.

## 3. Pemanfaatan Internet

Internet berasal dari kata “International Network” yang merupakan sebuah jaringan komputer yang sangat besar yang terdiri dari jaringan-jaringan kecil yang saling berhubungan yang menjangkau seluruh dunia. Internet adalah kependekan dari inter-network. Secara harfiah mengandung pengertian sebagai jaringan komputer yang menghubungkan beberapa rangkaian. Jaringan internet juga didefinisikan sebagai jaringan komputer yang mampu menghubungkan komputer di seluruh dunia sehingga berbagai jenis dan bentuk informasi dapat dikomunikasikan antar belahan dunia secara instan dan global.<sup>32</sup>

Menurut Cipi Safruddin & Jabar, beberapa fasilitas internet itu antara lain

- 1) *e-mail* digunakan untuk mengirim pesan tertulis dengan sangat cepat tanpa harus terbatas oleh lokasi atau kondisi geografis, 2) *mailing list* digunakan untuk

---

<sup>32</sup> Budi Sutedjo, *Kajian Terhadap Model E-Media Dalam Pembangunan Sistem E-Ducation*, (Yogyakarta, 2004),th.

menerima e-mail atau berita otomatis tentang suatu topik, 3) Newsgroup digunakan untuk menemukan dan tukar-menukar pesan atau berita tentang suatu topik yang diberitakan, 4) *world wide web* (www) merupakan data bank yang besar dalam bentuk citra bergerak, grafik, teks, suara, tentang berbagai hal, 5) Komunikasi Interaktif layanan untuk langsung berkomunikasi dengan user lain baik yang berbasis tek, gambar dan suara dan 6) Gopher layanan untuk mencari informasi melalui menu-menu dengan mudah.<sup>33</sup>

Pemanfaatan internet juga dinikmati oleh para kandidat politik, yang menggunakan situs internet sebagai bagian dari kampanye mereka selama pemilihan. Contohnya, pada pemilihan presiden tahun 1996, dan dilakukan secara terus menerus. Situs George Bush ([www.georgebush.com](http://www.georgebush.com)) pada tahun 1999 telah melaporkan dukungan-dukungan yang diberikan oleh para gubernur, dan tokoh-tokoh politik yang lainnya kepada Bush, serta kesempatan yang diberikan kepada para relawan untuk menyumbang dan mendukung kampanye tersebut. Dalam *website* tersebut juga terdapat daftar para penyumbang kampanye yang ada dalam file-file komputer yang dapat diakses.

Bintang-bintang Hollywood dan atlet-atlet professional mulai membuat situs-situs pribadi, sehingga mereka dapat berbagi informasi tentang diri mereka tanpa membuat mereka terbebani oleh berita-berita media. Beberapa atlet, termasuk pemain *baseball* Albert Belle dan pemain sepak bola Mia Hamm, telah mempunyai *website-website* pribadi melalui [atletedirect.com](http://atletedirect.com).

Internet juga berperan dalam perkembangan suatu Negara. Pemerintah Cina menggunakan internet sebagai sarana pada permulaan abad dua puluh satu. Sekitar 300.000 orang Cina telah mengakses internet pada tahun 1998 dan diharapkan bertambah pada tahun 2000.<sup>34</sup>

---

<sup>33</sup> Cipi Safrudin, dkk, *Mengenal Komputer*, (UNY: Fakultas Ilmu pendidikan, 2002), h, 117.

<sup>34</sup> Werner J. Severin, dkk, *Teori Komunikasi; Sejarah, Metode, dan Terapan di Dalam Media Massa*, (Jakarta: Kencana, 2005), h. 8.

#### **4. Kritikan Terhadap Internet**

Penulis esai Sven Birkets berpendapat bahwa adanya perubahan dari budaya cetak ke budaya elektronik akan menyebabkan pemiskinan bahasa. Dia menyatakan bahwa komunikasi elektronik mengarah kepada penggunaan “bahasa sederhana” seperti telegram. Dia meramalkan bahwa kita akan melihat sebuah penurunan penggunaan bentuk bahasa halus seperti ambiguitas, pertentangan, ironi, dan humor.

Selain itu, dengan adanya internet telah menjauhkan orang-orang dari dunia nyata. Clifford Stoll seorang pengarang beberapa buku di internet menyatakan bahwa masalahnya adalah bahwa ”waktu tiga atau empat jam habis di depan komputer tapi tidak dengan keluarga, suami/istri atau masyarakat.

Banyak pengguna layanan internet yang juga menyadari bahwa mereka juga perlu berhati-hati terhadap informasi yang mereka terima. Para pengguna internet dan layanan jasa iklan seharusnya meninjau kembali ketepatan informasi dari layanan ini. Berita yang diterima oleh masing-masing pengguna kadang memuat informasi yang bias dipercaya, tetapi bias juga hanya memuat rumor, spekulasi, pernyataan yang sengaja diselewengkan, dan penipuan.<sup>35</sup>

#### **5. Wi-fi Sebagai *Wireless Internet* Nirkabel**

Jaringan internet saat ini semakin canggih, tidak hanya seperti jaman dulu yang menggunakan kabel, di era saat ini selain menggunakan kabel seperti fiber optic, jaringan internet juga tersedia secara nirkabel melalui sinyal semacam gelombang radio atau yang biasa disebut dengan *wireless fidelity* (Wi-Fi). Kumpulan standar IEEE untuk LAN nirkabel adalah keluarga 802.11, yang juga dikenal sebagai Wi-Fi. Terdapat tiga standar dalam keluarga ini: 802.11a, 802.11b, dan 802.11g. 27802.11n adalah standar yang baru untuk meningkatkan kecepatan dan kapasitas jaringan nirkabel. Perusahaan besar dan bisnis kecil menggunakan Wi-Fi untuk menyediakan LAN dan akses nirkabel berbiaya rendah. Hotspot Wi-Fi semakin menjamur di hotel, ruang tunggu bandar udara, perpustakaan, kafe, dan kampus universitas, yang mampu menyediakan akses mobile ke internet. Hotspot pada umumnya terdiri dari satu atau beberapa titik

---

<sup>35</sup> *Ibid*

akses yang ditempelkan di langit-langit, tembok, atau titik strategis lainnya di tempat-tempat umum untuk menyediakan cakupan nirkabel yang maksimum untuk daerah tertentu. Pengguna dalam jarak cakupan hotspot dapat mengakses internet dari laptop atau netbook atau perangkat lain yang mendukung jaringan Wi-Fi.

Wi-fi dibuat dengan tujuan untuk membawa kemudahan dan kepraktisan bagi masyarakat pengguna teknologi. Wi-fi diasosiasikan dengan kebebasan karena teknologi Wi-fi memberikan kebebasan kepada pemakainya untuk mengakses internet atau mentransfer data dari ruang *meeting*, kamar hotel, kampus dan café-café yang bertanda “*Wi-fi Hot Spot*”. Wi-fi membuat masyarakat tidak perlu direpotkan lagi untuk memasang kabel network.

## **B. Teori Kegunaan Dan Kepuasan Khalayak (*Uses and Gratifications*)**

### **1. Pengertiannya**

Landasan teori yang digunakan dalam penelitian ini adalah *Uses and Gratifications Theory* (teori kegunaan dan kepuasan) dari Herbert Blumer dan Elihu Katz (1974). Teori *Uses and Gratifications* berangkat dari pandangan bahwa komunikasi (khususnya komunikasi massa) tidak mempunyai kekuatan mempengaruhi khalayak. Inti teori *uses and gratifications* khalayak pada dasarnya menggunakan media massa berdasarkan motif-motif tertentu. Media dianggap berusaha memenuhi motif khalayak. jika motif ini terpenuhi maka kebutuhan khalayak akan terpenuhi. Pada akhirnya, media yang mampu memenuhi kebutuhan khalayak disebut media yang efektif.<sup>36</sup>

Pendekatan teori ini mengkaji apa yang dilakukan orang pada media, yaitu media untuk pemuas kebutuhannya. Menurut teori ini, komunikasi massa berguna (*utility*), bahwa konsumsi media diarahkan oleh motif (*intentionality*), bahwa perilaku media mencerminkan kepentingan dan preferensi (*selectivity*) dan bahwa khalayak sebenarnya kepala batu (*stubborn*), karena penggunaan media hanyalah salah satu cara untuk memenuhi kebutuhan psikologis dan efek media dianggap

---

<sup>36</sup> Rachmat Kriyantono, *Teknik praktis Riset Komunikasi; Disertai Contoh Praktis Riset Media, Public Relations, Advertising, Komunikasi Organisasi, Komunikasi Pemasaran*, (Jakarta: Kencana, 2008) h. 206.

sebagai situasi ketika kebutuhan itu terpenuhi.<sup>37</sup> Dalam teori ini audiensi tidak lagi dipandang sebagai orang pasif yang hanya menerima informasi yang disampaikan oleh media, tapi audiensi berlaku aktif dan selektif juga kritis terhadap semua informasi yang disampaikan oleh media.

Dengan demikian, pengguna media memainkan peran yang aktif dalam memilih dan menggunakan media. Pengguna media menjadi bagian yang aktif dalam proses komunikasi yang terjadi secara berorientasi pada tujuannya dalam media yang digunakannya. Little John menyatakan bahwa teori ini menekankan fokus pada individu khalayak ketimbang pesan dari media itu sendiri.<sup>38</sup>

Pendekatan teori *Uses and Gratifications* ditujukan untuk menggambarkan proses penerimaan dalam komunikasi massa dan menjelaskan penggunaan media oleh individu atau agregasi individu.<sup>39</sup>

Menurut Blumer dan Kartz, beberapa asumsi mendasar dari teori *uses and gratifications* adalah:

1. Khalayak dianggap aktif; artinya, sebahagian penting dari penggunaan media massa diasumsikan mempunyai tujuan.
2. Khalayak secara bebas menyeleksi media dan program-programnya yang terbaik yang bisa mereka gunakan untuk memuaskan kebutuhannya. Karena dalam proses komunikasi massa banyak inisiatif untuk mengaitkan pemuasan kebutuhan dengan pemilihan media terletak pada anggota khalayak.
3. Media bukanlah satu-satunya sumber pemuasan kebutuhan, karena itu media massa harus bersaing dengan sumber-sumber lain untuk memuaskan kebutuhannya. Kebutuhan yang dipenuhi media hanyalah bagian dari rentangan kebutuhan manusia yang lebih luas. Bagaimana kebutuhan ini terpenuhi melalui konsumsi media amat bergantung kepada perilaku khalayak yang bersangkutan.

---

<sup>37</sup> Jalaluddin Rakhmat, *Metode Penelitian Komunikasi*, (Bandung: Remaja Rosda Karya, 2005) h. 217.

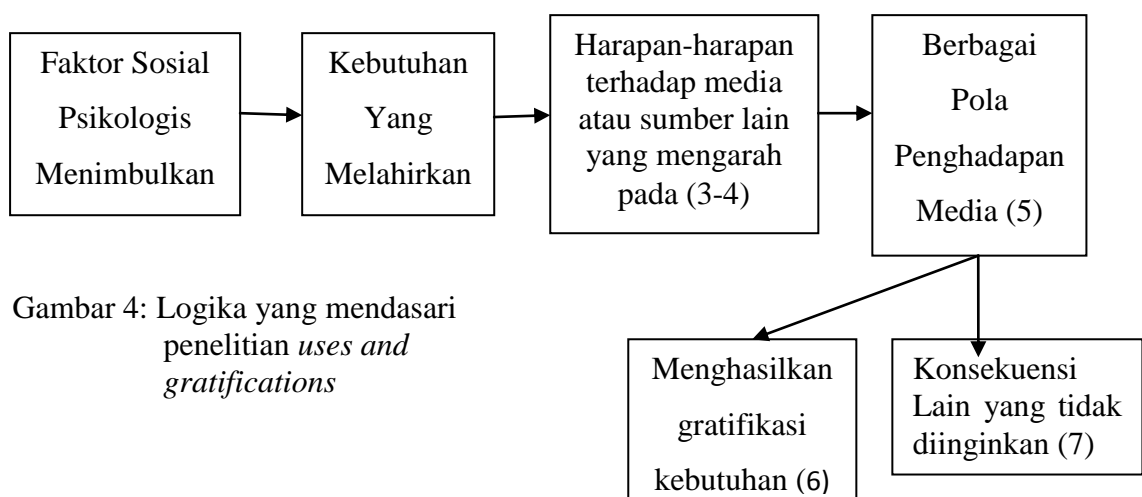
<sup>38</sup> Little John, *Theories of Human Communication*, (California: Wdsworth Publising Company, 2002) h. 323.

<sup>39</sup> Onong Uchjana Effendy, *Ilmu, Teori dan Filsafat Komunikasi*, (Bandung: Citra Aditya Bakti, 2000) h. 289.

4. Khalayak mempunyai kesadaran diri yang cukup akan penggunaan media mereka. Minat dan motifnya dalam kasus-kasus tertentu dapat memberikan sebuah gambaran yang akurat mengenai kegunaan tersebut kepada para peneliti.
5. Penilaian mengenai nilai isi media hanya dapat dinilai oleh khalayak.<sup>40</sup>

*Uses and Gratifications* meneliti asal mula kebutuhan manusia secara psikologis dan sosial, yang menimbulkan harapan tertentu dari media massa atau sumber-sumber lain (atau keterlibatan pada kegiatan lain) dan menimbulkan pemenuhan kebutuhan. Penelitian yang menggunakan *uses and gratifications* memusatkan perhatian pada kegunaan isi media untuk memperoleh gratifikasi atau pemenuhan kebutuhan. McQuail (1995) mengatakan ada dua hal utama yang mendorong munculnya pendekatan penggunaan ini. *Pertama*, ada oposisi terhadap pandangan deterministik tentang efek media. Sikap ini merupakan bagian dari “penemuan kembali manusia” yang terutama terjadi pada sosiolog di Amerika. *Kedua*, ada keinginan untuk lepas dari debat yang berkepanjangan tentang selera media massa. Dalam persoalan ini pendekatan *uses and gratifications* menyajikan alternatif lain dalam memandang hubungan antara isi media dengan komunikasi, dan dalam pengkategorian isi media menurut fungsi.

Katz dan kawan-kawan (1974) dan Dennis McQuail (1975) menggambarkan logika yang mendasari penelitian *uses and gratifications* sebagai berikut:



Gambar 4: Logika yang mendasari penelitian *uses and gratifications*

<sup>40</sup> Richard West and Lynn H. Turner, *Pengantar Teori Komunikasi; Analisis dan Aplikasi*, (Jakarta: Salemba Humanika, 2008) h. 194.

Selain elemen-elemen kunci di atas, teori *uses and gratifications* membahas pula motif-motif dan alternatif fungsional untuk memenuhi kebutuhan. Contoh pemikiran yang memakai pendekatan penggunaan dan gratifikasi adalah: individu tertentu, seperti halnya sebagian besar manusia, mempunyai kebutuhan dasar untuk mengadakan interaksi sosial. Dari pengalamannya, individu ini berharap bahwa konsumsi atau penggunaan media massa tertentu akan memenuhi sebagian kebutuhannya itu. Hal ini menuntunnya pada kegiatan menonton program televisi tertentu, membaca isi majalah tertentu dan sebagainya. Dalam beberapa kasus, kegiatan ini menghasilkan gratifikasi kebutuhan tetapi dapat pula menimbulkan kebergantungan dan perubahan kebiasaan pada individu itu. Dalam contoh ini, penggunaan media dapat dikatakan merupakan alternatif fungsional bagi interaksi yang sesungguhnya.

Teori kegunaan dan gratifikasi dirancang untuk menggambarkan proses penerimaan dalam komunikasi massa dan menjelaskan penggunaan media oleh individu atau kelompok-kelompok individu. Teori ini menyajikan kerangka bagi sejumlah studi yang berbeda-beda termasuk Katz dan Gurevitch (1994), yang menggunakan riset kegunaan dan gratifikasi untuk menjelaskan persamaan dan perbedaan berbagai media dilihat dari fungsi dan karakteristik lainnya. Penelitian ini menghasilkan bagaimana sebagian besar media itu memiliki kesamaan.

Dalam suatu penelitian terhadap penggunaan televisi oleh anak-anak, Brown (1999) memperlihatkan pentingnya media itu dalam sifatnya yang multi fungsional dan kemampuannya memberikan kepuasan yang bervariasi pada sebagian besar anak-anak, seperti memberi penjelasan tentang bagaimana orang hidup di dunia dan memberikan bahan diskusi di antara anak-anak tersebut.<sup>41</sup>

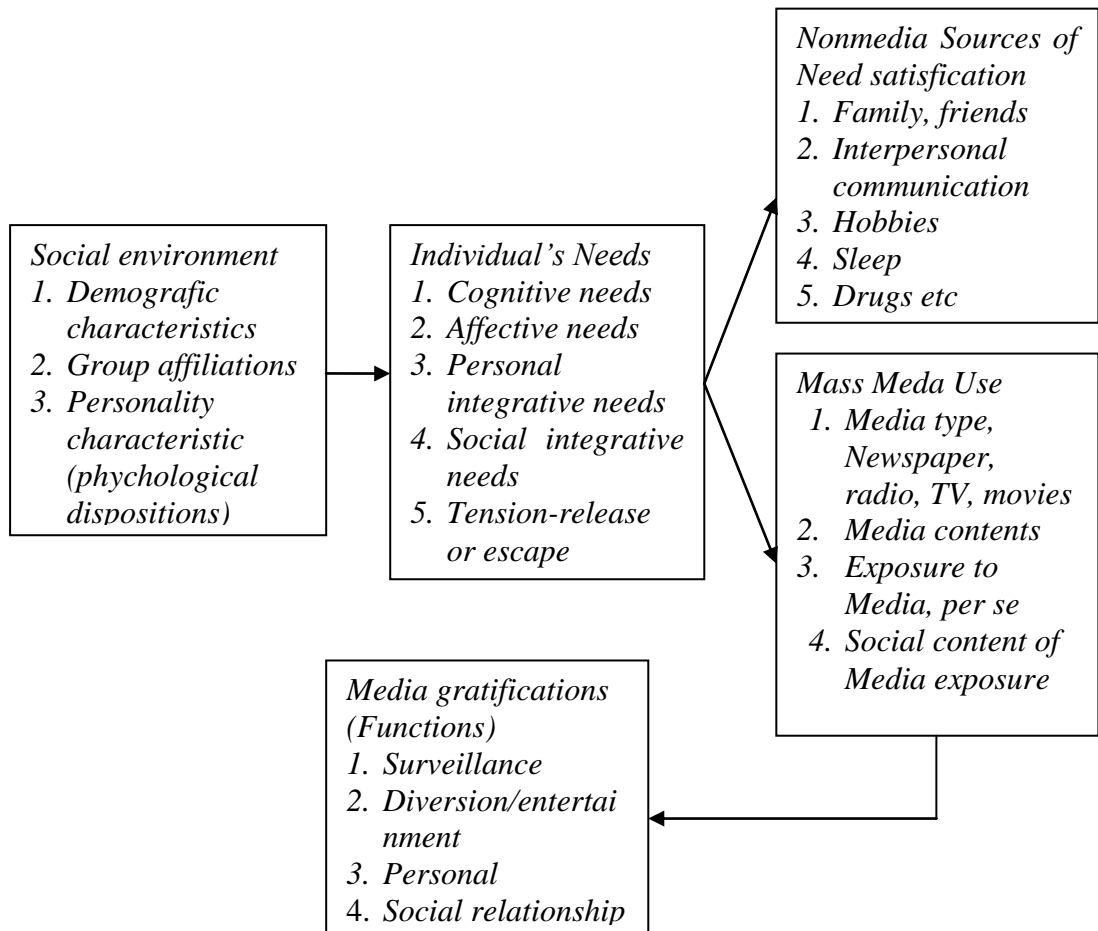
Pada dasarnya manusia mempunyai beberapa kebutuhan mendasar. Kebutuhan individual (*individual need*) dikategorikan sebagai:

1. Kebutuhan kognitif (*coqnitve needs*); kebutuhan yang berkaitan dengan peneguhan informasi, pengetahuan dan pemahaman mengenai lingkungan.
2. Kebutuhan afektif (*affective needs*); kebutuhan yang berkaitan dengan peneguhan kredibilitas, kepercayaan, stabilitas dan status individual. Hal-hal tersebut diperoleh hasrat akan harga diri.

---

<sup>41</sup> Ardianto, dkk, *Komunikasi Massa*,...h. 75

3. Kebutuhan sosial (*social integrative needs*); kebutuhan yang berkaitan dengan peneguhan kontak dengan keluarga, teman dan dunia. Hal-hal tersebut didasarkan pada hasrat untuk berafiliasi.
4. Kebutuhan pelepasan (*escapist needs*); kebutuhan yang berkaitan dengan upaya menghindari tekanan, ketegangan dan hasrat akan keanekaragaman.<sup>42</sup>



Gambar 5: Skema teori *uses and gratifications*

Kebutuhan-kebutuhan inilah yang menyebabkan timbulnya *gratifications sought* yaitu motif yang mendorong individu melakukan aktifitas dengan menggunakan media tertentu. Yang disebut motif adalah dorongan yang ditimbulkan dari sejumlah kebutuhan yang ingin dicapai individu dari suatu objek

<sup>42</sup> Onong Uchjana Effendy, *Radio Siaran Teori & praktek*, (Bandung: Mandar Maju, 1992) h. 294



tertentu yang menimbulkan perilaku individu.<sup>43</sup> Setiap individu berusaha untuk memenuhi kebutuhannya dan jika kebutuhannya terpenuhi maka muncullah kepuasan. Dalam teori *uses and gratifications*, pengguna media mempunyai pilihan alternatif dalam memuaskan kebutuhannya.

Mengenai kebutuhan, biasanya orang juga merujuk kepada hirarki kebutuhan (*need hierarchy*) yang ditampilkan oleh Abraham Maslow (1954). Ia membedakan lima perangkat kebutuhan dasar:

1. *Physiological needs* (kebutuhan fisiologis).
2. *Safety needs* (kebutuhan keamanan).
3. *Love needs* (kebutuhan cinta).
4. *Esteem needs* (kebutuhan penghargaan).
5. *Self-actualization needs* (kebutuhan aktualisasi diri).

Sehubungan dengan hirarki tersebut, kebutuhan yang menarik perhatian para peneliti *uses and gratifications* adalah kebutuhan cinta, kebutuhan penghargaan dan kebutuhan aktualisasi diri.<sup>44</sup>

Individu atau khalayak mempunyai kebebasan yang lebih besar untuk memilih atau menentukan media dan isi media yang dapat memberikan kepuasan, dibandingkan kekuasaan media untuk mempengaruhi mereka. Terdapat sumber-sumber lain yang dapat memberikan kepuasan, karena itu media harus bersaing sehingga media yang dianggap kurang kredibel atau berat sebelah secara perlahan akan kehilangan kepercayaan khalayak.<sup>45</sup>

Kepuasan khalayak dapat diukur dengan menggunakan:

1. *Gratifications sought*, yaitu kepuasan yang dicari atau yang diharapkan individu ketika menggunakan suatu jenis media tertentu.
2. *Gratifications obtained*, yaitu kepuasan yang diperoleh individu setelah menggunakan media tertentu.

Indikator terjadinya kepuasan atau tidak dapat diukur berdasarkan kesenjangan antara *gratifications sought* dan *gratifications obtained*. Jika *gratifications sought* lebih besar dari *gratifications obtained* maka terjadi

---

<sup>43</sup> Rakhmat, *Metode Penelitian*,... h. 216.

<sup>44</sup> Onong Uchjana Effendy, *Ilmu, Teori dan Filsafat Komunikasi*, (Bandung: Citra Aditya Bakti, 2003), h. 290.

<sup>45</sup> John, *Theories of Human*,... h. 274.

kesenjangan kepuasan, karena kebutuhan yang diperoleh lebih sedikit dibandingkan dengan yang diinginkan. Maka disimpulkan media tidak memuaskan khalayak. Dan jika *gratifications sought* sama dengan *gratifications obtained*, maka tidak terjadi kesenjangan kepuasan karena jumlah kebutuhan yang diperoleh lebih banyak dibandingkan dengan kebutuhan yang diinginkan. Dengan kata lain bahwa media tersebut memuaskan khalayaknya. Dengan demikian semakin besar kesenjangan yang terjadi, semakin tidak memuaskan media tersebut bagi khalayaknya. Sebaliknya, semakin kecil kesenjangan yang terjadi, maka semakin memuaskan media tersebut bagi khalayaknya.<sup>46</sup>

Individu menggunakan atau tidak menggunakan suatu media dipengaruhi sebab-sebab tertentu, yaitu didasari oleh pemenuhan kebutuhan yang ingin dipenuhi. Motif yang melatarbelakangi individu satu dengan individu yang lain dalam menggunakan media tidaklah sama. Dengan demikian *gratifications sought* adalah kepuasan yang diharapkan individu dalam menggunakan media tertentu.

Pada dasarnya masyarakat menggunakan media berdasarkan motif-motif tertentu, di mana motif timbul karena adanya suatu kebutuhan. Beberapa motif kebutuhan yang menyebabkan khalayak menggunakan media menurut Mcquail, adalah:

1. Motif informasi (*information*); kebutuhan akan informasi dari lingkungan sekitar, yaitu:
  - a. Belajar maupun secara autodidak.
  - b. Meningkatkan kesadaran akan keamanan melalui pengetahuan.
  - c. Mencari tahu peristiwa yang sedang terjadi di sekeliling, baik di tingkat nasional maupun global.
2. Motif identitas pribadi (*personal identity*); kebutuhan untuk menonjolkan sesuatu yang penting dalam kehidupan seseorang, yaitu:
  - a. Mencari model/teladan.
  - b. Mencari penguatan kepribadian.
  - c. Mendalami sosok orang lain secara lebih mendalam.

---

<sup>46</sup> Kriyantono, *Teknik Praktis Riset Komunikasi*, (Jakarta: Prenada Media Group, 2006) h. 3.

3. Motif integrasi dan interaksi sosial (*integration and social interaction*); dorongan untuk menggunakan media dalam rangka melanggengkan hubungan dengan individu lain, yaitu:
  - a. Mengidentifikasi diri dengan orang lain dan menguatkan rasa saling memiliki.
  - b. Menghubungkan diri dengan keluarga, kawan maupun masyarakat.
  - c. Mencari rekan untuk berkomunikasi/bercakap-cakap dan berinteraksi.
4. Motif hiburan (*entertainment*); kebutuhan untuk melepaskan diri dari ketegangan dan menghibur diri, yaitu:
  - a. Melepaskan diri dari permasalahan (eskapisme).
  - b. Mengistirahatkan tubuh dan pikiran.
  - c. Mengisi waktu dan pikiran.
  - d. Melepaskan diri dari permasalahan (eskapisme).<sup>47</sup>

Berdasarkan motif-motif tersebut, maka khalayak diharapkan mendapatkan kepuasan dari penggunaan media. Kategori kepuasan yang diperoleh dapat diukur dengan:

1. Kepuasan informasi: kepuasan yang berkenaan dengan kebutuhan individu akan informasi dan eksplorasi sosial.
2. Kepuasan identitas pribadi: kepuasan yang berhubungan dengan referensi diri, eksplorasi realitas, penguatan nilai, motif yang ditujukan memperkuat atau menonjolkan sesuatu yang penting dalam kehidupan atau situasi khalayak yang bersangkutan.
3. Kepuasan interaksi dan integrasi sosial: kepuasan yang meliputi integrasi dan interaksi sosial, merujuk pada kelangsungan hubungan individu tersebut dengan orang lain, persahabatan dan kegunaan sosial.
4. Kepuasan hiburan: kepuasan yang meliputi kebutuhan untuk melepaskan diri dari rutinitas, tekanan dan masalah, sarana pelepasan emosi dan kebutuhan akan hiburan.<sup>48</sup>

Proses internal yang dialami oleh khalayak dalam mencari kepuasan dari media adalah sebagai berikut:

---

<sup>47</sup> Katherine Miller, *Communication Theories: Perspektif, Proses, and context*, (Boston: McGraw Hill, 2002) h. 244.

<sup>48</sup> Dennis Mcquail, *Teori Komunikasi Massa*, (Jakarta: Erlangga, 2002) h. 72-73.

1. Khalayak akan melakukan proses seleksi (*selectivity*). Kepuasan yang diinginkan khalayak akan sesuai dengan media yang akan digunakannya. Individu yang ingin beristirahat setelah capek bekerja seharian, tentu akan memilih mendengarkan musik daripada mendengarkan dialog/debat.
2. Dilanjutkan dengan proses memperhatikan (*attention*). Pada proses ini seorang khalayak akan mengalokasikan usaha kognitifnya untuk mengonsumsi media. Seorang pelatih sepak bola tentu akan lebih teliti dalam mendengarkan informasi bola dari pada orang yang sekedar mendengar untuk mengisi waktu luang.
3. Proses keterlibatan (*involvement*). Pada proses ini seorang khalayak akan terlibat lebih dalam secara personal dengan media tersebut, bahkan juga memiliki hubungan spesial dengan karakter media tersebut. Proses ini disebut juga sebagai *para-social interaction*, misalnya orang yang maniak sepak bola bisanya akan mampu merasakan ketegangan meski hanya mendengarkan dari siaran radio.<sup>49</sup>

Terdapat beberapa alasan khalayak menggunakan media, Blumer dan Gurevitch (dalam Baran & Davis, 2009), menjelaskan adanya situasi sosial yang membuat seorang pengguna membutuhkan media, antara lain:

1. Situasi sosial dapat melahirkan konflik, ketika itu konsumsi media bisa jadi adalah obat untuk keluar dari tekanan tersebut.
2. Situasi sosial dapat meningkatkan kesadaran masyarakat untuk terus mencari informasi yang ditawarkan pada media.
3. Situasi sosial dapat membatasi peluang untuk berinteraksi di dunia nyata, disitulah media dapat berfungsi sebagai suplemen atau bahkan menggantikan kehidupan nyata tersebut.
4. Situasi sosial sering kali melahirkan nilai-nilai sosial tertentu. Pemenuhan kepuasan dari nilai-nilai tersebut dapat difasilitasi oleh konsumsi media tertentu.

---

<sup>49</sup> Miller, *Communication Theories*,... h. 245.

5. Situasi sosial dapat membuat pengguna semakin akrab dengan media. Kedekatan pengguna dengan media beserta isinya, dimaksudkan untuk mempertahankan keanggotaannya dalam kelompok-kelompok tertentu.<sup>50</sup>

Dengan demikian, teori *uses and gratification* menunjukkan bahwa yang menjadi permasalahan utama bukanlah bagaimana media mengubah sikap dan perilaku khalayak, tetapi bagaimana media memenuhi kebutuhan pribadi dan sosial khalayak. Karena khalayak adalah individu yang aktif dan selektif dalam menerima pesan yang ada dalam media massa. khalayak menggunakan media hanya sebatas memenuhi kebutuhannya sehingga menciptakan kepuasan dalam dirinya untuk memenuhi kebutuhannya.

## **2. Asal Usul Pendekatan Teori Kegunaan dan Kepuasan Khalayak (*Uses and Gratifications*)**

Teori ini merupakan pergeseran focus dari tujuan komunikator ke tujuan komunikan. Model ini menentukan fungsi komunikasi massa dalam melayani khalayak.

Pendekatan teori kegunaan dan kepuasan khalayak dijabarkan untuk pertama kalinya dalam sebuah artikel yang ditulis oleh Elihu Katz (1959) sebagai reaksi atas pernyataan Bernand Berelson (1959) bahwa bidang penelitian komunikasi sudah mati. Katz berpendapat bahwa bidang yang sedang sekarat adalah kajian komunikasi massa sebagai persuasi. Dia menunjukkan bahwa menunjukkan bahwa kebanyakan penelitian komunikasi sampai waktu itu diarahkan kepada penyelidikan efek kampanye persuasi kepada khalayak. Katz mengatakan bahwa penelitiannya diarahkan kepada jawaban terhadap pernyataan *Apa yang dilakukan media untuk khalayak (What do the media do to people?)*. Kebanyakan penelitian ini menunjukkan bahwa komunikasi massa berpengaruh kecil terhadap khalayak yang persuasi.<sup>51</sup>

Dia mengemukakan bahwa penelitian komunikasi pada masa itu kebanyakan bertujuan untuk mencari jawaban atas pertanyaan “Apa yang dilakukan media terhadap orang banyak?” dia menyebut sejumlah kajian sejenis

---

<sup>50</sup> Baran, Stanley J. & Davis, Dennis K, *Mass Communication Theory 5TH Edition*, (Boston, USA: Wadsworth Cengage Learning, 2009) h. 242.

<sup>51</sup> Effendy, *Ilmu, Teori,...* h. 289

yang sudah dilakukan. Yang cukup mengundang pertanyaan adalah kajian yang dilakukan oleh Berelson (1965). Kajian itu berjudul “*What ‘Missing the Newspaper’ Means*” (Apa Artinya ‘Melewatkan Surat Kabar’), sebuah kajian pada tahun 1949 yang dilakukan dengan mewawancarai orang mengenai apa yang mereka lewatkan selama terjadinya pemogokan surat kabar.

Selama pemogokan bagian pengiriman yang berlangsung selama dua minggu ini, sebagian besar pembaca harus mencari sumber berita lain. Kata mereka itulah yang banyak terlewatkan. Banyak orang membaca karena merasa bahwa hal itu berterima secara sosial, dan sebagian orang merasa bahwa surat kabar merupakan hal yang tidak tergantikan dalam mencari informasi mengenai berbagai persoalan yang ada di dunia. Namun demikian, banyak juga yang mencari pelarian, relaksasi, hiburan dan prestis sosial. Orang-orang ini mengerti bahwa kesadaran akan persoalan-persoalan umum sangat berharga dalam percakapan. Sebahagian yang lain mencari bantuan untuk kehidupan sehari-hari mereka dengan membaca materi berkenaan dengan mode, resep makanan, ramalan cuaca, maupun informasi bermanfaat lainnya.

Contoh lain yang dikutip oleh Katz (1959) adalah kajian Riley dan Riley (1951) yang menunjukkan bahwa anak-anak bias berintegrasi dengan mudah ke dalam kelompok-kelompok teman-teman sebaya yang “memanfaatkan” cerita-cerita petualangan di media untuk kepentingan permainan kelompok, namun anak-anak tidak dapat terintegrasi dengan mudah dengan memanfaatkan media komunikasi yang sama untuk kepentingan berfantasi dan mengkhayal. Contoh ini menggambarkan suatu aspek mendasar dari pendekatan kegunaan dan kepuasan lain orang bisa memanfaatkan pesan komunikasi yang sama untuk tujuan yang sama sekali berbeda. Kajian lainnya (Herzog, 1944) meneliti fungsi drama radio terhadap para pendengar setianya. Sebagian pendengar mendapatkan pelepasan emosional dari masalah mereka sendiri. Bagi yang lain, mendengar drama radio memberikan tempat pelarian, sedangkan kelompok ketiga mencari solusi atas persoalan mereka sendiri.<sup>52</sup>

---

<sup>52</sup> Severin, *Teori Komunikasi*,... h. 354.

### 3. Uji Empiris Teori Kegunaan dan Kepuasan Khalayak (*Uses and Gratifications*)

Salah satu manfaat dari media massa yang sering kali dimasukkan dalam daftar oleh para peneliti adalah manajemen suatu hati (*mood*). Zilmann dan Bryant (1985) telah mengembangkan gagasan ini lebih jauh lagi dalam teori manajemen suasana hati mereka, yang menyatakan bahwa orang secara selektif memanjakan diri mereka terhadap isi media massa, termasuk acara musik dan televisi, sedemikian rupa sehingga hal itu membantu mengatur suasana hati mereka.

Lometti dan Addington (1992) menguji dua pandangan yang berbeda mengenai penonton televisi. Yang pertama adalah perspektif manfaat (kegunaan) dan gratifikasi (kepuasan), yang mengemukakan bahwa penonton aktif berusaha mencari acara-acara yang memenuhi kebutuhan psikologis maupun sosial mereka. Pandangan lainnya adalah perspektif penonton pasif, yang berpendapat bahwa pertama-tama orang memutuskan menonton televisi kemudian mencari acara yang tersedia. Hasil-hasil survei probabilitas nasional tidak banyak mendukung perspektif penonton pasif, dengan persentase hanya 9 persen keputusan acara yang melibatkan orang-orang yang menonton acara apa pun yang muncul berikutnya. Beberapa penelitian lain kurang memberi dukungan pada ajaran-ajaran pokok pendekatan manfaat (kegunaan) dan gratifikasi (kepuasan). Elliot dan Rosenberg (1987), menindaklanjuti contoh penelitian pemogokan surat kabar perintis oleh Berelson 40 tahun sebelumnya, berhasil meneliti manfaat (kegunaan) media selama pemogokan surat kabar di Philadelphia pada bulan September 1985. Para peneliti mengambil keuntungan dari pemogokan surat kabar untuk mengamati hubungan antara gratifikasi (kepuasan) surat kabar yang dicari dengan manfaat (kegunaan) media selama pemogokan. Pada dasarnya, mereka meneliti apakah para pembaca surat kabar Philadelphia akan beralih ke media lain selama pemogokan untuk memenuhi fungsi-fungsi pengawasan dan kontak sosial, mengisi waktu, hiburan, dan iklan. Hasil-hasilnya menunjukkan adanya kecenderungan yang sedang-sedang saja pada pembaca untuk mendapatkan fungsi pengawasan dan kontak sosial dengan beralih ke surat kabar lain, majalah, atau berita televisi lokal, namun korelasinya tidak besar. Pencarian gratifikasi

(kepuasan) untuk membunuh waktu, hiburan, dan iklan tidak ada kaitannya dengan peningkatan kegunaan media lain.<sup>53</sup>

#### **4. Kelemahan dan Kekuatan Teori Kegunaan dan Kepuasan Khalayak (*Uses and Gratifications*)**

Seperti teori-teori lain, teori kegunaan dan kepuasan (*uses and gratifications*) tidak terlepas dari kelemahan-kelemahan. Teori ini tidak lepas dari adanya kritik, beberapa pakar menilai teori ini terlalu membesar-besarkan peran pengguna media dalam memilih media. Mereka menilai bahwa sebagian besar pengguna media adalah kelompok yang pasif dan hanya menjalani kebiasaan.

Kelemahan-kelemahan teori *uses and gratifications*, antara lain:

1. Bergantung pada analisis fungsional, yang dapat menciptakan bias terhadap status quo.
2. Tidak dapat dengan mudah memberi petunjuk ada tidaknya efek.
3. Banyak konsep-konsep kuncinya dikritik karena tidak dapat diukur.
4. Terlalu berorientasi pada level mikro.<sup>54</sup>

Teori ini meneliti asal mula kebutuhan secara psikologis dan sosial, yang menimbulkan harapan tertentu dari media massa atau sumber-sumber lain, yang membawa pada pola terpaan media yang berlainan (keterlibatan pada kegiatan lain) dan menimbulkan pemenuhan kebutuhan dan akibat-akibat lain. West dan Turner menjelaskan bahwa pada masa awal media massa, teori masyarakat massa (*Mass Society Theory*), sebuah teori yang mengasumsikan rata-rata orang merupakan korban tak berdaya dari media massa dalam mendefinisikan hubungan antara khalayak dan media yang mereka konsumsi. Pemikiran ini pada akhirnya didiskreditkan karena ilmu sosial dan pengamatan yang sederhana tidak dapat menginformasikan operasi dari media yang sangat kuat dan pesan-pesan media.<sup>55</sup>

Sebagai sebuah teori yang berkaitan dengan khalayak yang aktif, *uses and gratifications* memiliki kelebihan dalam hal melihat respons khalayak. teori ini mengasumsikan bahwa pengguna media memainkan peran aktif untuk memilih dan menggunakan sebuah media. Kelebihan-kelebihan dari teori ini, antara lain:

---

<sup>53</sup> *Ibid*, h. 359

<sup>54</sup> Davis, Dennis K, *Mass Communication*,... h. 242

<sup>55</sup> Lynn H. Turner, *Pengantar Teori Komunikasi*,... h. 100



1. Memfokuskan perhatian pada individu dalam melihat proses komunikasi massa.
2. Respek pada kemampuan intelektual dari pengguna media.
3. Menyediakan analisis yang mencerahkan bagaimana pengguna berinteraksi dengan isi media.
4. Membedakan antara pengguna aktif dengan yang pasif.
5. Mempelajari media sebagai bagian dari kehidupan sehari-hari.
6. Menyediakan wawasan yang berguna dalam proses adopsi terhadap media baru.<sup>56</sup>

### **C. Penelitian Terdahulu**

Budi Waluyo (2010), dalam “Pengaruh Instrumen Eucs, Faktor Keamanan dan Privasi, Serta Kecepatan Respon Media Terhadap Kepuasan Pengguna E-Learning”. Penelitian ini menggunakan metode penelitian kuantitatif, dimana teknik pengumpulan datanya, yaitu data primer yang diperoleh dari data kuesioner dengan menggunakan skala pengukuran, yaitu skala likert. Penelitian ini digambarkan dalam model regresi berganda, yaitu menganalisis pengaruh EUCS instrumens, keamanan dan privasi faktor, juga kecepatan faktor respon platform terhadap kepuasan pengguna e-learning.

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk memahami pengaruh kepuasan dan *user computing* (EUCS) instrumen, keamanan dan faktor privasi, juga kecepatan respon terhadap Platform kepuasan pengguna e-learning. EUCS yang dikembangkan oleh Doll dan Torkzadeh (1988) terdiri dari lima faktor yaitu isi, akurasi, format, ketepatan waktu, dan kemudahan penggunaan faktor. EUCS awalnya diasumsikan dapat diukur kepuasan pengguna teknologi informasi seperti e-learning, namun dalam era globalisasi saat ini EUCS dirasakan kurang dapat mengukur kepuasan pengguna e-learning, sehingga penelitian ini melibatkan keamanan dan faktor privasi juga kecepatan platform faktor respon.

Hasil penelitian menunjukkan hanya ada dua faktor yang berpengaruh ke kepuasan pengguna e-learning yaitu faktor ketepatan waktu dan kecepatan platform faktor respon.

---

<sup>56</sup> Dennis K, *Mass Communication*,... h. 242.

Dewi Rahayu (2013), dalam “Pengaruh *Service Quality* Terhadap Tingkat Kepuasan Mahasiswa Akuntansi Fakultas Ekonomi Universitas Maritim Raja Ali Haji Tanjung Pinang”. Penelitian ini dikategorikan menjadi kuantitatif penelitian dengan pendekatan survei. Total sampel yang diamati adalah 151 responden dari 584 siswa populasi yang ditentukan melalui rumus Yamane (1967), sedangkan teknik pengambilan sampel menggunakan Metode Simple Random Sampling. Instrumen penelitian pengujian menggunakan uji validitas, uji reliabilitas dan uji klasik asumtif. Sementara itu, teknik analisis data menggunakan regresi linier berganda dengan uji hipotesis (uji F dan uji t).

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh layanan kualitas terdiri dari reliability, responsif, asuransi, empati, dan bukti fisik terhadap kepuasan siswa dalam Jurusan Akuntansi Fakultas Ekonomi UMRAH Tanjung Pinang.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa dari perhitungan uji F, lima dimensi pengaruh kualitas pelayanan simultan terhadap kepuasan siswa dalam Akuntansi Departemen Ekonomi Fakultas UMRAH (Y). Dari perhitungan uji t terbukti bahwa secara parsial, variabel keandalan (X1), responsif (X2), asuransi (X3), dan bukti nyata (X5) mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap variabel terikat (Y), sedangkan variabel empati (X4) tidak memiliki pengaruh yang signifikan terhadap variabel terikat (Y). Dari perhitungan koefisien determinasi (*Adjusted R Persegi*) menunjukkan nilai 0,145 yang berarti bahwa pengaruh variabel bebas terhadap variabel terikat adalah 14,5%, sedangkan 85,5% sisanya dipengaruhi oleh variabel lain di luar lima variabel bebas.

Ferizal (2011), dalam “Warung Kopi Ber-WiFi Dan Pengaruhnya Terhadap Pencapaian Akademik Mahasiswa.” Penelitian ini menggunakan metode penelitian kualitatif, di mana dalam proses pengumpulan data di lapangan menggunakan teknik observasi dan wawancara secara mendalam. Penelitian ini terlebih dahulu menentukan jumlah responden yang menjadi narasumber informasi yang akan diliput. Data dikumpulkan dan kemudian diolah dengan menggunakan metode deskriptif analisis, yang dapat dalam permasalahan skripsi ini dalam menjawab pencapaian akademik mahasiswa yang menggunakan dan mengakses di warung kopi ber-WiFi. Adapun teknik pengumpulan data dilakukan

dengan metode wawancara personal secara mendalam (*in-dept interview*) dan *semi-structured*. Penelitian ini difokuskan terhadap mahasiswa Fakultas Dakwah Jurusan KPI angkatan 2008 dengan mewawancarai dan memberikan angket terhadap 30 orang dari 84 orang mahasiswa untuk mengetahui apakah mereka menggunakan fasilitas Wi-Fi yang tersedia di warung kopi yang ada di Banda Aceh.

Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui seberapa besar pengaruh penggunaan Wi-Fi sebagai salah satu sub-sistem di dalam institusi pendidikan Tinggi terhadap pencapaian akademik mahasiswa di Fakultas Dakwah IAIN Ar-Raniry Jurusan Komunikasi dan penyiaran Islam (KPI).

Penelitian ini menemukan 30 % mahasiswa KPI yang menggunakan Wi-Fi mencapai nilai akademik istimewa, sedangkan 60 % mencapai nilai akademik baik sekali, sedangkan selebihnya 10 % yang mencapai nilai baik.

Lukmanul Hakim (2011), dalam “Fenomena Penggunaan Wi-Fi Pada Warkop dan Pengaruhnya Terhadap Sosial Keagamaan Generasi Muda Aceh”. Jenis penelitian yang digunakan adalah kualitatif dengan metode yang digunakan untuk penelitian ini ditempuh dalam beberapa tahapan yaitu; pengumpulan data, yaitu data-data yang bersumber dari kepustakaan, kemudian data-data yang bersumber dari observasi lapangan dan wawancara mendalam. Data-data tersebut kemudian komparasikan antara satu sumber dengan sumber lain serta dianalisis secara sistematis agar data yang digunakan benar-benar valid dan dapat dipertanggungjawabkan secara ilmiah akademik.

Penelitian ini bertujuan; (1) Mengembangkan pemikiran teoretik tentang Wi-Fi. Internet Wi-Fi yang dimaksud adalah suatu penggalian dan penggunaan informasi mengenai bagaimana seharusnya informasi yang diperoleh di dalam internet Wi-Fi tidak mendatangkan miskomunikasi sosial, agama dan pendidikan di tengah realitas sosial masyarakat. (2) mengetahui dampak dari penggunaan Wi-Fi pada warkop-warkop terhadap perubahan sosial keagamaan generasi muda Aceh.

Hasil penelitiannya, antara lain: *pertama*, Pasca tsunami warkop di Aceh sudah banyak berubah fungsi, dulu warkop hanya sebagai tempat untuk minum kopi, nonton tv, baca koran, dan tempat nongkrong bagi mereka yang malas

bekerja. Untuk saat ini warkop tidak saja sebatas tempat untuk minum kopi atau tempat untuk nongkrong dari pagi sampai malam hari. Tetapi kehadiran warkop sudah berfungsi ganda, yaitu sebagai tempat untuk bersilaturahmi, berdiskusi, berbisnis, rapat dan lain sebagainya. *Kedua*, warkop-warkop yang menyediakan fasilitas layanan Wi-Fi sudah banyak terdapat di kota Banda Aceh dan Aceh Besar, layanan Wi-Fi terbuka bagi siapa saja yang ingin memanfaatkannya. Di kota Banda Aceh dan Aceh Besar fasilitas Wi-Fi paling banyak dimanfaatkan oleh pelajar dan mahasiswa. Bagi mereka yang ingin mengakses internet hanya cukup membawa laptop ke warkop-warkop lalu dapat mengakses internet sepuas-puasnya tanpa batas waktu yang ditentukan.

*Ketiga*, Intensitas waktu yang digunakan oleh para pelajar dan mahasiswa untuk mengakses internet sangat bervariasi, tergantung kebutuhan mereka, kalau hanya sekedar mencari informasi dari koran-koran, maka waktu yang dibutuhkan hanya beberapa menit, dan apabila mereka sudah membuka beberapa situs atau sudah bermain *games*, maka mereka sanggup duduk di warkop sampai pagi hari. *Keempat*, Dampak dari tersedianya layanan Wi-Fi pada warkop-warkop, para siswa dan mahasiswa lebih banyak menghabiskan waktu di warkop ketimbang di perpustakaan atau pada lembaga-lembaga dan organisasi yang akan mendidik mereka menjadi mandiri. Kesan yang terlihat dari mereka adalah malas, eksklusif dan kurang peduli terhadap kegiatan-kegiatan sosial dan kegiatan-kegiatan keagamaan yang ada dilingkungannya sendiri. *Kelima*, Warkop sebagai tempat layanan umum, maka mereka tidak berani untuk membuka situs-situs porno di warkop, karena akan mudah diketahui oleh orang ramai, namun hampir di setiap warkop akan mudah ditemukan pelanggan yang berani main *game poker* dengan unsur judi secara beramai-ramai, mereka berani bermain karena pemilik warkop tidak pernah melarang mereka. Padahal permainan mereka sudah bertentangan dengan norma adat, norma sosial dan norma agama yang dianut oleh masyarakat Aceh.

Mauliana (2012), dalam “Analisis Transformasi Dan Inovasi Warung Kopi Sebagai Bursa Informasi Dalam Masyarakat Aceh”. Jenis penelitian yang digunakan adalah penelitian kualitatif dengan metode penelitiannya menggunakan pendekatan deskriptif analisis dan alat pengumpul datanya dengan metode *Fokus*

*Group Discussion* (FGD). Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui secara rinci tentang transformasi dan inovasi warung kopi sebagai bursa pertukaran informasi dalam masyarakat Aceh dan sejauh mana transformasi dan inovasi warung kopi membawa perubahan di masyarakat Aceh.

Hasil penelitian yang didapat bahwa proses perubahan yang terjadi di warung kopi yaitu sebagaimana kebutuhan zaman, warung kopi yang bernuansa tradisional telah berubah menjadi modern. Saat ini warung kopi telah difasilitasi dengan Wi-Fi, ruang VIP/aula, fasilitas layar lebar dan mushala. Kemudian warung kopi juga berubah fungsi menjadi tempat interaksi sosial, antara lain menjadi tempat diskusi, tempat pertukaran informasi, berdemokrasi, bercengkerama, bahkan sebagai tempat melobi bisnis. Transformasi dan inovasi yang terjadi di warung kopi di Aceh saat ini telah banyak membawa perubahan yang sangat cepat sebagai bursa informasi. Dampak positif dari perubahan warung kopi telah mengalami perkembangan modern seiring dengan hasil dan mutu kopi Aceh yang sudah *go internasional*. Manakala dampak negatif dari perubahan warung kopi di Aceh juga dapat mencorengkan nilai-nilai kearifan lokal dan budaya Aceh.

Mufid (2011), dalam “Pengaruh Mutu Layanan Terhadap Kepuasan Pemustaka: Studi Kasus Di Perpustakaan Pusat UIN Maulana Malik Ibrahim Malang.” Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan metode survei berbasis kuesioner. Sampel sejumlah 99 responden diambil dari populasi dengan teknik *simple random sampling*. Variabel bebas penelitian ini adalah dimensi berwujud, reliabilitas, daya tanggap, jaminan dan empati, sedangkan variabel terikatnya adalah kepuasan pemustaka. Data penelitian diperoleh dari responden menggunakan kuesioner berskala Likert. Analisis data menggunakan teknik analisis regresi berganda dengan bantuan program SPSS Ver.16.

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis tingkat mutu layanan, tingkat kepuasan pemustaka, dan pengaruh mutu layanan terhadap kepuasan pemustaka untuk mewujudkan layanan perpustakaan bermutu dan memuaskan.

Hasil penelitian menunjukkan tingkat mutu layanan perpustakaan lebih dominan pada penilaian baik, tingkat kepuasan pemustaka lebih dominan pada penilaian puas, dan adanya pengaruh positif dan signifikan dimensi mutu layanan

secara bersama-sama terhadap kepuasan pemustaka. Secara parsial, dimensi empati merupakan dimensi mutu layanan yang paling berpengaruh terhadap kepuasan pemustaka dibandingkan dimensi mutu layanan lainnya. Hal ini menunjukkan bahwa dimensi mutu layanan menjadi faktor penentu dalam memberikan kepuasan pemustaka.

Riyanto (2012), dalam “Pemanfaatan Internet Dan Motivasi Belajar Terhadap Prestasi Belajar Siswa Kelas X (Studi Kasus Pada Kompetensi Keahlian Elektronika Industri Di SMK Muda Patria Kalasan)”. Penelitian ini merupakan penelitian Ex-post Facto. Populasi dalam penelitian ini adalah siswa kelas X di SMK Muda patria kalasan yang berjumlah 44 siswa. Data diambil menggunakan metode angket dan dokumentasi. Validitas instrumen angket dilakukan dengan analisis butir menggunakan rumus korelasi Product Moment dan uji reliabilitas menggunakan rumus Alpha Cronbach. Pengujian hipotesis dengan analisis korelasi Product Moment dan analisis regresi ganda, yang sebelumnya dilakukan uji persyaratan analisis meliputi uji normalitas, linieritas dan multikolinieritas.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh pemanfaatan internet dan motivasi belajar terhadap prestasi belajar siswa kelas X Elektronika Industri di SMK Muda Patria Kalasan.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa: (1) terdapat pengaruh yang positif dan signifikan antara pemanfaatan internet terhadap prestasi belajar siswa kelas X Elektronika Industri di SMK Muda Patria Kalasan sebesar 66,20% yang dilihat dari nilai  $t$  hitung = 9,074 ( $> t$  tabel = 2,017) pada signifikansi 5%, (2) terdapat pengaruh yang positif dan signifikan antara motivasi belajar terhadap prestasi belajar pada siswa kelas X Elektronika Industri di SMK Muda Patria Kalasan sebesar 52,70% yang dilihat dari nilai  $t$  hitung = 6,842 ( $> t$  tabel = 2,017) pada signifikansi 5%, dan (3) terdapat pengaruh yang positif dan signifikan antara pemanfaatan internet dan motivasi belajar terhadap prestasi belajar siswa kelas X Elektronika Industri di SMK Muda Patria Kalasan sebesar 75,60% yang dilihat dari nilai  $F$  hitung = 63,491 ( $> F$  tabel = 3,220) pada signifikansi 5%.

Ditinjau dari penelitian terdahulu, para peneliti hanya secara terpisah dan belum menyeluruh meneliti tentang media komunikasi dengan menggunakan teori

*uses and gratifications*. Maksudnya di sini, tentang media komunikasi (Wi-Fi, internet, televisi) dengan teori yang digunakan tidak bersamaan. Berdasarkan keterangan tersebut, maka peneliti ingin meneliti lebih terperinci lagi. Dengan judul penelitian “Pengaruh Penggunaan Wi-Fi Di Warung Kopi Terhadap Kepuasan Diri Remaja Muslim Di Kota Banda Aceh.”

#### **D. Kerangka Konsep**

Ada dua konsep penting dalam penelitian ini, yaitu pengaruh penggunaan Wi-Fi di warung kopi dan kepuasan diri remaja muslim di kota Banda Aceh. Pengaruh adalah respons (efek) yang terjadi pada komunikan (pengguna). Dengan demikian, yang dimaksud pengaruh penggunaan Wi-Fi di warung kopi adalah untuk mengetahui efek penggunaan Wi-Fi di warung kopi terhadap kepuasan diri remaja muslim di kota Banda Aceh setelah menggunakan Wi-Fi di warung kopi. Sub variabel yang digunakan dalam variabel bebas (X), yaitu:

- a. Frekuensi penggunaan Wi-Fi
- b. Lamanya penggunaan Wi-Fi
- c. Waktu penggunaan Wi-Fi
- d. Bentuk layanan situs yang diakses
- e. Isi layanan yang digunakan.

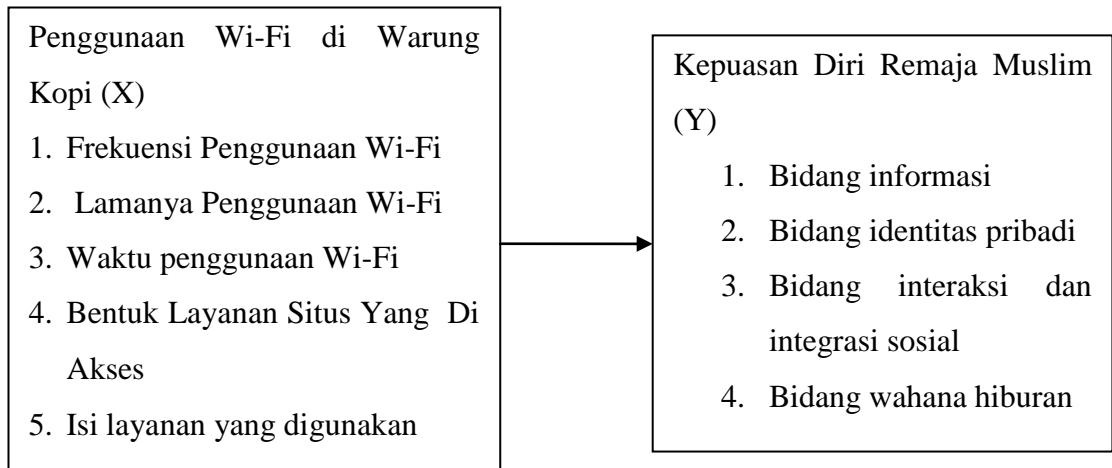
Selanjutnya, kepuasan dalam kamus bahasa Indonesia berasal dari kata puas (bentuk kata sifat) yang berarti merasa senang karena sudah terpenuhi hasrat hatinya.<sup>57</sup> Kepuasan diri remaja muslim dalam penelitian ini adalah kepuasan diri yang dicari atau diharapkan oleh remaja muslim ketika menggunakan Wi-Fi di warung kopi dan kepuasan diri yang diperoleh remaja muslim setelah menggunakan Wi-Fi di warung kopi. Karena penggunaan Wi-Fi di warung kopi merupakan salah satu cara untuk memenuhi kebutuhan psikologis, jika kebutuhan remaja muslim terpenuhi maka akan terpenuhi pula kepuasannya. Kepuasan diri remaja muslim dalam menggunakan Wi-Fi berdasarkan tujuan dan motif tertentu.

Penggunaan Wi-Fi di warung kopi yang meliputi; frekuensi penggunaan Wi-Fi, lamanya penggunaan Wi-Fi, waktu penggunaan Wi-Fi, bentuk layanan

---

<sup>57</sup> Departemen Pendidikan Nasional RI, *Kamus Besar Bahasa Indonesia*, (Jakarta: Balai Pustaka, 1982) h. 771.

situs yang diakses, isi layanan yang digunakan dipandang mempunyai pengaruh terhadap kepuasan diri remaja muslim. Oleh karena itu, kerangka penelitian ini dapat digambarkan sebagai berikut:



Gambar 6: Kerangka Konsep

X = Variabel bebas

Y = Variabel terikat

→ = Arah pengaruh

### E. Hipotesis

Hipotesis diartikan sebagai pernyataan sementara tentang hubungan antara dua atau lebih variabel.<sup>58</sup> Adapun hipotesis yang diajukan dalam penelitian ini, yaitu ada pengaruh penggunaan Wi-Fi di warung kopi terhadap kepuasan diri remaja muslim di kota Banda Aceh.

<sup>58</sup> Syukur Kholil, *Metodologi Penelitian Komunikasi*, (Bandung: Citapustaka Media, 2006) h. 82.



## **BAB III**

### **METODOLOGI PENELITIAN**

#### **A. Jenis Penelitian**

Penelitian ini adalah penelitian kuantitatif deskriptif yang bersifat lapangan dengan menggunakan pendekatan komunikasi massa yang berlandaskan teori *Uses and Gratifications*. Penelitian kuantitatif adalah penelitian yang menggunakan angka dalam penyajian data dan analisa yang menggunakan uji statistika.<sup>59</sup> Dalam hal ini, peneliti setelah menganalisa data dengan alat statistik kemudian menggambarkan secara terperinci hasil penelitian tersebut.

#### **B. Lokasi Penelitian**

Lokasi penelitian merupakan suatu tempat yang dipilih oleh peneliti untuk memperoleh data dan hal yang diperlukan dalam penelitian. Adapun lokasi penelitian ini adalah warung kopi yang menggunakan fasilitas Wi-Fi di kota Banda Aceh.

#### **C. Populasi dan Sampel**

##### **a. Populasi**

Populasi adalah keseluruhan objek penelitian, dapat berupa manusia, wilayah geografis, waktu, organisasi, kelompok, lembaga, buku, kata-kata, surat kabar, majalah dan sebagainya.<sup>60</sup> Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh remaja muslim yang berkunjung ke warung kopi yang berfasilitas Wi-Fi di kota Banda Aceh. Dalam sebulan dapat diperkirakan sekitar 600 orang remaja muslim yang berkunjung ke-10 warung kopi berfasilitas Wi-Fi.

Berikut merupakan tabel perincian warung kopi berfasilitas Wi-Fi dan jumlah remaja muslim yang mengunjunginya dalam 1 bulan terakhir.

---

<sup>59</sup> Sugiono, *Metode Penelitian kuantitatif Kualitatif dan R&D*, (Bandung: Alfabeta, 2010) h. 279.

<sup>60</sup> Kholil, *Metodologi Penelitian*,... h. 68.

Tabel 5: Warung Kopi berfasilitas Wi-Fi dan Jumlah Remaja Muslim Yang Mengunjunginya.<sup>61</sup>

No	Nama Warung Kopi	Jumlah Remaja Muslim Yang Berkunjung Dalam 1 Bulan Terakhir	Lokasi
1	3 in 1 Coffee	60 orang	Jl. Panglima Nyak Makam, Banda Aceh
2	Cut Nun Kupi	80 orang	Jeulingke, Banda Aceh
3	Dhapu Kupi	120 orang	Simp. Surabaya, Banda Aceh
4	De Helsinki Coffee	40 orang	Jl. Stadion H Murtala, Banda Aceh
5	Emte Kupi	60 orang	Batoh, Banda Aceh
6	Enjoy Coffee	30 orang	Jl. Lamrheung, Banda Aceh
7	Flamboyan Cafe	50 orang	Jl. Lamrheung, Banda Aceh
8	Galang Kupi	40 orang	Simp. Surabaya, Banda Aceh
9	Rawa Sakti Coffee	80 orang	Jeulingke, Banda Aceh
10	Terapung Coffee	40 orang	Punge, Banda Aceh
Total		600 orang	

### b. Sampel

Sampel adalah sebagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi.<sup>62</sup> Teknik pengambilan sampel yang digunakan adalah *purposive sampling*. Yaitu; teknik penentuan sampel dengan pertimbangan tertentu. Memilih orang sebagai sampel dengan memilih orang yang benar-benar mengetahui atau memiliki kompetensi dengan topik penelitian.<sup>63</sup> Objek dalam penelitian ini adalah remaja muslim. Jika objeknya kurang dari 100, lebih baik diambil semua sehingga

<sup>61</sup> Data ini peneliti peroleh dari hasil observasi peneliti di lapangan.

<sup>62</sup> Kholil, *Metodologi Penelitian*,... h. 68.

<sup>63</sup> Nanang Martono, *Metode penelitian kuantitatif; Analisis Isi dan Analisis Data Sekunder*, (Jakarta: RajaGrafindo Persada, 2010) h. 79.

penelitiannya merupakan penelitian populasi. Akan tetapi, jika jumlah objeknya besar dapat diambil antara 10 % hingga 15 % atau 20 % hingga 25 %, tentu juga dapat dilihat dari tenaga, waktu, wilayah, dan besar kecilnya suatu resiko yang ditanggung oleh peneliti.<sup>64</sup>

Jadi, peneliti menetapkan sampel dalam penelitian ini adalah 60 orang responden dengan mengambil 10 % dari 600 orang responden. Dengan kriteria responden adalah remaja muslim di kota Banda Aceh yang berusia dari 15 tahun sampai dengan 25 tahun<sup>65</sup>.

#### **D. Sumber Data**

Berdasarkan sumber perolehan data di lapangan, maka data yang dihimpun dalam penelitian ini dibagi kepada dua bagian, yaitu:

1. Sumber data primer, yaitu data utama yang diperoleh dari remaja muslim yang berkunjung ke warung kopi berfasilitas Wi-Fi yang ditetapkan sebagai sampel dalam penelitian ini.
2. Sumber data sekunder, yaitu data pelengkap atau data-data yang memberikan keterangan atau informasi tambahan kepada peneliti sebagai bahan pelengkap penelitian, seperti buku-buku yang mendukung penelitian ini.

#### **E. Metode Pengumpulan Data**

##### **1. Kuesioner/angket**

Kuesioner atau angket merupakan teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara membuat dan menyebarkan daftar pernyataan tertulis dengan alternatif jawaban yang tersedia, dan responden hanya memilih jawaban sesuai dengan apa yang dialaminya baik dalam bentuk keadaan, aspirasi, persepsi maupun pendapat pribadinya. Dalam penelitian ini, kuesioner didistribusikan langsung kepada 60 orang yaitu remaja muslim di kota Banda Aceh.

---

<sup>64</sup> Suharsimi Arikunto, *Prosedur penelitian: suatu Pendekatan Praktik*, (Jakarta: Rika Cipta, 2006) h. 134.

<sup>65</sup> Masa remaja dimaksudkan sebagai periode transisi antara masa anak-anak dan masa dewasa. Batasan usianya tidak ditentukan dengan jelas, tetapi kira-kira berawal dari usia 12 sampai akhir usia belasan, saat pertumbuhan fisik hampir lengkap. (Baca buku; Rita L. Atkinson, dkk, *Pengantar Psikologi; Edisi Kesebelas Terjemahan*, (San Diego: Interaksara, 1982) h. 189).

## 2. Pengamatan (Observasi)

Metode observasi yang dilakukan adalah menggunakan teknik observasi langsung, yakni teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara penyelidik mengadakan pengamatan secara langsung (tanpa alat) terhadap gejala-gejala subjek yang diselidiki.<sup>66</sup> Dalam hal ini adalah mengadakan pengamatan di lapangan terhadap objek yang berkenaan dengan penelitian tepatnya di warung kopi yang menggunakan fasilitas Wi-Fi yang ada di kota Banda Aceh.

## 3. Studi pustaka

Studi pustaka merupakan teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan mencari dan mempelajari literatur-literatur yang relevan dengan penelitian yang dilakukan melalui buku, jurnal, catatan-catatan dan juga internet, guna memperoleh data yang dapat mendukung penelitian.

## F. Operasional Variabel

### 1. Operasional Variabel

Operasional variabel yang berfungsi untuk kesamaan dan kesesuaian dalam penelitian, yaitu sebagai berikut:

Tabel 6: Rincian variabel menjadi sub variabel

Variabel Teoritis	Variabel Operasional
1. Variabel Bebas (X) Penggunaan Wi-Fi di warung kopi	1. Frekuensi Penggunaan Wi-Fi 2. Lamanya penggunaan Wi-Fi 3. Waktu Penggunaan Wi-Fi 4. Bentuk layanan situs yang diakses 5. Isi layanan situs yang diakses
2. Variabel Terikat (Y) Kepuasan remaja muslim	1. Informasi 2. Identitas pribadi 3. Interaksi dan integrasi sosial 4. Wahana Hiburan

<sup>66</sup> Winarno Surahmad, *Pengantar Penelitian Ilmiah Dasar Metode Teknik* (Bandung: Tarsito, 1982) h. 162.

## 2. Definisi Operasional variabel

1) Variabel bebas, yang dimaksud dengan variabel bebas dalam tesis ini adalah penggunaan Wi-fi di warung kopi. Penggunaan Wi-fi di warung kopi merupakan suatu kegiatan yang dilakukan oleh remaja muslim di kota Banda Aceh, yang meliputi:

- a. Frekuensi penggunaan Wi-Fi adalah seberapa sering remaja muslim menggunakan Wi-Fi di warung kopi.
- b. Lamanya waktu penggunaan Wi-Fi adalah berapa durasi waktu remaja muslim menggunakan Wi-Fi di warung kopi.
- c. Waktu penggunaan Wi-Fi adalah kapan atau pada saat apa saja remaja muslim menggunakan Wi-Fi di warung kopi.
- d. Bentuk layanan situs yang di akses adalah *web* atau *http* apa saja yang digunakan untuk mem-*browsing* oleh remaja muslim.
- e. Isi layanan yang digunakan adalah materi dari *web* atau *http* apa saja yang digunakan untuk mem-*browsing* oleh remaja muslim.

2) Variabel terikat, yang dimaksud dengan variabel terikat dalam tesis ini adalah kepuasan diri remaja muslim. Kepuasan diri remaja muslim merupakan suatu bentuk kepuasan yang dirasakan oleh remaja muslim dalam penggunaan Wi-fi di warung kopi di kota Banda Aceh, yang meliputi:

- a. Informasi adalah kepuasan yang berkenaan dengan kebutuhan individu akan informasi dan eksplorasi sosial.
- b. Identitas pribadi adalah kepuasan yang berhubungan dengan referensi diri, eksplorasi realitas, dan penguatan nilai.
- c. Interaksi dan integrasi sosial adalah kepuasan yang meliputi integrasi dan interaksi sosial, merujuk pada kelangsungan hubungan individu tersebut dengan orang lain, persahabatan dan kegunaan sosial.
- d. Wahana hiburan adalah kepuasan yang meliputi kebutuhan untuk melepaskan diri dari rutinitas, tekanan dan masalah, sarana pelepasan emosi dan kebutuhan akan hiburan.

## **G. Pengukuran Variabel**

Ada dua variabel utama dalam penelitian ini, yaitu; penggunaan Wi-Fi di warung kopi dan kepuasan diri remaja muslim. Untuk mengukur setiap variabelnya berdasarkan kuesioner dan ditinjau dari data yang digunakan. Dalam penelitian ini, skala pengukuran data menggunakan skala *likert*.

## **H. Penyusunan Instrumen**

Instrumen penelitian merupakan alat bantu bagi peneliti dalam mengumpulkan data. Kualitas instrumen akan menentukan kualitas data yang terkumpul. Itulah sebabnya menyusun instrumen bagi kegiatan penelitian merupakan langkah penting yang harus dipahami betul-betul peneliti.<sup>67</sup>

Instrumen yang digunakan untuk mengumpulkan data penelitian ini adalah kuesioner. Yaitu dengan menyusun daftar kuesioner dan selanjutnya disebarakan kepada responden untuk mereka jawab. Penelitian penggunaan Wi-Fi di warung kopi dan kepuasan diri remaja muslim terdiri dari 5 item jawaban. Sangat Baik (SB), Baik (B), Cukup Baik (CB), Tidak Baik (TB) dan Sangat Tidak Baik (STB), untuk variabel penggunaan Wi-fi. Sedangkan, untuk variabel kepuasan diri, yaitu; Sangat Puas (SP), Puas (P), Netral (N), Tidak Puas (TP) dan Sangat Tidak Puas (STP). Tata cara pemberian skor adalah dengan menggunakan skala 1 sampai 5, yaitu; alternatif jawaban diberi bobot 5, bobot 4, bobot 3, bobot 2 dan bobot 1, jika pernyataan positif. Sebaliknya, diberi bobot 1,2,3, 4 dan 5 jika pernyataan negatif.

---

<sup>67</sup> Suharsimi Arikunto, *Manajemen Penelitian*, (Jakarta: Rineka Cipta, 2009) h. 134.

Adapun kisi-kisi instrumen pada tiap-tiap variabel penelitian, adalah sebagai berikut:

Tabel 7: Kisi-kisi instrumen penggunaan Wi-fi

Variabel	Indikator	No. Butir Item
Penggunaan Wi-Fi	a. Frekuensi penggunaan Wi-Fi	1, 2,
	b. Lamanya penggunaan Wi-Fi	3, 4
	c. Waktu penggunaan Wi-Fi	5, 6, 7
	d. Bentuk layanan situs yang diakses	8, 9, 10, 11, 12
	e. Isi layanan yang digunakan	13, 14
	Jumlah	14

Tabel 8: Kisi-kisi instrumen kepuasan diri

Variabel	Indikator	No. Butir Item
Kepuasan diri	a. Informasi	1, 2, 3, 4
	b. Identitas Pribadi	5, 6, 7
	c. Interaksi dan integrasi sosial	8, 9, 10, 11
	d. Wahana hiburan	12, 13, 14
	Jumlah	14

## I. Uji Coba Instrumen

Setelah angket disusun, maka untuk mengetahui apakah instrumen butir-butir item telah mempunyai tingkat kesahihan (validitas) dan tingkat keterandalan (reliabilitas), maka perlu diadakan uji coba. Uji coba instrumen dilaksanakan pada 30 orang pengguna Wi-Fi di warung kopi di luar sampel, yaitu remaja muslim di kota Banda Aceh. Maka sebelum melakukan uji hipotesis harus dilakukan uji validitas data dan reliabilitas data.

### 1. Uji validitas

Untuk menguji tingkat kesahihan (validitas), dari setiap butir item kuesioner dilakukan dengan uji validitas konstruksi dengan *expert judgment*

(konsultasi dengan pembimbing tesis) dan validitas isi dengan analisis item (menghitung korelasi antar setiap skor item instrumen dengan skor total, menggunakan rumus  $r$  *product moment*). Kriteria kesahihan butir yaitu  $r$  hitung  $>$   $r$  tabel, maka butir tersebut sah dan bila  $r$  hitung  $<$   $r$  tabel maka butir tersebut gugur (dibuang).

a. Penggunaan Wi-fi (X)

Tabel 9: Uji Validitas Variabel Penggunaan Wi-Fi

*Item-Statistics*

No. Pertanyaan	$r_{hitung}$	$r_{tabel}$	Keterangan
1	.839	.361	Valid
2	.857	.361	Valid
3	.855	.361	Valid
4	.857	.361	Valid
5	.842	.361	Valid
6	.847	.361	Valid
7	.858	.361	Valid
8	.853	.361	Valid
9	.858	.361	Valid
10	.857	.361	Valid
11	.882	.361	Valid
12	.873	.361	Valid
13	.862	.361	Valid
14	.880	.361	Valid

Sumber: Hasil Penelitian, 2014 (data diolah)

Untuk, *output item total statistic* nilai uji satu sisi pada taraf kepercayaan 95 % maka nilai  $r_{tabel}$  adalah 0,361 dengan taraf signifikansi 5 %. Dengan mengikuti persyaratan bahwa sebuah pernyataan dinyatakan valid maka nilai  $\alpha$  dari tiap P pertanyaan di atas harus lebih besar dari 0,361, berdasarkan tabel



di atas maka dapat diambil kesimpulan bahwa semua butir pernyataan yang ada pada variabel penggunaan Wi-Fi dinyatakan valid.

b. Kepuasan Diri (Y)

Tabel 10: Uji Validitas Variabel Kepuasan Diri

*Item-Statistic*

No. Pernyataan	$r_{hitung}$	$r_{tabel}$	Keterangan
1	.762	.361	Valid
2	.732	.361	Valid
3	.710	.361	Valid
4	.733	.361	Valid
5	.731	.361	Valid
6	.735	.361	Valid
7	.733	.361	Valid
8	.693	.361	Valid
9	.793	.361	Valid
10	.721	.361	Valid
11	.756	.361	Valid
12	.752	.361	Valid
13	.752	.361	Valid
14	.775	.361	Valid

Sumber: Hasil Penelitian, 2014 (data diolah)

Untuk, *output item total statistic* nilai uji satu arah pada taraf kepercayaan 95 % maka nilai  $r_{tabel}$  adalah 0,361 dengan taraf signifikansi 5 %. Dengan mengikuti persyaratan bahwa sebuah pernyataan dinyatakan valid maka nilai *alpha* dari tiap P pertanyaan di atas harus lebih besar dari 0,361, berdasarkan tabel di atas maka dapat diambil kesimpulan bahwa semua butir pernyataan yang ada pada variabel kepuasan diri dinyatakan valid.

## 2. Uji reliabilitas

### a. Penggunaan Wifi

Untuk menguji keterandalan butir dilakukan dengan menggunakan rumus Koefisien Alpha. Ketentuan yang diterapkan dalam petentuan keterandalan instrumen penelitian ini adalah bila  $r$  dihitung  $> r$  tabel pada taraf signifikansi 0.05, maka disimpulkan butir item sudah mempunyai tingkat validitas dan tingkat keterandalan yang signifikan. Demikian pula sebaliknya bila  $r$  hitung  $< r$  tabel pada taraf signifikansi 0.05, maka butir item tersebut tidak dapat dipergunakan.

Uji reliabilitas adalah pengujian untuk mengetahui konsistensi atau keteraturan hasil pengukuran suatu instrumen apabila instrumen tersebut digunakan lagi sebagai alat ukur suatu objek atau responden. Hasil dari uji reliabilitas mencerminkan instrumen penelitian berdasarkan tingkat ketepatan suatu alat ukur, dalam pengertian bahwa hasil pengukuran yang didapatkan merupakan ukuran yang benar dari sesuatu yang diukur.

Salah satu metode pengujian reliabilitas adalah dengan menggunakan metode *alpha cronbachs*. Standar yang digunakan untuk menentukan reliabel tidaknya suatu instrumen penelitian umumnya adalah perbandingan antara nilai  $r_{hitung}$  dengan  $r_{tabel}$  pada taraf kepercayaan 95 % atau tingkat signifikan 5 %. Tingkat reliabilitas dengan metode *alpha cronbachs* diukur pada skala 0 sampai dengan 1. Skala tersebut dikelompokkan menjadi 5 kelas *range* yang sama, maka ukuran ketetapan *alpha* dapat diinterpretasikan sebagai berikut.

Tabel 11: Tingkat Reliabilitas berdasarkan Nilai *Alpha*

No	Alpha	Tingkat Reliabilitas
1	0,00 s/d 0,20	Kurang reliabel
2	$> 0,20$ s/d 0,40	Agak reliabel
3	$> 0,40$ s/d 0,60	Cukup reliabel
4	$> 0,60$ s/d 0,80	Reliabel
5	$> 0,80$ s/d 1,00	Sangat reliabel

Tabel 12: *Reliability statistics* penggunaan Wi-Fi

*Reliability statistic*

<i>Cronbach's Alpha</i>	<i>N of Items</i>
.868	14

Untuk tabel di atas terlihat bahwa *alpha cronbachs* adalah 0,868 dengan jumlah 14 kuesioner atau item dinyatakan reliabel, karena nilai *alpha* terletak antara 0,60 s/d 0,80. Nilai *r* untuk uji satu sisi untuk taraf kepercayaan 95 % atau signifikansi 5 % ( $P = 0,05$ ) maka  $r_{tabel}$  adalah 0,361.

Sehingga dari output di atas dapat disimpulkan nilai *alpha cronbachs* = 0,868 ternyata lebih besar dari  $r_{tabel}$  0,361 maka kuesioner yang di uji terbukti reliabel. Karena nilai *alpha cronbachs* 0,868 terletak di antara 0,6 sampai dengan 0,8 sehingga tingkat reliabilitasnya reliabel (lihat tabel11).

b. Kepuasan diri

Standar yang digunakan untuk menentukan reliabel tidaknya suatu instrumen penelitian umumnya adalah perbandingan antara nilai  $r_{hitung}$  dengan  $r_{tabel}$  pada taraf kepercayaan 95 % atau tingkat signifikansi 5 %. Tingkat reliabilitas dengan metode *alpha cronbachs* di ukur pada skala 0 sampai dengan 1.

Tabel 13: *Reliability statistics* Kepuasan Diri

*Reliability statistic*

<i>Cronbach's Alpha</i>	<i>N of Items</i>
.757	14

Untuk tabel di atas terlihat bahwa *alpha cronbachs* adalah 0,757 dengan jumlah 14 kuesioner atau item dinyatakan reliabel, karena terletak antara 0,80 s/d 1,00. Nilai *r* untuk uji satu sisi untuk taraf kepercayaan 95 % atau signifikansi 5 % ( $P = 0,05$ ) maka  $r_{tabel}$  adalah 0,361.

Sehingga dari output di atas dapat disimpulkan nilai *alpha cronbachs* = 0,757 ternyata lebih besar dari  $r_{tabel}$  0,361 maka kuesioner yang di uji terbukti reliabel. Karena nilai *alpha cronbachs* 0,757 terletak di antara 0,80 sampai dengan 1,00 sehingga tingkat reliabilitasnya sangat reliabel (lihat tabel 11).

## **J. Teknik Pengolahan Data**

Setelah peneliti berhasil mengumpulkan data dari 60 orang responden, kemudian dilakukan pengolahan data dengan tahap-tahap berikut:

### 1. Penomoran kuesioner

Penomoran kuesioner yaitu memberikan nomor urut kuesioner sebagai pengenalan, yakni mulai dari 1-60.

### 2. Editing

*Editing* yaitu proses pengeditan jawaban responden untuk memperjelas setiap jawaban yang meragukan dan menghindari terjadinya kesilapan pengisian kotak kode yang disediakan.

Adapun proses editing yang dilakukan adalah:

- a) Kelengkapan pengisian terhadap semua pertanyaan dalam kuesioner
- b) Tulisan yang tertera harus dapat dibaca
- c) Kalimatnya harus jelas maknanya sehingga tidak menyebabkan kesalahan dalam menafsirkan
- d) Apakah jawaban-jawaban responden cukup logis dan terdapat kesesuaian antara jawaban yang satu dengan yang lainnya.
- e) Jawaban harus relevan dengan pertanyaan.

### 3. Coding dan Scoring

Merupakan proses pemindahan jawaban-jawaban responden ke kotak kode yang telah disediakan di kuesioner dalam bentuk angka (*score*).

## K. Teknik Analisis Data

Analisis data merupakan upaya untuk menyederhanakan dan menyajikan dengan mengelompokkannya dalam suatu bentuk agar mudah dipahami dan selanjutnya dipresentasikan. Pada penelitian ini, analisis data yang dipakai adalah analisis data-data kuantitatif yang diperlukan adanya perhitungan matematis atau teknis statistik sebagai alat bantu analisis.

Adapun hasil penelitian akan dianalisa dengan menggunakan analisis regresi linier sederhana. Untuk pengolahan data hasil penelitian dan tampilnya penyajian data yang menarik dan lebih mudah dipahami, serta praktis penggunaannya, data dianalisis dengan menggunakan dengan bantuan komputer program SPSS 16.0 (*Statistical Package for Social Sciences*) for windows. Data dianalisis dengan teknik statistik deskriptif dan inferensial.

Regresi linier sederhana dapat ditulis dengan persamaan:

$$Y' = a + bX$$

Ket:

- $Y'$  = Subjek dalam variabel dependen yang diprediksikan  
 $a$  = Harga Y bila  $X = 0$  (harga konstan)  
 $b$  = Angka arah atau koefisien regresi, yang menunjukkan penurunan angka peningkatan atau penurunan variabel dependen yang didasarkan pada variabel independen. Bila  $b (+)$  maka naik, dan  $b (-)$  maka terjadi penurunan.  
 $X$  = Subjek pada variabel independen yang mempunyai nilai tertentu.

Sebelum melakukan analisis Regresi Linear Sederhana maka dilakukan pengujian hipotesis dalam penelitian ini adalah:

1. Uji statistik t (Uji Statistik secara parsial)

Dilakukan untuk menguji setiap variabel bebas ( $X$ ) apakah mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap variabel terikat ( $Y$ ) secara parsial. Jika  $t_{hitung} < t_{tabel}$ , maka  $H_0$  diterima dan  $H_a$  ditolak, sedangkan jika  $t_{hitung} > t_{tabel}$ , maka  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima. Jika tingkat signifikansi di bawah 0,05 maka  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima.

## 2. Uji Koefisien Determinasi (R)

Digunakan untuk mengukur sejauh mana kemampuan variabel bebas dalam menerangkan variabel terikat. Koefisien determinasi (R) ini berkisar antara nol sampai dengan 1 ( $0 \leq R \leq 1$ ). Semakin mendekati nol berarti model tidak baik atau variasi model dalam menjelaskan sangat terbatas, sebaliknya semakin mendekati satu berarti model semakin baik.

## **BAB IV**

### **HASIL PENELITIAN**

#### **A. Gambaran Umum Kota Banda Aceh**

##### **1. Sekilas Tentang Kota Banda Aceh**

Kota Banda Aceh adalah salah satu kota sekaligus ibu kota provinsi Aceh. Sebagai pusat pemerintahan, Banda Aceh menjadi pusat segala kegiatan ekonomi, politik, sosial dan budaya. Banda Aceh sebagai ibukota Kesultanan Aceh Darussalam berdiri pada abad ke-14. Kesultanan Aceh Darussalam dibangun di atas puing-puing kerajaan-kerajaan Hindu dan Budha yang pernah ada sebelumnya, seperti Kerajaan Indra Purba, Kerajaan Indra Purwa, Kerajaan Indra Patra, dan Kerajaan Indrapura (Indrapuri). Dari batu nisan Sultan Firman Syah, salah seorang sultan yang pernah memerintah Kesultanan Aceh, didapat keterangan bahwa Kesultanan Aceh beribukota di Kutaraja (Banda Aceh).

Pada masa Sultan Iskandar Muda, Banda Aceh tumbuh kembali sebagai pusat perdagangan maritim, khususnya untuk komoditas lada yang saat itu sangat tinggi permintaannya dari Eropa. Iskandar Muda menjadikan Banda Aceh sebagai taman dunia, yang dimulai dari kompleks istana. Komplek istana Kesultanan Aceh juga dinamai Darud Dunya (Taman Dunia).

Pada masa agresi Belanda yang kedua, terjadi evakuasi besar-besaran pasukan Aceh keluar dari Banda Aceh yang kemudian dirayakan oleh Van Swieten dengan memproklamirkan jatuhnya kesultanan Aceh dan mengubah nama Banda Aceh menjadi Kuta Raja. Setelah masuk dalam pangkuan Pemerintah Republik Indonesia baru sejak 28 Desember 1962 nama kota ini kembali diganti menjadi Banda Aceh berdasarkan Keputusan Menteri Pemerintahan Umum dan Otonomi Daerah bertanggal 9 Mei 1963 No. Des 52/1/43-43.

Pada tanggal 26 Desember 2004, kota ini dilanda gelombang pasang tsunami yang diakibatkan oleh gempa 9,2 Skala Richter di Samudera Indonesia. Bencana ini menelan ratusan ribu jiwa penduduk dan menghancurkan lebih dari 60% bangunan kota ini. Jumlah penduduk kota Banda Aceh pada tahun 2010 sebesar 224.209 jiwa berdasarkan hasil proyeksi sensus penduduk yang dilakukan

oleh BPS. Dengan luas wilayah Kota Banda Aceh 61.36 kilo meter persegi maka rata-rata tingkat kepadatan penduduk Kota Banda Aceh adalah sebanyak 3.654 jiwa per kilo meter persegi. Kota Banda Aceh terdiri dari 9 Kecamatan, 17 Mukim, 70 Desa dan 20 Kelurahan. Semula hanya ada 4 kecamatan di Kota Banda Aceh yaitu Meuraksa, Baiturrahman, Kuta Alam dan Syiah Kuala. Kemudian berkembang menjadi 9 kecamatan.<sup>68</sup>

Berikut ini tabel jumlah penduduk Kota Banda Aceh menurut jenis kelamin dan sex rasio yang bersumber dari BPS Kota Banda Aceh.

Tabel 14: Jumlah Penduduk Menurut Jenis Kelamin Dan Sex Rasio Kota Banda Tahun 2011<sup>69</sup>

No.	Kecamatan	Jenis Kelamin			Sex Rasio
		Laki-Laki	Perempuan	Jumlah	
1	Meuraxa	8.826	7.494	16.320	117,77
2	Jaya Baru	11.359	11.124	22.483	102,11
3	Banda Raya	10.535	10.331	20.866	101,97
4	Baiturrahman	15.715	14.774	30.489	106,37
5	Lueng Bata	12.056	11.559	23.615	104,30
6	Kuta Alam	22.058	20.076	42.134	109,87
7	Kuta Raja	5.526	4.898	10.424	112,82
8	Syiah Kuala	17.682	17.636	25.318	100,26
9	Ulee Kareng	11.539	11.021	22.560	104,70
	Jumlah	<b>115.296</b>	<b>108.913</b>	<b>224.209</b>	<b>105,86</b>

Sumber: Monografi Pemko Banda Aceh, 2011

## 2. Warung Kopi Berfasilitas Wi-Fi di Kota Banda Aceh

Kota Banda Aceh terkenal dengan kota “seribu warung kopi” (Warkop). Tingginya minat masyarakat Aceh mengonsumsi kopi, membuat jasa warung kopi membanjiri ibukota “Serambi Mekkah”. Kini warung kopi yang dikemas dengan olahan modern baik dari bangunan fisik maupun dari penyediaan

<sup>68</sup> [http://id.wikipedia.org/wiki/Kota\\_Banda\\_Aceh](http://id.wikipedia.org/wiki/Kota_Banda_Aceh).

<sup>69</sup> Sumber: BPS Kota Banda Aceh 2011.



fasilitasnya mulai diminati. Perkembangan ini tentu saja sebagai hasil penyesuaian diri dengan perkembangan masyarakat dan persaingan pasar yang semakin ketat.

Seiring pesatnya perkembangan warung kopi, pemerintah kota Banda Aceh merespon perkembangan tersebut dengan mengeluarkan Peraturan Walikota Banda Aceh No.13 tahun 2011 tentang Penyelenggaraan Usaha Restoran, Rumah Makan, Warung Kopi dan Café, seperti dalam Perwali Bab III pasal 3 ayat 2 yang menyebutkan bahwa penyelenggaraan usaha restoran, rumah makan, warung kopi/café wajib memenuhi persyaratan, antara lain:

1. Harus memenuhi standart kesehatan yang higienis
2. Memenuhi kaidah syari'at Islam
3. Berorientasi pada pelayanan yang ramah dan sopan, dan
4. Sarana dan prasarana yang memadai.

Pada pasal 5 dijelaskan tentang persyaratan kaidah syari'at Islam meliputi:

1. Makanan dan minuman yang disajikan terjamin kehalalannya
2. Pramusaji bersikap dan menggunakan busana yang islami
3. Menutup kegiatan sementara pada waktu shalat jum'at dan shalat tarawih, dan
4. Tidak membuka usaha pada siang hari pada bulan suci ramadhan.

Dan pada pasal 6 disebutkan sarana dan prasarana yang dimaksud meliputi:

1. Lokasi parkir yang memadai dan aman
2. Mushalla yang layak serta pemisahan tempat wudhu' antara pria dan wanita, dan
3. Penerangan yang tidak remang-remang.<sup>70</sup>

Dulu, fisik bangunan warung kopi sangat sederhana, tergantung pada kondisi tanah yang tersedia. Pada umumnya, bangunan warung kopi semi permanen dan mengambil bentuk memanjang ke belakang, meja diletakkan dalam dua baris, tengahnya dibelah oleh jalan untuk memudahkan melayani pelanggan. Sementara dapur kopi ada yang diletakkan di bagian belakang dan

---

<sup>70</sup> [http://hukum.bandaacehkota.go.id/perda/pdf/pw no 13 tahun 2011.pdf](http://hukum.bandaacehkota.go.id/perda/pdf/pw%20no%2013%20tahun%202011.pdf).

ada yang di bagian belakang dan ada yang dibagian depan. Proses pembuatan kopi tetap dapat disaksikan oleh pelanggan sehingga kekhasan terlihat dari cara pembuatannya. Pelayan kopi menampilkan atraksi kecepatan dan kelihaihan pada penyaringan kopi yang cukup khas. Kekhasan penyaringan kopi tersebut ternyata berguna untuk menghilangkan aroma bau asap dari air kopi yang telah di aduk.

Pada perkembangan selanjutnya warung kopi berubah dari fisik semi permanen menjadi permanen dengan mengambil lokasi pemasarannya di pertokoan. Modal yang dibutuhkan juga mengalami peningkatan luar biasa. Fenomena peningkatan harga sewa toko khususnya di Banda Aceh juga mengalami peningkatan secara signifikan, misalnya, sebelum tsunami sewa toko ukuran 4 x 6 M pada lokas strategis berkisar 10 juta, setelah tsunami dan sampai sekarang bisa mencapai 40 juta pertahun. Mahalnya harga sewa toko ini cukup membebankan bagi penyewa, imbasnya berpengaruh terhadap harga yang dibelikan oleh masyarakat.

Dari perkembangan warung kopi yang dulu bangunan fisiknya berbentuk semi permanen ke permanen, hingga sekarang sudah merambah ke bentuk yang lebih modern ditambah lagi dengan fasilitas Wi-fi gratis. Dulu, sebuah meja hanya terlihat beberapa gelas kopi, namun sekarang setiap meja terlihat beberapa alat media seperti laptop, komputer tablet, dan Gadget lainnya yang mendukung fasilitas Wifi tersebut.

Eksistensi warung kopi ber-Wifi ini menjadi potret baru dalam kurun waktu 2 tahun terakhir di kota Banda Aceh. Warung kopi ber-Wifi ini “dihuni” oleh para pengunjung yang mengakses internet. Sekarang warung kopi berfungsi ganda: warkop-net (warung kopi dan warung internet). Memakai kata “huni” karena pengunjungnya membutuhkan waktu lebih lama minimal dua jam dan maksimalnya tidak terukur. Para pengunjung, biasanya, tetap membentuk kelompok-kelompok komunitas pengunjung warung kopi. Hanya saja, yang menjadi objek pembicaraan lebih fokus pada tayangan menu internet: seperti facebook, youtube, games online dan layanan lainnya.

Masing-masing warung kopi di Aceh selalu ada pengunjung khasnya. Seperti Jasa Ayah misalnya, sebagai warkop tertua di Banda biasanya dinikmati

pebisnis dan politikus “kaum tua”. Meski tidak selalu, karena banyak juga pekerja NGO dan mahasiswa langganan nangkring di sana. Minum kopi di sini dianggap tiada taranya itu. Begitu juga tempat lainnya.

Sebagai gaya hidup, terlihat bagi para pengguna Wi-fi menggunakan T-shirt dan celana “puntung” dan jaket, menyandang tas berisi labtop, handphone ditangan, disambut musik ketika memasuki warung kopi merupakan kebanggaan yang tiada taranya. Ketika duduk, memesan teh manis dingin atau milo dingin dengan membuka Mozilla firefox atau *google chrome* seakan sudah berada pada posisi *high class* di masyarakatnya.

Fenomena warung kopi di Banda Aceh secara umum memang terhindar dari praktek prostitusi dan tindak kekerasan, meskipun pengguna warung kopi berdiam di sana dalam waktu berjam-jam. Kondisi ini berbeda dengan budaya “dugem”, night club, pub, dan café-café modern yang rentan dengan keempat penyakit sosial yang disebutkan.

Program Aceh Cyber City diakui sudah benar-benar terwujud, salah satunya yaitu dengan adanya 80 % warung kopi di Banda Aceh yang menyediakan jaringan Wi-fi atau fasilitas internet gratis untuk memaksimalkan kepuasan pelanggannya.<sup>71</sup> Salah satu dukungan yang akan kami berikan adalah memastikan seluruh gampong di kota ini tersedia jaringan hotspots," kata GM Divisi Consumer Service Regional I Sumatra Overlis. Jaringan hotspot yang ditawarkan terlayani di seluruh gampong di kota berpenduduk sekitar 230 ribu jiwa itu yakni "Internet Sehat". Total gampong di Banda Aceh tercatat sebanyak 90 desa.

Dari pendataan yang dilakukan oleh DISHUBKOMINFO kota Banda Aceh bekerja sama dengan PT. Telkom, tercatat sebanyak 102 warung kopi yang berfasilitas Wi-fi tersebar di 9 kecamatan di kota Banda Aceh. Berikut adalah tabel beberapa daftar nama warung kopi ber-Wifi.

---

<sup>71</sup> <http://fokusaceh.blogspot.com/2012/10/modernisasi-warung-kopi-aceh.html>

Tabel 15: Warung kopi berfasilitas Wi-fi

<b>NO</b>	<b>Nama Site</b>	<b>Lokasi</b>	<b>ID Site New</b>	<b>Status Jaringan</b>	<b>STO</b>
1	3 in 1 Coffee	Jl. Panglima Nyak Makam, Banda Aceh	1BNA000448	FO	DAR
2	Aan Kupa	Jl. Sultan Malikus Saleh, Banda Aceh	1BNA000449	Tembaga	BNA C
3	Aceh Raja Cafe	Jl. M. Hasan, Banda Aceh	BNA-00003	FO	BNA C
4	All in Kupa	Jl. Panglima Nyak Makam, Banda Aceh	1BNA000453	Tembaga	DAR
5	Apa Kaoy Kupa	Jl. Rama Setia Banda Aceh	1BNA000456	Tembaga	BNA C
6	Arol Kupa	Jl. Panglima Nyak Makam, Banda Aceh	1BNA000458	Tembaga	DAR
7	Banda Kupa	Jl. M. T. Hasan, Banda Aceh	1BNA002837	FO	BNA C
8	Bang Kupa	Jl. Panglima Nyak Makam, Banda Aceh	1BNA000460	Tembaga	DAR
9	Bargendal Gayo Luwak Kupa	Jl. Iskandar Muda-Ulee Lheu, Banda Aceh	1BNA002108	Tembaga	BNA C
10	Black and White	Jl. Teuku Umar-Seutui, Banda Aceh	1BNA000462	Tembaga	LTM
11	Black Coffee	Jl. M. T. Hasan, Banda Aceh	1BNA000464	FO	BNA C
12	Black Jack Kupa	Jl. Tgk Abu Lam U	1BNA002173	Tembaga	BNA C
13	Budi Kupa	Jl. Mata ie, Banda Aceh	1BNA000466	Tembaga	LTM
14	Café Yosinoya	Jl. M. T. Hasan, Banda Aceh	1BNA002196	Tembaga	LTM
15	Cek Wan Kupa	Lamnyong, Banda Aceh	1BNA000468	Tembaga	DAR

16	Cek Yatim Kupa	Ateuk Jawo, Banda Aceh	1BNA002176	Tembaga	BNA C
17	Chek Yuke	Jl. M. T. Hasan, Banda Aceh	1BNA000469	FO	LTM
18	Chelsea Cafe	Jl. Garot, Banda Aceh	1BNA002122	Tembaga	LTM
19	Cibiuk	Jl. T. Nyak Arief, Banda Aceh	1BNA002169	Tembaga	DAR
20	Clasic Coffee	Jl. Soekarno Hatta, Banda aceh	1BNA000472	Tembaga	LTM
21	Coffee Bay	Jl. Sultan Iskandar Muda, Banda Aceh	1BNA000473	Tembaga	BNA C
22	Coffein Kupa	Jl. M. Hasan, Banda Aceh	1BNA00013	FO	BNA C
23	Cut Nun Kupa	Jeulingke, Banda Aceh	1BNA000475	Tembaga	DAR
24	Cut Nun Kupa	Smp. Hermes Palace Hotel, Banda Aceh	1BNA002844	FO	DAR
25	De Nanggroe Kupa	Jl. T Iskandar, Banda Aceh	1BNA000477	Tembaga	DAR
26	Dhapu Kupa	Smp. Surabaya, Banda Aceh	1BNA002263	Tembaga	BNA C
27	Dhapu Kupa	Jl. DR M Hasan, Banda Aceh	1BNA003116	Tembaga	BNA C
28	Djarwal Kupa	Jl. Hasan Saleh, Banda Aceh	1BNA009343		BNA C
29	DT Caffee	Jl. Lamrheung, Banda Aceh	1BNA000478	Tembaga	BNA C
30	Ekspedisi Kupa Brok	Jl. Tgk di Anjung, Banda Aceh	1BNA002177	Tembaga	BNA C
31	Enjoy Caffee	Jl. Lamrheung, Banda Aceh	1BNA000479	Tembaga	BNA C
32	Espresso Caffee	Jl. Soekarno Hatta, Banda Aceh	1BNA000480	Tembaga	LTM

33	Fatir Corner Kupa	Jl. Malikus Saleh, Banda Aceh	1BNA000487	Tembaga	LTM
34	Flamboyan Cafe	Jl. Lamrheung, Banda Aceh	1BNA000487	Tembaga	BNA C
35	Friends Kupa	Jl. M Hasan, Banda Aceh	1BNA00012	FO	BNA C
36	FS Coffee	Jl. DR M Hasan, Banda Aceh	1BNA000491	FO	BNA C
37	Gampong Loen Coffee	Jl. Kampus Ummuha, Banda Aceh	1BNA000492	Tembaga	BNA C
38	Gita Cell	Jl. T Cik di Tiro, Banda Aceh	1BNA002174	Tembaga	BNA C
39	GR Coffee	Jl. THM Daud Beureueh, Banda Aceh	1BNA000494	Tembaga	DAR
40	Haba Cafe	Jl. T Nyak Arief	1BNA002168	Tembaga	DAR
41	Hafid Kupa	Depan Kampus AbulyaTama, Banda Aceh	BNADAR-00003	FO	DAR
42	Helsinki Kupa	Jl. Stadion H Murtala< Banda Aceh	BNADAR-00002	FO	DAR
43	Hope Kupa Gm	Jl. Soekarno Hatta, Banda Aceh	1BNA000495	Tembaga	LTM
44	I The Kupa	Jl. Pocut Baren, Banda Aceh	BNADAR-00010	FO	BNA C
45	Irfan Kupa	Kuta Alam, Banda Aceh	1BNA003118	FO	BNA C
46	Jambo Kupa	Lam Lagang, Banda Aceh	BNALTM00004	FO	LTM
47	Jeep Kupa	Jl DR MR T M. Hasan, Banda Aceh	1BNA000499	Tembaga	BNA C
48	Join Kupa	Punge, Banda Aceh	1BNA002878	FO	LTM

49	Join KUPI	Jl. Iskandar Muda, Banda Aceh	BNABNA- 00007	FO	LSM
50	Joker Rock KUPI	Jl. T Iskandar	1BNA000500	Tembaga	BNA C
51	Juju Café	Lamteumen, Banda Aceh	1BNA000501	Tembaga	LTM
52	Kantin SMEA	Jl. Panglima Nyak Makam, Banda Aceh	1BNA000502	Tembaga	DAR
53	Keude Aneuk KUPI	Jl. Lamrheung, Banda Aceh	1BNA000503	Tembaga	BNA C
54	Kw KUPI	Jl. Mata ie, Banda Aceh	1BNA000507	Tembaga	LTM
55	Morin Café	Jl. Tgk Imum Lueng Bata, Banda Aceh	1BNA000514	Tembaga	BNA C
56	Mount KUPI	Jl. DR MR T M. Hasan, Banda Aceh	1BNA000515	Tembaga	BNA C
57	MZ Kios Café	Jl. Tgk Cik Di Lamnyong, Banda Aceh	1BNA009344	FO	DAR
58	Nawi Café	Jl. Garot-Ds. Jeumpit, Banda Aceh	1BNA002167	Tembaga	LTM
59	New Rex Café	Jl. DR MR T M. Hasan, Banda Aceh	1BNA000517		BNA C
60	Nufana KUPI	Lamnyong, Banda Aceh	1BNA000518	Tembaga	BNA C
61	Nuri Café	Jl. Lamrheung, Banda Aceh	1BNA000519	Tembaga	BNA C
62	O'ziel	Jl. Sultan Iskandar Muda, Banda Aceh	1BNA000521	FO	BNA C
63	Oziel Café	Ds. Geuceu Menara, Banda Aceh	BNALTM- 00003	Tembaga	LTM
64	Pak De kUPI	Jl. Jendral Ahmad	1BNA002264	Tembaga	BNA

		Yani, Banda Aceh			C
65	Palace Kupa	Kuta Alam, Banda Aceh	BNALTM-00006	FO	BNA C
66	Paris Coffee	Jl DR MR T. M. Hasan, Banda Aceh	1BNA000522	FO	BNA C
67	Peeh Teem Café	Lamteumen Timur, Banda Aceh	1BNA002903	FO	LTM
68	Pi Ay Vi Kupa	Banda Aceh	1BNA003438	Tembaga	BNA C
69	Plaza Kupa	Lamnyong, Banda Aceh	1BNA000525	Tembaga	
70	Pondok Rasa	Lamnyong, Banda Aceh	1BNA000541	Tembaga	
71	PW Kupa	Jl. Iskandar Muda, Banda Aceh	BNALTM-00011	FO	BNA C
72	Radhida Café	Jl. Lingkar Kampus Unsyiah, Banda Aceh	1BNA009347	FO	DAR
73	Radja Kupa	Jl. Tgk Imuem Lueng Bata, Banda Aceh	1BNA000543	Tembaga	BNA C
74	Rajin Usaha Kupa	Jl. Sultan Malikul Saleh, Banda Aceh	1BNA000545	Tembaga	LTM
75	Republik Kupa	Lamnyong, Banda Aceh	1BNA000546	Tembaga	DAR
76	Ring Road Coffee	Jl DR MR T. M. Hasan, Banda Aceh	1BNA002909	FO	BNA C
77	Roman Coffee	Jl. Panglima Nyak Makam, Banda Aceh	1BNA000547	FO	DAR
78	Rowa Sakti	Jl. Laksamana Mala Hayati, Banda Aceh	1BNA000548	Tembaga	DAR
79	Royal Kupa	Jl. Sultan Malikul Saleh, Banda Aceh	1BNA000549	Tembaga	LTM
80	Rumoh Kupa	Smp. Sampoerna	1BNA000550	Tembaga	BNA



		Lueng Bata, Banda Aceh			C
81	Rumoh Kupi	Jl. Taman Makam Pahlawan, Banda Aceh	1BNA000551	FO	BNA C
82	Sareng Kupi	Pasar Lambaro, Banda Aceh	1BNA000558	Tembaga	LBR
83	Solong 2	Jl. Soekarno Hatta, Banda Aceh	1BNA000560	Tembaga	LTM
84	Solong Coffee	Jl DR MR T. M. Hasan, Banda Aceh	1BNA000562	Tembaga	LTM
85	Star Jazz Kupi	Jl. M Hasan, Banda Aceh	1BNA009346	FO	BNA C
86	Stride Kupi	Tgk M Hasan-Ds Bitai, Banda Aceh	BNALTM0000 5	FO	LTM
87	Taufik Coffee	Jl. Tgk Di Blang, Banda Aceh	1BNA000568	Tembaga	BNA C
88	Taufik Coffee	Jl. Syiah Kuala, Banda Aceh	1BNA000570	Tembaga	DAR
89	Taufik Coffee	Jl DR MR T. M. Hasan, Banda Aceh	1BNA000571	FO	BNA C
90	Taufik Kupi Lamteumen	Jl. Cut Nyak Dhien, Banda Aceh	1BNA000572	Tembaga	LTM
91	Terapung	Ulee Kareng, Banda Aceh	1BNA000573	Tembaga	BNA C
92	The Stone Kupi	Jl. Panglima Nyak Makam, Banda Aceh	1BNA002946	FO	DAR
93	Tower One Kupi	Lamnyong, Banda Aceh	1BNA000576	FO	DAR
94	Ulee Lheu Kupi	Jl. Sultan Iskandar Muda, Banda Muda	1BNA000577	Tembaga	BNA C
95	Warkop Mulia	Jl. Panglima Nyak Makam	1BNA000581	Tembaga	DAR

96	Warkopi PWI-1	Jl. SA Machmudsyah No. 10, Banda Aceh	1BNA000582	L2 SWITCH USI	BNA C
97	Warkop Rahmad Kapal PLTD Apung	Jl. Harapan No.22, Punge Blang Cut, Banda Aceh	1BNA002951	FO	LTM
98	Warung Kupa Ball	Lamnyong, Banda Aceh	1BNA000584	Tembaga	DAR
99	Winner Kupa	Jl. Mata ie, Banda Aceh	1BNA000585	Tembaga	LTM
100	Yellow Café	Banda Aceh	1BNA000593	Tembaga	BNA C
101	Zakir Café	Jl. Mata ie	1BNA000587	Tembaga	LTM
102	Zakir Kupa	Jl.T Nyak Arief, Banda Aceh	1BNA009354	Tembaga	DAR

Sumber: DIHUBKOMINFO & PT.Telkom, 2014

Beragam alasan kenapa warung kopi dijadikan tempat berkumpul oleh para pelajar pada jam-jam tertentu. Hal ini terkait erat dengan fungsi warung kopi yang tidak hanya sebagai tempat untuk penjualan minuman bagi orang yang kehausan atau penikmat kopi saja. Dalam konteks ini, warung kopi sekaligus berfungsi sebagai tempat publik yang dimanfaatkan oleh para remaja muslim di kota Banda Aceh sebagai tempat berkumpul dengan teman-teman, belajar dan berdiskusi tentang pelajaran dan mata kuliah dan mencari bahan pelajaran dan bahan kuliah. Sebagai mana yang telah disinggung sebelumnya, bahwa warung kopi sekarang di kota Banda Aceh banyak yang telah menyediakan Wi-fi secara gratis. Pengunjung hanya cukup memesan minuman yang diinginkan lalu dapat mengakses internet sepuas puasnya. Bahkan terkadang minuman yang dipesan tidak dihabiskan karena alasan pemesanan pun hanya sebagai legitimasi untuk dapat duduk di warung kopi saja.

Memang harus diakui bahwa duduk berlama-lama di warung kopi seakan telah menjadi tradisi tersendiri, bahkan sudah menjadi “budaya” bagi

masyarakat Banda Aceh akhir-akhir ini. Tradisi ini seakan-akan mengakar bagi generasi remaja muslim kota Banda Aceh sekarang. Duduk di warung kopi bagi kalangan remaja memiliki makna dan gaya tersendiri, apalagi mereka sudah menjinjing labtop untuk ‘ngenet’.

Dalam konteks ini, warung kopi berfasilitas Wi-fi telah membius siapa saja tanpa memandang usia, baik pelajar, mahasiswa, pengusaha, pejabat, atau manula (manusia lanjut usia). Fenomena warung kopi ber-Wifi menjadi salah satu hal yang sangat menarik untuk di teliti di Aceh, khususnya kota Banda Aceh. sehingga banyak kalangan menduga, bahwa tradisi minum kopi di warung kopi sambil ber-Wifi dari generasi ke generasi bukan berkurang malah semakin bertambah. Apalagi dengan perkembangan warung kopi modern yang semakin menarik anak-anak remaja untuk memasuki ruang publik. Layaknya di kota besar, warung kopi berfasilitas Wi-fi sudah menjadi bagian dari identitas anak-anak remaja, sehingga kerumunan anak-anak remaja mudah ditemui ditempat-tempat itu.<sup>72</sup>

Selain menjadi sebuah fenomena yang khas, trend pemanfaatan Wi-fi di warung kopi ini dalam batas tertentu juga merupakan tuntutan bagi para pelajar. Kini pembelajaran tentang internet sudah diterima dan masuk ke sekolah-sekolah di Banda Aceh. Sekarang ada mata pelajaran Teknologi Informasi dan Komunikasi (TIK) yang mengharuskan para pelajar untuk menguasai cara-cara mengakses informasi melalui internet. Hal ini juga dipengaruhi oleh kebijakan sekolah dalam mengembangkan statusnya menjadi Sekolah Berstandar Internasional (SBI) yang salah satu syaratnya adalah dengan mengemban model pembelajaran ICT (*Information and Communication Technology*).<sup>73</sup> Tuntutan ini juga menjadikan para pelajar untuk memanfaatkan fasilitas internet yang secara ekonomis dan praktis mudah ditemukan dilingkungan terdekatnya seperti pada warung kopi-warung kopi.

---

<sup>72</sup> Hasil Observasi Peneliti

<sup>73</sup> Adi Nugroho, *Menuju Pendidikan Masa Depan Dengan Mewujudkan Sekolah Standar International*, (Jakarta: Pratama Mulia, 2010), h. 59.

### 3. Remaja Muslim Di Kota Banda Aceh

Yang menjadi fokus peneliti dalam menentukan kriteria remaja muslim yang berkunjung ke warung kopi berfasilitas Wi-fi adalah remaja yang sekolah mulai dari tingkat SLTP sampai dengan tingkat Strata 1 (S1). Dikarenakan, dari hasil survei peneliti di lapangan rata-rata yang berkunjung ke warung kopi berfasilitas Wi-fi remaja seumuran demikian.

Remaja yang sekolah setingkat SLTP dan SLTA merupakan remaja yang rata-rata berdomisili di kota Banda Aceh dan kelahirannya juga di kota Banda Aceh. Sedangkan, remaja yang sudah menjalani pendidikan tingkat Strata 1 ataupun kuliah, mereka kebanyakan pendatang dari berbagai kabupaten dari Aceh ke Banda Aceh untuk kuliah. Dalam hal ini, peneliti hanya mengambil responden untuk remaja yang kuliah dan berdomisili di kota Banda Aceh dengan melihat KTP (Kartu Tanda Penduduk) dari responden tersebut.

Dari pantauan peneliti, remaja muslim di kota Banda Aceh, umumnya menghabiskan waktu luangnya di warung kopi berfasilitas Wi-fi. Dikarenakan, selain menghemat biaya (harga makanan dan minuman di warung kopi cocok dengan uang saku mereka), mereka juga mendapatkan internet gratis dengan menikmati persediaan layanan Wi-fi gratis dari warung kopi tersebut. Apalagi ketika musim pertandingan sepak bola, mereka beramai-ramai ke warung kopi untuk menonton pertandingan tersebut. Karena, di warung kopi selain tersedia Wi-fi gratis juga, tersedianya TV layar tancap yang sengaja dipasang oleh pemilik warung kopi untuk menarik pelanggan. Disamping juga, karena desakan persaingan yang ketat diantara sesama pemilik warung kopi dalam memuaskan pelanggannya.<sup>74</sup>

Dalam hal ini, ngopi sekaligus ngenet di warung kopi sudah menjadi tren tersendiri bagi remaja muslim di kota Banda Aceh. Walaupun, mereka sudah memiliki modem (perangkat internet yang dihubungkan dengan komputer), tetapi rasanya tidak sama dengan nge-Wifi di warung kopi. Menikmati Wi-fi di warung kopi dengan segelas kopi hitam ataupun sejenisnya yang menjadi salah satu persyaratan untuk mendapatkan password merupakan kepuasan tersendiri yang tiada terkira. Apalagi nge-Wifinya bersama teman-teman, maka rasa kebersamaan

---

<sup>74</sup> Hasil Survei Peneliti

dan keakraban akan lebih bermakna. Selain itu, bagi siapa saja yang sudah berdomisili di Banda Aceh tanpa sekalipun pernah nge-Wifi di warung kopi, mereka dapat dikatakan sebagai orang yang tidak gaul dan tidak mengikuti perkembangan zaman. Oleh karena itu, bagi remaja muslim di kota Banda Aceh berkunjung ke warung kopi yang berfasilitas Wi-fi merupakan sudah menjadi suatu kebiasaan. Bahkan, dalam tanda kutip dapat dikatakan “candu” untuk tetap nge-Wifi di warnng kopi. Hal ini, tidak hanya berlaku untuk remaja muslim laki-laki saja, remaja muslim perempuan juga sama. Hanya saja kalau remaja muslim laki-laki, mereka bias menghabiskan waktu sampai larut malam. Sedangkan, yang perempuan hanya sampai jam 10 malam saja mereka sudah pulang.

### B. Analisis Deskriptif Data

Dari hasil pengujian terhadap penggunaan Wi-fi di warung kopi dan kepuasan diri remaja muslim di kota Banda Aceh diperoleh hasil sebagaimana yang tercantum pada Tabel berikut ini.

Tabel 16: Nilai Penggunaan Wi-fi di Warung Kopi

No.	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	Total Skor
1	5	3	5	4	5	4	5	4	4	3	5	4	3	4	58
2	4	4	5	4	3	4	3	3	4	4	5	3	4	5	55
3	5	4	4	4	3	3	4	3	3	5	4	3	4	5	54
4	5	3	5	4	3	3	3	3	3	3	4	3	3	5	50
5	4	3	4	2	3	3	3	3	3	3	4	3	3	4	45
6	4	4	4	3	3	3	3	3	3	3	5	3	3	4	48
7	5	4	5	5	4	3	3	4	3	5	5	3	3	4	56
8	5	3	4	4	3	5	3	3	5	4	4	3	3	4	53
9	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	4	4	4	57
10	5	5	5	4	4	3	3	4	4	3	5	3	3	5	56
11	5	3	4	4	4	4	3	4	4	4	5	3	3	4	54
12	5	5	5	4	4	4	4	3	4	4	4	3	4	4	57
13	5	5	5	4	4	5	4	5	4	5	5	4	4	4	63
14	4	4	4	4	5	5	5	5	4	5	5	4	5	4	63
15	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	4	4	5	59

16	5	5	5	4	4	5	4	5	4	5	5	5	4	4	64
17	5	3	5	4	4	4	4	5	4	4	4	5	4	4	59
18	5	5	5	5	5	5	5	5	3	3	5	2	5	5	63
19	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	3	5	4	67
20	4	4	4	5	4	4	4	4	4	4	4	2	4	3	54
21	5	4	5	4	3	3	3	3	3	4	4	4	3	4	52
22	4	4	4	3	4	4	4	4	4	5	5	3	4	4	56
23	5	5	4	4	3	3	4	3	3	4	4	4	4	3	53
24	5	5	5	3	4	4	3	4	4	4	5	4	3	4	57
25	4	5	5	5	4	4	4	4	4	4	5	4	4	5	61
26	4	5	5	5	4	4	4	4	4	3	5	5	4	4	60
27	4	3	5	4	5	5	4	4	5	5	4	3	4	5	60
28	5	4	4	4	2	3	5	4	3	3	4	4	5	5	55
29	5	2	5	4	3	3	3	4	3	4	5	4	3	4	52
30	5	4	5	2	4	3	4	5	2	5	5	5	4	4	57
31	5	4	4	3	5	3	5	4	4	3	4	5	4	5	58
32	5	5	5	3	5	4	5	4	4	3	5	5	5	5	63
33	4	4	5	4	5	4	4	4	4	4	5	5	5	4	61
34	5	5	5	5	5	3	4	4	4	5	5	4	5	5	64
35	4	4	4	5	5	4	4	5	5	5	5	5	5	5	65
36	5	5	5	5	5	4	4	4	4	4	4	5	5	5	64
37	5	5	5	5	5	3	4	5	3	5	3	5	4	5	62
38	5	5	5	5	5	4	4	4	4	4	4	5	3	5	62
39	5	3	5	5	5	4	4	4	3	4	4	5	5	5	61
40	5	4	5	5	5	4	5	4	3	3	4	5	5	5	62
41	5	4	5	5	5	4	5	4	4	4	4	4	5	5	63
42	5	4	5	5	5	3	5	5	4	4	3	3	5	4	60
43	5	4	5	5	5	3	5	4	3	2	3	4	5	5	58
44	5	5	5	3	5	3	5	4	3	3	3	5	4	5	58
45	5	5	4	3	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	56
46	4	5	5	4	3	4	3	4	4	4	4	4	5	5	58

47	4	3	5	5	4	4	3	4	4	5	5	5	4	5	60
48	4	4	4	5	4	4	3	4	4	5	4	4	5	5	59
49	5	4	5	4	4	4	4	4	4	5	4	4	5	5	61
50	5	3	5	5	3	4	4	4	3	4	4	4	5	4	57
51	4	4	4	2	5	4	4	3	3	3	4	5	4	5	54
52	5	4	5	4	5	5	5	5	4	3	4	5	3	5	62
53	5	4	5	3	4	5	4	4	3	4	4	4	5	4	58
54	5	4	5	4	4	5	4	4	4	3	4	5	4	5	60
55	5	4	5	3	4	4	4	4	4	4	4	5	3	5	58
56	5	4	4	4	2	4	4	4	3	4	5	4	4	4	55
57	5	4	5	4	3	3	5	5	5	2	5	4	5	4	59
58	5	3	5	4	3	5	5	5	5	3	5	5	5	5	63
59	5	4	5	5	4	4	5	5	3	4	5	5	4	5	63
60	5	4	5	4	3	4	5	4	4	4	4	5	4	5	60

Tabel 17: Nilai Kepuasan diri remaja muslim

No.	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	Total Skor
1	5	3	3	4	3	3	4	5	3	3	3	3	3	4	49
2	4	3	3	4	4	4	3	5	3	4	3	3	4	3	50
3	4	4	3	3	3	5	3	5	3	4	4	3	4	4	52
4	4	3	3	3	3	3	3	4	3	4	4	4	3	5	49
5	4	3	3	3	5	3	3	3	3	3	4	4	3	3	47
6	4	3	3	3	3	3	4	3	3	5	5	3	4	5	51
7	5	3	4	3	3	4	3	4	4	4	4	4	4	5	54
8	4	3	3	5	5	5	3	4	3	4	4	4	3	4	54
9	5	4	4	4	4	4	4	5	4	4	4	3	4	4	57
10	3	3	4	3	3	3	3	4	4	4	4	4	5	3	50
11	4	3	4	4	3	4	3	5	4	4	4	4	3	4	53
12	4	4	3	4	4	4	3	3	4	4	4	4	5	5	55
13	5	4	5	4	4	5	4	5	4	4	5	3	5	5	62
14	4	5	5	4	4	5	4	5	5	4	4	4	4	4	61

15	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	57
16	5	4	5	4	4	5	4	4	5	4	4	3	5	4	60
17	4	4	5	4	4	4	5	5	4	5	5	4	3	5	61
18	4	5	5	3	3	3	5	3	5	5	5	3	5	5	59
19	5	5	5	5	5	5	3	4	5	5	4	3	5	5	64
20	5	4	4	4	4	4	3	5	4	4	4	3	4	5	57
21	4	3	3	3	3	4	5	5	3	3	4	4	4	3	51
22	3	4	4	4	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4	56
23	4	4	3	3	3	4	3	4	3	3	4	4	5	3	50
24	5	3	4	4	4	4	4	5	4	5	4	4	5	4	59
25	4	4	4	4	4	4	4	5	4	5	4	4	5	4	59
26	5	4	4	4	4	3	4	5	4	4	3	4	5	4	57
27	4	4	4	5	5	5	5	2	5	4	4	4	3	4	58
28	4	5	4	3	4	3	3	3	3	4	4	4	4	3	51
29	4	3	4	3	3	4	4	4	3	2	5	4	2	4	49
30	5	4	5	4	3	3	3	3	3	3	4	3	4	5	52
31	5	5	4	4	5	5	4	4	4	4	5	5	5	5	64
32	4	5	5	5	4	4	4	4	4	5	5	5	5	5	64
33	4	5	5	5	5	5	5	4	4	5	4	5	4	5	65
34	4	5	5	5	4	5	3	3	4	5	5	4	4	5	61
35	4	4	4	5	5	5	3	3	5	5	5	5	4	5	62
36	4	4	5	4	5	5	4	4	5	4	4	4	4	5	61
37	5	5	5	4	5	5	4	4	5	4	5	5	4	4	64
38	4	5	5	5	4	5	4	3	5	4	5	4	5	4	62
39	5	5	5	4	5	5	4	4	5	4	5	5	4	5	65
40	3	5	5	3	5	5	4	5	5	4	5	4	5	5	63
41	4	5	5	4	4	5	4	4	5	4	5	4	5	5	63
42	4	5	5	5	4	4	4	4	5	4	4	4	5	4	61
43	5	5	4	5	5	4	4	4	5	5	3	5	4	5	63
44	4	5	5	5	4	5	4	4	4	4	4	5	5	4	62
45	5	4	5	5	5	4	4	5	5	5	4	5	5	4	65



46	5	4	5	5	5	4	3	4	5	3	4	5	5	4	61
47	4	5	5	4	4	5	4	4	4	4	4	5	5	5	62
48	4	5	5	5	5	4	4	5	4	4	5	4	5	5	64
49	5	4	5	4	5	5	4	4	4	5	4	4	5	5	63
50	5	3	5	5	4	4	4	5	4	4	3	5	5	5	61
51	4	4	5	4	5	5	5	5	4	5	4	4	4	4	62
52	3	5	5	3	5	5	5	4	4	5	5	3	5	4	61
53	4	4	5	4	5	5	5	4	5	4	5	4	5	5	64
54	5	5	5	4	4	5	4	3	3	4	4	4	5	5	60
55	4	5	5	5	4	4	5	4	4	5	4	5	5	4	63
56	5	5	5	4	5	5	5	5	5	5	4	4	5	3	65
57	4	4	5	4	5	5	5	5	5	4	4	5	5	4	64
58	4	4	4	4	5	4	5	4	4	3	4	5	5	5	60
59	4	4	5	5	4	5	5	4	4	4	5	5	5	5	64
60	5	4	4	4	5	5	3	5	5	4	5	4	4	4	61

Sumber: Hasil Pengolahan Penelitian, 2014

Data mentah di atas kemudian dianalisa secara komputerisasi dengan menggunakan program SPSS. Rangkuman hasil statistik dari analisa terhadap masing-masing variabel di atas di tampilkan dalam Tabel berikut.

Tabel 18: Hasil Analisa Statistik

Statistics		Variables	
		Penggunaan Wi-fi	Kepuasan Diri
N	Valid	60	60
	Missing	0	0
Mean		58.36	58.73
Mode		58 <sup>a</sup>	61
Median		58.5	61
Std. Deviation		4.31	5.23
Variance		18.64	27.41

Range	22	18
Minimum	45	47
Maximum	67	65
Sum	3502	3524

a. Multiple modes exist. The smallest value is shown

### 1. Data Penggunaan Wi-fi di Warung Kopi (X)

Untuk mengetahui bagaimana penggunaan Wi-fi di warung kopi, maka angket yang disebar sebanyak 14 item pernyataan. Pernyataan-pernyataan itu berhubungan dengan semua kegiatan penggunaan Wi-fi di warung kopi oleh remaja muslim di kota Banda Aceh. Berikut merupakan tabel distribusi jawaban responden.

Tabel 19: Distribusi Jawaban Responden Terhadap Variabel Penggunaan Wi-Fi

Tanggapan Responden	Sangat Tidak Baik		Tidak Baik		Cukup Baik		Baik		Sangat Baik		Mean
	f	%	f	%	f	%	f	%	f	%	
<b>1</b>	0	0	0	0	0	0	16	26,7	44	73,3	4,73
<b>2</b>	0	0	1	1,7	11	18,3	30	50,0	18	30,0	4,08
<b>3</b>	0	0	1	1,7	20	33,3	33	55,0	6	10,0	3,73
<b>4</b>	0	0	3	5,0	9	15,0	28	46,7	20	33,3	4,08
<b>5</b>	0	0	2	3,3	14	23,3	23	38,8	21	35,0	4,05
<b>6</b>	0	0	0	0	18	30,0	31	51,7	11	18,3	3,88
<b>7</b>	0	0	0	0	14	23,3	29	48,3	17	28,3	4,05
<b>8</b>	0	0	0	0	10	16,7	36	60,0	14	23,3	4,06
<b>9</b>	0	0	0	0	0	0	18	30,0	42	70,0	4,70
<b>10</b>	0	0	2	3,3	16	26,7	27	45,0	15	25,0	3,91
<b>11</b>	0	0	0	0	5	8,3	27	45,0	28	46,7	4,39
<b>12</b>	0	0	2	3,3	14	23,3	22	36,7	22	36,7	4,06
<b>13</b>	0	0	0	0	14	23,3	25	41,7	21	35,0	4,11
<b>14</b>	0	0	0	0	2	3,3	26	43,3	32	53,3	4,50

Sumber: Hasil Penelitian, 2014 (data diolah)

Dari hasil jawaban responden, ternyata yang paling mendominasi adalah jawaban mengenai pertanyaan “Bagaimana menurut Anda ketika menggunakan Wi-fi di warung kopi dengan tolak ukur karena adanya keperluan, ajakan teman dan tergantung *mood* dalam 1 bulan terakhir?” dengan rata-rata 4,73.

Kemudian, berdasarkan sebaran data yang diperoleh dari 14 item pernyataan untuk 60 responden maka distribusi total skor dari pernyataan untuk penggunaan Wi-fi menyebar antara total skor terendah 45 dan yang tertinggi yaitu 67. Perhitungan distribusi total skor tersebut menghasilkan nilai rata-rata 58,36, nilai tengah (median) yaitu 58,5 dan nilai yang sering muncul (modus) 4 (lihat tabel 16) .

Sesuai dengan hasil perhitungan statistik dasar yang telah dilakukan, data diklasifikasikan dalam 6 interval klas. Berikut adalah cara untuk menentukan klas interval:

$$\begin{aligned} K &= 1 + 3,3 \log n^{75} \\ &= 1 + 3,3 \log 60 \\ &= 1 + 3,3 \cdot 1,77 \\ &= 6,84 \text{ atau dibulatkan menjadi } 6. \end{aligned}$$

Jadi jumlah klas interval adalah 6.

Dalam menghitung rentang data yaitu data maximum dikurangi data minimum. Data maximum = 67 dan minimum 45.

$$\text{Jadi, } 67 - 45 = 22.$$

Selanjutnya, menghitung panjang klas, yaitu rentang data dibagi jumlah klas.  $22 : 6 = 3,66$  atau dibulatkan menjadi 3.

Untuk lebih jelasnya, distribusi frekuensi dan histogram data tersebut disajikan dalam tabel dan grafik di bawah ini.

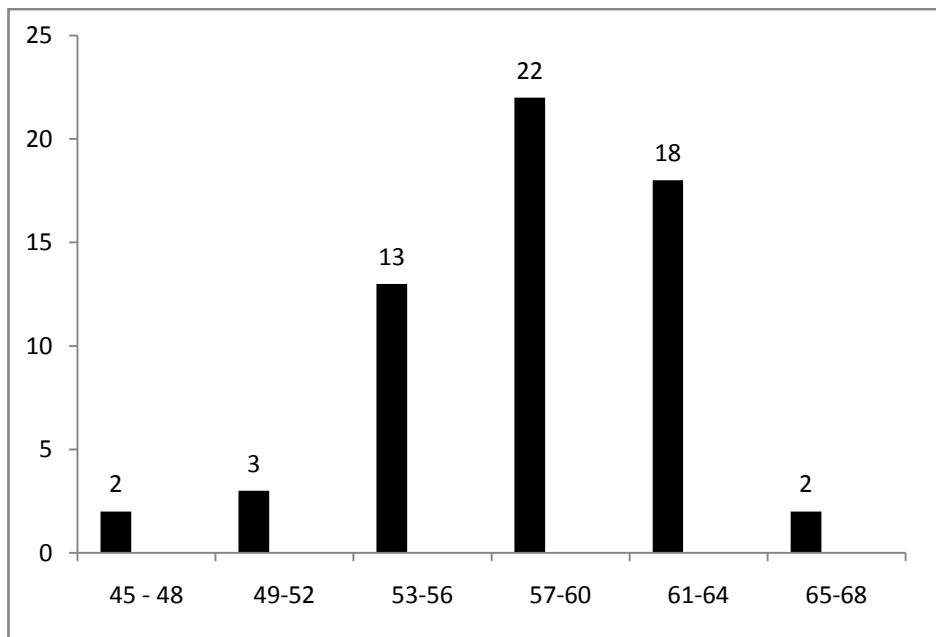
---

<sup>75</sup> Sugiono, *Statistika Untuk Penelitian* (Bandung: AlfaBeta, 2005), h. 29.

Tabel 20: Distribusi Frekuensi Total Skor Penggunaan Wi-fi (X)

No. Kelas	Klas Interval	Frekuensi Absolut	Frekuensi Relatif (%)
1	45 - 48	2	3,33
2	49 - 52	3	5
3	53 - 56	13	21,67
4	57 - 60	22	36,67
5	61 - 64	18	30
6	65 - 68	2	3,33
<b>Jumlah</b>		<b>60</b>	<b>100 %</b>

Berdasarkan distribusi total skor data penggunaan Wi-fi (X) di atas, dapat ditampilkan histogram sebaran datanya pada Gambar di bawah ini.



Gambar 7: Histogram Sebaran Data Variabel Penggunaan Wi-fi (X)

Gambar di atas menunjukkan sebaran total skor penggunaan Wi-fi sebanyak 7 orang (11,67 %) berada di bawah rata-rata klas interval (tidak baik) dan sebanyak 22 orang (36,67 %) pada rata-rata klas interval (cukup baik) dan sebanyak 31 orang (51,67 %) di atas rata-rata (sangat baik). Data ini menunjukkan bahwa penggunaan Wi-fi umumnya berada di atas rata-rata.

## 2. Data Tingkat Kepuasan Diri (Y)

Sama halnya dengan penggunaan Wi-fi, tingkat kepuasan diri remaja muslim dapat diukur dengan penyebaran kuesioner. Kuesioner untuk tingkat kepuasan diri remaja muslim ini terdiri dari 14 item pernyataan. Isi setiap item pernyataan pada umumnya menyatakan hal-hal yang berhubungan dengan kepuasan diri remaja muslim.

Jawaban dari para responden untuk setiap pernyataan bervariasi, ada yang menyatakan sangat puas, ada juga yang menyatakan puas, bahkan ada yang menyatakan netral, dan beberapa yang menyatakan tidak puas. Tetapi hampir tidak terlihat jawaban responden yang menyatakan sangat tidak puas. Hal ini sangat wajar karena masing-masing responden akan menjawab pernyataan sesuai dengan apa yang dirasakan oleh responden. Berikut merupakan tabel distribusi jawaban responden.

Tabel 21: Distribusi Jawaban Responden Terhadap Variabel Kepuasan Diri

Tanggapan Responden	Sangat Tidak Puas		Tidak Puas		Netral		Puas		Sangat Puas		Mean
	f	%	f	%	f	%	f	%	f	%	
1	0	0	0	0	4	6,7	34	56,7	22	36,7	4,30
2	0	0	0	0	13	21,7	25	41,7	22	36,7	4,15
3	0	0	0	0	10	16,7	18	30,0	32	53,3	4,36
4	0	0	0	0	13	21,7	39	50,0	17	28,3	4,06
5	0	0	0	0	12	20,0	25	41,7	23	38,3	4,18
6	0	0	0	0	9	15,0	22	36,7	29	48,3	4,33
7	0	0	0	0	18	30,0	29	48,3	13	21,7	3,91
8	0	0	1	1,7	10	16,7	28	46,7	21	35,0	4,15
9	0	0	0	0	13	21,7	27	45,0	20	33,3	4,11
10	0	0	1	1,7	7	11,7	35	58,3	17	28,3	4,13
11	0	0	0	0	5	8,3	36	60,0	19	31,7	4,23
12	0	0	0	0	12	20,0	32	53,3	16	26,7	4,06

13	0	0	1	1,7	7	11,7	21	35,0	31	51,7	4,36
14	0	0	0	0	7	11,7	25	41,7	28	46,7	4,35

Sumber: Hasil Penelitian, 2014 (data diolah)

Dari hasil jawaban responden tersebut ternyata yang paling banyak adalah jawaban pada pernyataan “Informasi seputar dunia berita dan berkenaan dengan wahana hiburan tentang jejaring sosial (FB, Twitter dan Yahooemail)” dengan rata-rata 4,36.

Berdasarkan sebaran data yang diperoleh dari 14 item pernyataan untuk 60 responden maka distribusi total skor dari pernyataan untuk tingkat kepuasan diri remaja muslim menyebar antara total skor terendah yaitu 47 dan yang tertinggi yaitu 65. Perhitungan distribusi total skor tersebut menghasilkan nilai rata-rata (mean) 58,73, nilai tengah (median) 61 dan nilai yang sering muncul (modus) 4 (lihat pada tabel 21).

Sesuai dengan hasil perhitungan statistik dasar yang telah dilakukan, data diklasifikasikan dalam 6 interval klas. Berikut adalah cara untuk menentukan klas interval:

$$\begin{aligned}
 K &= 1 + 3,3 \log n^{76} \\
 &= 1 + 3,3 \log 60 \\
 &= 1 + 3,3 \cdot 1,77 \\
 &= 6,84 \text{ atau dibulatkan menjadi } 6.
 \end{aligned}$$

Jadi jumlah klas interval adalah 6.

Dalam menghitung rentang data yaitu data maximum dikurangi data minimum. Data maximum = 65 dan minimum 47.

$$\text{Jadi, } 65 - 47 = 18.$$

Selanjutnya, menghitung panjang klas, yaitu rentang data dibagi jumlah klas.

$$18 : 6 = 3.$$

Untuk lebih jelasnya, distribusi frekuensi dan histogram data tersebut disajikan dalam tabel dan grafik di bawah ini.

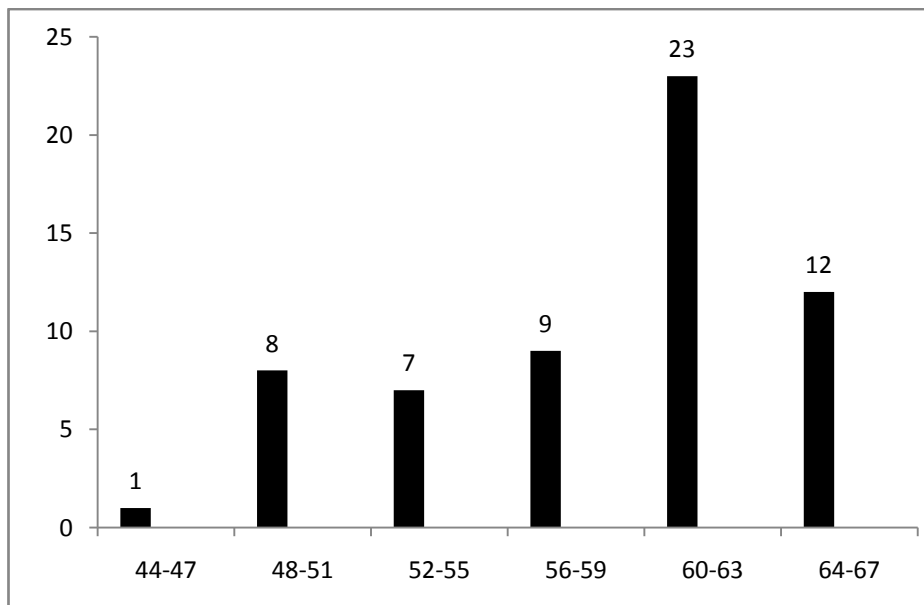
---

<sup>76</sup> *Ibid.*

Tabel 22: Distribusi Frekuensi Total Skor Kepuasan Diri (Y)

No. Kelas	Kelas Interval	Frekuensi Absolut	Frekuensi Relatif (%)
1	44 – 47	1	1,67
2	48 – 51	8	13,33
3	52 – 55	7	11,67
4	56 – 59	9	15
5	60 – 63	23	38,33
6	64 – 67	12	20
<b>Jumlah</b>		<b>60</b>	<b>100 %</b>

Berdasarkan distribusi total skor data kepuasan diri (Y) di atas, dapat ditampilkan histogram sebaran datanya pada Gambar di bawah ini.



Gambar 8: Histogram Sebaran Data Variabel Kepuasan Diri (Y)

Gambar di atas menunjukkan sebaran total skor kepuasan diri sebanyak 5 orang (8,33 %) berada di bawah rata-rata kelas interval (tidak puas) dan sebanyak 23 orang (38,33 %) pada rata-rata kelas interval (cukup puas) dan sebanyak 32 orang (53,33 %) di atas rata-rata (sangat puas). Data ini menunjukkan bahwa kepuasan diri umumnya berada di atas rata-rata.

### 3. Tendensi Sentral

Pengukuran tendensi sentral terdiri dari 3 bagian besar, yaitu:

a. Rata-rata hitung (mean)

Rata-rata hitung (mean) adalah nilai rata-rata dari beberapa buah data. Nilai mean dapat ditentukan dengan membagi jumlah data dengan banyaknya responden. Untuk mencari nilai rata-rata hitung (mean) adalah dengan menjumlahkan seluruh nilai data dan dibagi dengan jumlah responden. Data yang digunakan dalam penelitian adalah dari hasil rangkuman data penelitian. Nilai rata-rata (mean) untuk variabel penggunaan Wi-fi (X) adalah 58,36 dan untuk variabel kepuasan diri (Y) adalah 58,73.

b. Nilai tengah (median)

Median adalah suatu nilai yang membatasi 50 % frekuensi distribusi bagian bawah dengan 50 % frekuensi distribusi bagian atas. Median merupakan suatu nilai yang membagi dua suatu distribusi frekuensi (deretan nilai) sehingga banyaknya pengamatan pada kedua bagian tersebut sama. Median digunakan karena rata-rata memiliki kelemahan bila dalam kelompok data terdapat harga yang sangat besar atau ekstrim. Median tidak mudah dipengaruhi data yang nilainya ekstrim, sedangkan rata-rata sangat cepat dipengaruhi harga ekstrim. Nilai tengah (median) untuk variabel penggunaan Wi-fi (X) adalah 58,5, dan untuk variabel kepuasan diri (Y) adalah 61.

c. Nilai yang sering muncul (modus)

Modus (nilai yang sering muncul) adalah nilai verbal yang sering terdapat dalam suatu kelompok data, atau dengan kata lain modus adalah nilai variabel yang mempunyai frekuensi tertinggi dalam distribusi. Dari sebaran data hasil kuesioner yang diperoleh maka dapat dilihat nilai yang sering muncul (modus) pada kedua variabel tersebut adalah 4.



### C. Analisis Regresi Linear Sederhana

Analisis regresi linier sederhana dilakukan untuk mengetahui seberapa besar pengaruh variabel bebas, yaitu pengguna Wi-fi di warung kopi terhadap variabel terikat yaitu kepuasan diri remaja muslim. Analisis ini dilakukan dengan bantuan SPSS versi 16.0. metode enter digunakan dalam analisis regresi linier sederhana dengan memasukkan seluruh variabel untuk mengetahui apakah variabel bebas mempunyai pengaruh secara signifikan terhadap variabel terikat.

Tabel 23: Variables Entered/Removed<sup>b</sup>

Model	Variables Entered	Variables Removed	Method
1	penggunaan Wifi <sup>a</sup>		. Enter

a. All requested variables entered.

b. Dependent Variable: Kepuasan Diri

Sumber: Hasil Penelitian, 2014 (data diolah)

Pada tabel di atas atau tabel variabel enterd/removed menunjukkan bahwa:

- Variabel yang dimasukkan ke dalam persamaan adalah variabel bebas (independent), penggunaan Wi-fi.
- Tidak ada variabel bebas yang dikeluarkan.
- Metode yang digunakan dalam memasukkan data adalah metode enter.

Hasil output untuk analisis regresi linier sederhana dapat dilihat pada tabel 12 berikut ini.

Tabel 24: Analisis Regresi Linier Sederhana Coefficients<sup>a</sup>

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	9.179	6.655		1.379	.173
	penggunaan Wifi	.849	.114	.700	7.467	.000

a. Dependent Variable: Kepuasan Diri

Dari tabel dapat dirumuskan ke dalam persamaan regresi linier sederhana, yaitu sebagai berikut:

$$Y' = 9,179 + 0,849X$$

Dari persamaan regresi linier sederhana di atas dapat disimpulkan bahwa:

1.  $a = 9,179$

Nilai Konstanta pada persamaan tersebut sebesar 9,179, artinya walaupun variabel bebas bernilai nol maka kepuasan diri remaja muslim menggunakan Wi-fi diwarung kopi tetap sebesar 9,179.

2.  $b = 0,849$

Koefisien variabel penggunaan Wi-fi di warung kopi sebesar 0,849 artinya jika variabel penggunaan Wi-fi ditingkatkan 1 satuan maka kepuasan diri remaja muslim meningkat sebesar 0,849.

## D. Pengujian Hipotesis

### 1. Uji Statistik t (Uji Signifikansi Secara Parsial)

Uji statistik t dilakukan untuk menguji apakah variabel bebas yaitu penggunaan Wi-fi di warung kopi (X) mempunyai pengaruh dan signifikansi terhadap variabel terikat, yaitu kepuasan diri remaja muslim (Y) secara parsial.

Tabel 25: Analisis Regresi Linier Sederhana Coefficients<sup>a</sup>

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	
	B	Std. Error	Beta			
1	(Constant)	9.179	6.655		1.379	.173
	penggunaan Wifi	.849	.114	.700	7.467	.000

Sumber: Hasil Penelitian, 2014 (data diolah)

Hasil pengujian:

- 1) Model regresi yang digunakan dalam uji t adalah:

Ho:  $b = 0$ , artinya secara parsial tidak terdapat pengaruh dan signifikan dari variabel bebas yaitu penggunaan Wi-fi di warung kopi (X) terhadap variabel terikat kepuasan diri remaja muslim (Y).

Ha:  $b \neq 0$ , artinya secara parsial terdapat pengaruh dan signifikan dari variabel bebas yaitu penggunaan Wi-fi di warung kopi (X) terhadap variabel terikat kepuasan diri remaja muslim (Y).

- 2) t tabel dapat dilihat pada  $\alpha = 5\%$ , yang diperoleh dari n-k

n = jumlah sampel yaitu 60

k = jumlah variabel bebas yang digunakan yaitu 1

maka nilai t tabel 5% (59) adalah 1,671

- 3) nilai t hitung dapat dilihat pada Tabel 25.

- 4) Kriteria kepuasan diri

Ho diterima jika  $t_{hitung} < t_{tabel}$ ,  $\alpha = 5\%$

Ha ditolak jika  $t_{hitung} > t_{tabel}$ ,  $\alpha = 5\%$ .

Keterangan:

1. Pada variabel penggunaan Wi-fi di warung kopi (X) di ketahui bahwa  $t$  hitung = 7,467 dengan tingkat signifikansi 0,000 (lebih kecil dari 0,05), maka  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima karena  $t$  hitung (7,467) >  $t$  tabel (1,671).
2. Berdasarkan hasil tersebut dapat disimpulkan bahwa variabel penggunaan Wi-fi di warung kopi (X) secara parsial berpengaruh dan signifikan terhadap variabel kepuasan diri remaja muslim (Y).
3. Hal ini berarti penggunaan Wi-fi di warung kopi yang terdiri dari frekuensi , penggunaan Wi-fi, Lamanya penggunaan Wi-fi, waktu penggunaan Wi-fi, bentuk layanan situs yang diakses dan isi layanan yang digunakan tidak mengalami fluktuasi karena mampu meningkatkan kepuasan diri remaja muslim yang meliputi; kepuasan dalam bidang informasi, identitas pribadi, interaksi dan integritas sosial serta bidang wahana hiburan.
4. Berdasarkan hasil uji  $t$ , diketahui bahwa penggunaan Wi-fi diwarung kopi mempengaruhi kepuasan diri remaja muslim. Hal ini dapat dilihat dari nilai *unstandardized coefficients* 0,849 atau 84,9 %.
5. Semakin baik penggunaan Wi-fi di warung kopi, maka tingkat kepuasan diri remaja muslim di kota Banda Aceh semakin tinggi.

## 2. Uji koefisien Determinasi

Digunakan untuk mengukur sejauh mana kemampuan variabel bebas dalam menerangkan variabel terikat. Koefisien determinasi (R) ini berkisar antara nol sampai dengan 1 ( $0 \leq R \leq 1$ ). Semakin mendekati nol berarti model tidak baik atau variasi model dalam menjelaskan sangat terbatas, sebaliknya semakin mendekati satu berarti model semakin baik.

Tabel 26: Uji Koefisien Determinasi  
Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.700 <sup>a</sup>	.490	.481	3.77117

a. Predictors: (Constant), penggunaan Wifi

b. Dependent Variable: Kepuasan Diri

Sumber: Hasil Penelitian, 2014 (data diolah)

Dari Tabel di atas dapat disimpulkan bahwa:

Nilai R sebesar 0,700 berarti hubungan antara penggunaan Wi-fi di warung kopi terhadap kepuasan diri remaja muslim sebesar 70 %. Artinya hubungannya sangat erat dan variabel terikat pada kepuasan diri remaja muslim mampu dijelaskan oleh variabel bebas yaitu penggunaan Wi-fi di warung kopi sebesar 0,700 atau 0,70 % dan sisanya 0,30 % dijelaskan oleh variabel lain diluar variabel yang digunakan.

## E. Pembahasan Hasil Penelitian

Berdasarkan analisa data yang dikemukakan di atas, maka hasil penelitian ini menunjukkan bahwa:

### 1. Penggunaan Wi-fi di Warung Kopi.

Data-data dari variabel penggunaan Wi-fi di warung kopi yang telah diperoleh kemudian diuji dengan berbagai jenis pengujian statistik. Berikut adalah uraian hasil dari distribusi jawaban responden yang telah diolah dan di uji. Distribusi datanya dapat dilihat pada tabel 19 di atas. Dari tabel 19 tersebut dapat disimpulkan bahwa:

Pada pertanyaan pertama “Bagaimana menurut Anda ketika menggunakan Wi-fi di warung kopi dengan tolak ukur karena adanya keperluan, ajakan teman dan tergantung *mood* dalam 1 bulan terakhir ?” dapat diketahui bahwa tidak ada responden (0 %) yang menjawab sangat tidak baik, tidak ada responden (0 %) yang menjawab tidak baik dan tidak ada responden (0 %) yang menjawab cukup baik, 16 orang responden (26,7 %) menjawab baik, sedangkan 44 orang responden (73,3%) menjawab sangat baik.

Pada pertanyaan kedua “Bagaimana Anda menggunakan Wi-fi di warung kopi dengan rata-rata kecepatan *loading* 320 Kb/s, 7 Mb/s dan 14 Mb/s dalam 1 bulan terakhir ? ” dapat diketahui bahwa tidak ada responden (0 %) menjawab sangat tidak baik, 1 orang responden (1,7%) menjawab tidak baik, 11 orang responden (18,3%) menjawab cukup baik, 30 orang responden (50,0%) menjawab baik dan 18 orang responden (30,0%) menjawab sangat baik.

Pada pernyataan ketiga “Anda menggunakan Wi-fi di warung kopi dengan menghabiskan durasi rata-rata sekitar 1 jam s/d 2 jam, > 2 jam s/d 3, > 3 jam s/d 4 dan di atas 4 jam dalam 1 bulan terakhir” dapat diketahui bahwa tidak ada responden (0%) menjawab sangat tidak baik, 1 orang responden (1,7%) menjawab tidak baik, 20 orang responden (33,3%) menjawab cukup baik, 33 orang responden (55,0%) menjawab baik dan 6 orang responden (10,0%) menjawab sangat baik.

Pada pertanyaan keempat “Bagaimana Anda menggunakan Wi-fi di warung kopi ketika adanya gangguan signal (*trouble shoot*) dengan durasi kecepatan jaringan antara 10 detik s/d 30 detik, > 30 detik s/d 1 menit, > 1 menit s/d 2 menit dan di atas 2 menit dalam 1 bulan terakhir?” dapat diketahui bahwa

tidak ada responden (0%) menjawab sangat tidak baik, 3 orang responden (5,0%) menjawab tidak baik, 9 orang responden (15,0%) menjawab cukup baik, 28 orang responden (46,7%) menjawab baik dan 20 orang responden (33,3%) menjawab sangat baik.

Pada pertanyaan kelima “Bagaimana Anda memilih waktu yang efektif ketika menggunakan Wi-fi di warung kopi kalau misalnya dengan ketentuan setelah Duhur s/d Ashar, setelah Ashar s/d Magrib, antara waktu Magrib dan Isya, serta setelah Isya sampai larut malam dalam 1 bulan terakhir?” dapat diketahui bahwa tidak ada responden (0%) menjawab sangat tidak baik, 2 orang responden (3,3%) menjawab tidak baik, 14 orang responden (23,3%) menjawab cukup baik, 23 orang responden (38,3%) menjawab baik dan 21 orang responden (35,0%) menjawab sangat baik.

Pada pertanyaan keenam “Bagaimana Anda menentukan jam yang efektif, misalnya antara jam 7.00 pagi s/d jam 13.00 siang, antara jam 14.00 siang s/d jam 17.00 sore, antara jam 18.00 sore s/d jam 21.00 dan di atas jam 21.00 malam ketika menggunakan Wi-fi di warung kopi dalam 1 bulan terakhir?” dapat diketahui bahwa tidak ada responden (0%) menjawab sangat tidak baik dan tidak ada responden (0 %) menjawab tidak baik, 18 orang responden (30,0%) menjawab cukup baik, 31 orang responden (51,7%) menjawab baik dan 11 orang responden (18,3%) menjawab sangat baik.

Pada pertanyaan ketujuh “Bagaimana Anda memanfaatkan hari Sabtu dan Minggu sebagai hari yang efisien ketika menggunakan Wi-fi di warung kopi dalam 1 bulan terakhir?” dapat diketahui bahwa tidak ada responden (0%) menjawab sangat tidak baik dan tidak ada responden (0 %) menjawab tidak baik, 14 orang responden (23,3%) menjawab cukup baik, 29 orang responden (48,3%) menjawab baik dan 17 orang responden (28,3%) menjawab sangat baik.

Pada pertanyaan kedelapan “Bagaimana Anda mengakses layanan situs, misalnya *windows websters*, zona bola.com, fasilitas *games online* dan *world press* ketika menggunakan Wi-fi di warung kopi dalam 1 bulan terakhir?” dapat diketahui bahwa tidak ada responden (0%) menjawab sangat tidak baik dan tidak ada responden (0 %) menjawab tidak baik, 10 orang responden (16,7%)

menjawab cukup baik, 36 orang responden (60,0%) menjawab baik dan 14 orang responden (23,3%) menjawab sangat baik.

Pada pertanyaan kesembilan “Bagaimana Anda mem-*browsing content* layanan situs; *google, yahoo, youtube* dan kaskus ketika menggunakan Wi-Fi di warung kopi 1 bulan terakhir?” dapat diketahui bahwa tidak ada responden (0%) menjawab sangat tidak baik, tidak ada responden (0 %) menjawab tidak baik dan tidak ada responden (0%) menjawab cukup baik, 18 orang responden (30,0%) menjawab baik dan 42 orang responden (70,0%) menjawab sangat baik.

Pada pertanyaan kesepuluh “Bagaimana proses yang Anda alami ketika men-*download* situs, misalnya; *4Shared, MP3 Skull, Indeks musics* dan *omesh.com* dalam penggunaan Wi-fi di warung kopi dalam 1 bulan terakhir?” dapat diketahui bahwa tidak ada responden (0%) menjawab sangat tidak baik, 2 orang responden (3,3%) menjawab tidak baik, 16 orang responden (26,7%) menjawab cukup baik, 7 orang responden (45%) menjawab baik dan 15 orang responden (25,0%) menjawab sangat baik.

Pada pertanyaan kesebelas “Bagaimana proses yang Anda alami ketika meng-*update* program anti virus, al-Qur’an digital, *Flash player* (Adobe, FDF) dan IDM (*internet download manager* dalam penggunaan Wi-fi di warung kopi dalam 1 bulan terakhir” dapat diketahui bahwa tidak ada responden (0 %) menjawab sangat tidak baik dan tidak ada responden (0 %) menjawab tidak baik, 5 orang responden (8,3%) menjawab cukup baik, 27 orang responden (45,0%) menjawab baik dan 28 orang responden (46,7%) menjawab sangat baik.

Pada pertanyaan kedua belas “Bagaimana Anda melakukan akses transaksi jual beli *online* ketika menggunakan Wi-fi di warung kopi, misalnya melalui situs toko bagus.com, berniaga.com, toko buku *online*, dan *online fashion shopp* kurun waktu 1 bulan terakhir?” dapat diketahui bahwa tidak ada responden (0%) menjawab sangat tidak baik, 2 orang responden (3,3%) menjawab tidak baik, 14 orang responden (23,3%) menjawab cukup baik, 22 orang responden (36,7%) menjawab baik dan 22 orang responden (36,7%) menjawab sangat baik.

Pada pertanyaan ketiga belas “Bagaimana proses yang Anda alami ketika mengakses materi *online*, seperti; info selebritis, berita (olahraga, pendidikan dan kesehatan), *trend fashion* (gaya terkini) dan fenomena masyarakat (sosialisasi,



kriminal) dalam penggunaan Wi-fi di warung kopi dalam 1 bulan terakhir?” dapat diketahui bahwa tidak ada responden (0%) menjawab sangat tidak baik dan tidak ada responden (0 %) menjawab tidak baik, 14 orang responden (23,3%) menjawab cukup baik, 25 orang responden (41,7%) menjawab baik dan 21 orang responden (35,0%) menjawab sangat baik.

Pada pertanyaan keempat belas “Bagaimana proses yang Anda alami ketika mengakses materi islami *online* dalam menggunakan Wi-fi di warung kopi, seperti; hidayah (kisah islami dan tanya-jawab islami), mujahid (relawan Islam), tutorial hijab modern dan republika Islam (info islami) dalam 1 bulan terakhir?” dapat diketahui bahwa tidak ada responden (0%) menjawab sangat tidak baik dan tidak ada responden (0 %) menjawab tidak baik, 2 orang responden (3,3%) menjawab cukup baik, 26 orang responden (43,3%) menjawab baik dan 32 orang responden (53,3%) menjawab sangat baik.

Dari keempat belas pernyataan variabel penggunaan Wi-fi di warung kopi, sebaran total skor sebanyak 22 orang (36,67 %) berada di bawah rata-rata klas interval (tidak baik) dan sebanyak 22 orang (36,67 %) pada rata-rata klas interval (cukup baik) dan sebanyak 31 orang (51,67 %) di atas rata-rata (sangat baik).

## 2. Tingkat kepuasan diri yang diperoleh remaja muslim di kota Banda Aceh.

Data-data dari variabel kepuasan diri remaja muslim yang telah diperoleh kemudian di uji dengan berbagai jenis pengujian statistik. Berikut adalah uraian hasil dari distribusi jawaban responden yang telah diolah dan di uji. Distribusi datanya dapat dilihat pada tabel 21 di atas. Dari tabel 21 tersebut dapat disimpulkan bahwa:

Pada pernyataan pertama ”Informasi seputar dunia pendidikan” dapat diketahui bahwa tidak ada responden (0%) menjawab sangat tidak puas dan tidak ada responden (0 %) menjawab tidak puas, 4 orang responden (6,7%) menjawab netral, 34 orang responden (56,7%) menjawab puas dan 22 orang responden (36,7%) menjawab sangat puas.

Pada pernyataan kedua “Informasi seputar dunia kesehatan” dapat diketahui bahwa tidak ada responden (0%) menjawab sangat tidak puas dan tidak ada responden (0 %) menjawab tidak puas, 13 orang responden (21,7%)

menjawab netral, 25 orang responden (41,7%) menjawab puas dan 22 orang responden (36,7%) menjawab sangat puas.

Pada pernyataan ketiga “Informasi seputar dunia berita” dapat diketahui bahwa tidak ada responden (0%) menjawab sangat tidak puas dan tidak ada responden (0 %) menjawab tidak puas, 10 orang responden (16,7%) menjawab netral, 18 orang responden (30,0%) menjawab puas dan 32 orang responden (53,3%) menjawab sangat puas.

Pada pernyataan keempat “Informasi seputar olahraga” dapat diketahui bahwa tidak ada responden (0%) menjawab sangat tidak puas dan tidak ada responden (0 %) menjawab tidak puas, 13 orang responden (21,7%) menjawab netral, 30 orang responden (50,0%) menjawab puas dan 17 orang responden (28,3%) menjawab sangat puas.

Pada pernyataan kelima “berkenaan dengan identitas pribadi dalam meng-*upload*” dapat diketahui bahwa tidak ada responden (0%) menjawab sangat tidak puas dan tidak ada responden (0 %) menjawab tidak puas, 12 orang responden (20,0%) menjawab netral, 25 orang responden (41,7%) menjawab puas dan 23 orang responden (38,3%) menjawab sangat puas.

Pada pernyataan keenam “berkenaan dengan identitas pribadi tentang blog” dapat diketahui tidak ada responden (0%) menjawab sangat tidak puas dan tidak ada responden (0 %) menjawab tidak puas, bahwa 9 orang responden (15,0%) menjawab netral, 22 orang responden (36,7%) menjawab puas dan 29 orang responden (48,3%) menjawab sangat puas.

Pada pernyataan ketujuh “berkenaan dengan identitas pribadi tentang video *call*” dapat diketahui bahwa tidak ada responden (0%) menjawab sangat tidak puas dan tidak ada responden (0%) menjawab tidak puas, 18 orang responden (30,0%) menjawab netral, 29 orang responden (48,3%) menjawab puas dan 13 orang responden (21,7%) menjawab sangat puas.

Pada pernyataan kedelapan “berkenaan dengan interaksi dan integritas sosial tentang wadah nge-*chat*” dapat diketahui bahwa tidak ada responden (0%) menjawab sangat tidak puas, 1 orang responden (1,7%) menjawab tidak puas, 10 orang responden (16,7%) menjawab netral, 28 orang responden (46,7%) menjawab puas dan 21 orang responden (35,0%) menjawab sangat puas.

Pada pernyataan sembilan “berkenaan dengan interaksi dan integritas sosial tentang mitra bisnis” dapat diketahui bahwa tidak ada responden (0%) menjawab sangat tidak puas dan tidak ada responden (0 %) menjawab tidak puas, 13 orang responden (21,7%) menjawab netral, 27 orang responden (45,0%) menjawab puas dan 20 orang responden (33,3%) menjawab sangat puas.

Pada pernyataan kesepuluh “berkenaan dengan interaksi dan integritas sosial tentang komunitas grup *online*” dapat diketahui bahwa tidak ada responden (0%) menjawab sangat tidak puas, 1 orang responden (1,7%) menjawab tidak puas, 7 orang responden (11,7%) menjawab netral, 35 orang responden (58,3%) menjawab puas dan 17 orang responden (28,3%) menjawab sangat puas.

Pada pernyataan kesebelas “berkenaan dengan interaksi dan integritas sosial tentang diskusi *online*” dapat diketahui bahwa tidak ada responden (0%) menjawab sangat tidak puas dan tidak ada responden (0 %) menjawab tidak puas, 5 orang responden (8,3%) menjawab netral, 36 orang responden (60,0%) menjawab puas dan 19 orang responden (31,7%) menjawab sangat puas.

Pada pernyataan kedua belas “berkenaan dengan wahana hiburan tentang bermain *games online*” dapat diketahui bahwa tidak ada responden (0%) menjawab sangat tidak puas dan tidak ada responden (0 %) menjawab tidak puas, 12 orang responden (20,0%) menjawab netral, 32 orang responden (53,3%) menjawab puas dan 16 orang responden (26,7%) menjawab sangat puas.

Pada pernyataan ketiga belas “berkenaan dengan wahana hiburan tentang jejaring sosial (FB, Twitter dan Yahooemail)” dapat diketahui bahwa tidak ada responden (0%) menjawab sangat tidak puas, 1 orang responden (1,7%) menjawab tidak puas, 7 orang responden (11,7%) menjawab netral, 21 orang responden (35,0%) menjawab puas dan 31 orang responden (51,7%) menjawab sangat puas.

Pada pernyataan keempat belas “berkenaan dengan wahana hiburan tentang *men-download*” dapat diketahui bahwa tidak ada responden (0%) menjawab sangat tidak puas dan tidak ada responden (0 %) menjawab tidak puas, 7 orang responden (11,7%) menjawab netral, 25 orang responden (41,7%) menjawab puas dan 28 orang responden (46,7%) menjawab sangat puas.

Dari keempat belas pernyataan variabel kepuasan diri remaja muslim, sebaran total skor kepuasan diri sebanyak 23 orang (38,33 %) berada di bawah rata-rata kelas interval (tidak puas) dan sebanyak 23 orang (38,33 %) pada rata-rata kelas interval (cukup puas) dan sebanyak 32 orang (53,33 %) di atas rata-rata (sangat puas).

### 3. Pengaruh Penggunaan Wi-fi di Warung Kopi Terhadap Kepuasan Diri Remaja Muslim di Kota Banda Aceh.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh penggunaan Wi-fi di warung kopi (frekuensi, lamanya, waktu, bentuk layanan situs dan isi) terhadap kepuasan diri remaja muslim di kota Banda Aceh (seputar informasi, identitas pribadi, interaksi dan integritas sosial serta wahana hiburan).

Dari kuesioner yang dibagikan kepada 60 responden diketahui bahwa seluruh indikator pengukur masing-masing variabel adalah valid yaitu  $r$  hitung  $>$   $r$  tabel dan menunjukkan hasil yang signifikan dengan nilai signifikansi kurang dari 5%, sehingga dapat disimpulkan bahwa indikator pertanyaan yang ada dalam kuisisioner bisa diterapkan terhadap responden yang menggunakan Wi-fi di warung kopi. Selain itu disimpulkan pula bahwa semua variabel dalam penelitian ini adalah reliabel karena nilai Cronbach-Alpha ( $\alpha$ ) dari masing-masing variabel nilainya lebih besar dari 60% yang artinya bahwa responden konsisten dalam menjawab indikator pertanyaan yang ada dalam kuesioner.

Selanjutnya, dilakukan uji t-test yaitu pengujian variabel bebas yaitu penggunaan Wi-fi di warung kopi yang memiliki pengaruh signifikan terhadap variabel terikat yaitu kepuasan diri remaja muslim. Hal ini dapat dilihat dari tingkat signifikansi  $<$  0,05 dan  $t$  hitung  $>$   $t$  tabel yaitu  $7,467 >$   $1,671$ .

Kemudian dari uji determinasi R maka dapat dilihat bahwa besaran R yang diperoleh adalah 0,700. Artinya adalah bahwa variabel terikat pada kepuasan diri remaja muslim dapat dijelaskan oleh variabel bebas yaitu penggunaan Wi-fi di warung kopi sebesar 0,700 % atau 0,70 %, sedangkan sisanya 0,30 % atau 30 % dijelaskan oleh variabel lain diluar variabel yang digunakan. Dengan demikian, kepuasan diri remaja muslim akan semakin meningkat jika penggunaan Wi-fi di warung kopi terus diteruskan.

## **BAB V**

### **KESIMPULAN DAN SARAN**

#### **A. Kesimpulan**

Berdasarkan analisis data dan pengujian hipotesa dapat diambil beberapa kesimpulan:

1. Penggunaan Wi-fi di warung kopi oleh remaja muslim di kota Banda Aceh, sebanyak 7 orang (11,67 %) berada di bawah rata-rata (tidak baik) dan sebanyak 22 orang (36,67 %) pada rata-rata (cukup baik) dan sebanyak 31 orang (51,67 %) di atas rata-rata (baik sekali).
2. Tingkat kepuasan diri yang diperoleh remaja muslim ketika menggunakan Wi-fi di warung kopi, sebanyak 5 orang (8,33 %) berada di bawah rata-rata (tidak puas) dan sebanyak 23 orang (38,33 %) pada rata-rata (cukup puas) dan sebanyak 32 orang (53,33 %) di atas rata-rata (sangat puas).
3. Pengaruh penggunaan Wi-fi di warung kopi terhadap kepuasan diri remaja muslim.
  - a. Variabel penggunaan Wi-fi di warung kopi berpengaruh dan signifikan terhadap kepuasan diri remaja muslim di kota Banda Aceh berdasarkan uji t (uji parsial). Hal ini membuktikan bahwa penggunaan Wi-fi di warung kopi mempengaruhi kepuasan diri remaja muslim di kota Banda Aceh.
  - b. Berdasarkan hasil analisis koefisien determinasi (R) diketahui bahwa nilai R sebesar 0,700. Hal ini berarti sebesar 70 % kepuasan diri remaja muslim di kota Banda Aceh oleh variabel penggunaan Wi-fi di warung kopi. Sedangkan, sisanya yaitu 30 dapat dijelaskan oleh variabel lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini.

## **B. Saran**

Berdasarkan simpulan dan implikasi hasil penelitian di atas, maka peneliti mengusulkan beberapa saran untuk dipertimbangkan sebagai berikut:

1. Hendaknya remaja muslim di kota Banda Aceh tetap konsisten menggunakan Wi-fi di warung kopi guna mendapatkan kepuasan diri yang lebih memuaskan lagi.
2. Kepada pemerintah kota Banda Aceh hendaknya terus mendukung penggunaan Wi-fi di warung kopi guna kemudahan masyarakat dalam mengakses internet secara gratis dan bernilai ekonomis, terutama untuk para remaja muslim di kota Banda Aceh. Di samping, melestarikan kebudayaan baru yang mulai berkembang di kota Banda Aceh.
3. Kepada akademisi yang mempunyai ketertarikan dengan masalah ini dapat menjadi acuan atau perbandingan dalam memperkaya khazanah keilmuan, terutama dalam bidang komunikasi Islam.

## DAFTAR PUSTAKA

- Ardianto, Evinaro, dkk, *Komunikasi Massa; Suatu Pengantar*, Bandung: Simbiosis Rekatama Media, 2007.
- Baran, Stanley J. & Davis, Dennis K, *Mass Communication Theory 5TH Edition*, Boston, USA: Wadsworth Cengage Learning, 2009.
- Bride, Mac, *Internet Menjelajahi Dunia Cyberspace Yang Sangat Luas*, alih bahasa; Sugeng Panut, Jakarta: Kesaint Blanc, 2001.
- Departemen Pendidikan Nasional RI, *Kamus Besar Bahasa Indonesia*, Jakarta: Balai Pustaka, 1982.
- Effendy, Onong Uchjana, *Radio Siaran Teori & praktek*, Bandung: Mandar Maju, 1992.
- , Onong Uchjana, *Ilmu, Teori dan Filsafat Komunikasi*, (Bandung: Citra Aditya Bakti, 2003.
- , *Ilmu, Teori dan Filsafat Komunikasi*, (Bandung: Citra Aditya Bakti, 2000.
- Gunadi Dwi Hantoro, *WiFi (Wireless LAN); Jaringan Komputer Tanpa Kabel*, Bandung: INFORMATIKA, 2009.
- John, Little, *Theories of Human Commication*, California: Wdsworth Publising Company, 2002.
- Kadir, Abdul, *Pengenalan Sistem Informasi*, Yogyakarta: ANDI, 2002.
- Khoe Yao Tung Limas, *Cara Menjadi Kaya Dan Pintar Melalui Internet*, Jakarta: Dinasind, 1995.
- Kholil, Syukur, *Metodologi Penelitian Komunikasi*, Bandung: Citapustaka Media, 2006.
- Kriyantono, *Teknik Praktis Riset Komunikasi*, Jakarta: Prenada Media Group, 2006.
- Kriyantono, Rachmat, *Teknik praktis Riset Komunikasi; Disertai Contoh Praktis Riset Media, Public Relations, Advertising, Komunikasi Organisasi, Komunikasi Pemasaran*, Jakarta: Kencana, 2008.
- L. Atkinson, Rita, dkk, *Pengantar Psikologi; Edisi Kesebelas Terjemahan*, San Diego: Interaksara, 1982.
- Laque, Tracy, *sahabat Internet: Pedoman Bagi Pemula Untuk Memasuki Jaringan Global*, Bandung: ITB, 1994.
- Martono, Nanang, *Metode Penelitian Kuantitatif; Analisis Isi dan Analisis Data Sekunder*, Jakarta: RajaGrafindo Persada, 2010.
- Mcquail, Dennis, *Teori Komunikasi Massa*, Jakarta: Erlangga, 2002.

- Miller, Katherine, *Communication Theories: Perspektif, Proses, and context*, Boston: McGraw Hill, 2002.
- Nugroho, Adi, *Menuju Pendidikan Masa Depan Dengan Mewujudkan Sekolah Standar International*, Jakarta: Pratama Mulia, 2010.
- Priyambodo, Tri Kuntoro, dkk, *Jaringan Wi-Fi; Teori dan Implementasi*, Yogyakarta: Andi, 2005.
- Razaq, Abdul, dkk, *Belajar Singkat Cepat Dan Mahir Menggunakan Internet*, Surabaya: Indah, 2003.
- Rakhmat, Jalaluddin, *Metode Penelitian Komunikasi*, Bandung: Remaja Rosda Karya, 2005.
- Richard West and Lynn H. Turner, *Pengantar Teori Komunikasi; Analisis dan Aplikasi*, Jakarta: Salemba Humanika, 2008.
- Safrudin, Cepi, dkk, *Mengenal Komputer*, UNY: Fakultas Ilmu pendidikan, 2002.
- Severin, Werner J. dkk, *Teori Komunikasi; Sejarah, Metode, dan Terapan di Dalam Sutarman, Pengantar Teknologi Informasi*, Jakarta: Bumi aksara, 2009.
- Sutedjo, Budi, *Kajian Terhadap Model E-Media Dalam Pembangunan Sistem E-Media Massa*, Jakarta: Kencana, 2005.
- Sidharta, Lani, *Internet: Informasi Bebas Hambatan*, Jakarta: Alex Media Komputindo, 1996.
- Siregar, A. Ridwan, *Internet Dan Aplikasinya*, Medan: Fakultas Sastra USU, 1996.
- Sitompul, Darwin, *Perkembangan Internet Dan Kaitannya Dengan Perpustakaan. Seminar Ilmiah Pemanfaatan Teknologi Untuk Pemasaran Pustaka*, (Medan: Makalah, 1997.
- Suharsimi Arikunto, *Manajemen Penelitian*, Jakarta: Rineka Cipta, 2009.
- , *Prosedur penelitian:suatu Pendekatan Praktik*, Jakarta: Rika Cipta, 2006.
- Sugiono, *Metode Penelitian kuantitatif Kualitatif dan R&D*, Bandung: Alfabeta, 2010.
- , *Statistika Untuk Penelitian*, Bandung: Alfabeta, 2005.
- Surahmad, Winarno, *Pengantar Penelitian Ilmiah Dasar Metode Teknik* Bandung: Tarsito, 1982.
- Ducation*, Yogyakarta, 2004.
- Tim Penelitian Dan pengembangan Wahana Komputer, *Konsep Jaringan Komputer dan Pengembangannya*, Jakarta: Salemba Infotek, 2003.
- Utomo, Eko Priyo, *Pengantar Jaringan Komputer Bagi Pemula*, Bandung: Yrama Widya, 2006.



INTERNET:

[http://id.wikipedia.org/wiki/Kota\\_Banda\\_Aceh](http://id.wikipedia.org/wiki/Kota_Banda_Aceh)

<http://fokusaceh.blogspot.com/2012/10/modernisasi-warung-kopi-aceh.html>

[http://hukum.bandaacehkota.go.id/perda/pdf/pw no 13 tahun 2011.pdf](http://hukum.bandaacehkota.go.id/perda/pdf/pw_no_13_tahun_2011.pdf)

Mengintip Keunikan Kedai Kopi di Aceh, diposkan pada 19 November 2011, <http://wisata.kompasiana.com/kuliner/2011/11/19/mengintip-keunikan-kedai-kopi-di-aceh-411746.html>