

## **STRATEGI PROMOSI PARIWISATA PUNCAK MAS KOTA BANDAR LAMPUNG**

*Bangun Suharti, Agnesia Dian Karima, Iqbal Al Bifari*

## **KOMUNIKASI ANTARPRIBADI DI RUANG PUBLIK BERBASIS DIGITAL: ANALISIS SELF-DISCLOSURE DALAM PODCAST BAGISUARA**

*Sarah Putri Auliya*

## **PENINGKATAN BRAND EQUITY MELALU STRATEGI MARKETING COMMUNICATION APLIKASI INVESTASI REKSADANA "BIBIT"**

*Meika Dinandra*

## **HUBUNGAN ANTARA KUALITAS INSTAGRAM DENGAN PEMENUHAN KEBUTUHAN INFORMASI FOLLOWERS @genbibandung**

*Mila Melyco, Uud Wahyudin, Slamet Mulyana*

## **PEMANFAATAN TIK TOK SEBAGAI MEDIA KAMPANYE GERAKAN CUCI TANGAN DI INDONESIA UNTUK PENCEGAHAN PENYEBARAN VIRUS COVID-19**

*Togi Prima Hasiholan, Rezki Pratami, Umaimah Wahid*

## **ADIKSI INTERNET PADA ANAK**

**(Studi pada pola komunikasi internet pada siswa SMP di Bandarlampung)**

*Hestin Oktiani, Eka Yuda Gunawibawa*

## **PERILAKU PHUBBING PADA GENERASI MUDA**

**(Hubungan Antara Kecanduan Ponsel dan Media Sosial Terhadap Perilaku Phubbing)**

*Eny Ratnasari, Fikri Dwi Oktaviani*



# MetaKom

Jurnal  
Kajian  
Komunikasi

*Volume 4 No.1 April 2020*  
*P-ISSN (2443-3691) ; E-ISSN (2715-0089)*

Jurnal Kajian Komunikasi MetaKom diterbitkan dua kali dalam satu tahun oleh Jurusan Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Lampung, berisi artikel ilmiah kajian ilmu komunikasi hasil penelitian dan telaah teoritis dari akademisi dan praktisi komunikasi

**P-ISSN**  
2443-3691

**E-ISSN**  
2715-0089

**KETUA PENYUNTING**

Dr. Abdul Firman Ashaf

**PENYUNTING PELAKSANA**

Ahmad Rudy Fardiyana, S.Sos., M.Si  
Eka Yuda Gunawibawa, S.I.Kom., M.Med.Kom  
Purwanto Putra, S.Hum., M.Hum  
Vito Prasetya, S.Sos., M.Si.  
Nadya Amalia Nasution, S.I.Kom., M.Si.

**PENERBIT**

Jurusan Ilmu Komunikasi  
Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik  
Universitas Lampung

**ALAMAT REDAKSI**

Jurusan Ilmu Komunikasi  
FISIP Universitas Lampung  
Jl. Sumantri Brojonegoro No.1  
Bandar Lampung  
Telp./Fax. 0721-704626  
website:  
jurnal.fisip.unila.ac.id  
e-mail:  
jurnal.metakom@fisip.unila.ac.id



## PENGANTAR REDAKSI

Puji syukur kehadiran Tuhan YME atas rahmat dan karunia-Nya sehingga Jurnal Kajian Komunikasi MetaKom ini bisa diterbitkan. Tidak sedikit waktu yang dilalui untuk impian memiliki jurnal sendiri. Sebagai civitas akademis, belum lengkap rasanya jika sebuah program studi belum memiliki medium untuk menampung pemikiran-pemikiran dan hasil penelitian dari komunitas akademis. Untuk itulah Jurnal MetaKom hadir sebagai wadah publikasi ilmiah demi menunjang tridharma perguruan tinggi, khususnya dalam pengembangan ilmu lewat publikasi hasil penelitian dan pemikiran. Jurnal Kajian Komunikasi MetaKom diharapkan mampu memfasilitasi kebutuhan civitas akademika, praktisi, komunitas, maupun masyarakat umum atas informasi seputar perkembangan dan persoalan-persoalan dalam kajian komunikasi yang mutakhir, baik dalam lingkup lokal, regional, maupun global.

Pada edisi ketujuh ini Jurnal MetaKom menyajikan artikel ilmiah yang mengupas sejumlah problem komunikasi, baik dalam bentuk komunikasi pesaran terhadap promosi pariwisata, media maupun komunikasi antarpribadi. Diantaranya yaitu , komunikasi antarpribadi berbasis digital, kualitas informasi pada Instagram, pemanfaatan media sosial pencegahan penyebaran Virus Covid-19, adiksi internet pada anak, dan perilaku *phubbing* pada generasi muda.

Akhir kata, redaksi mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada semua pihak yang telah membantu menerbitkan Jurnal Kajian Komunikasi MetaKom. Kami pun mengharapkan masukan berupa kritik dan saran dari pembaca demi peningkatan mutu Jurnal Kajian Komunikasi MetaKom ini.

Selamat membaca!

Salam Redaksi

## DEWAN REDAKSI

Prof. Karomani  
(Universitas Lampung, Indonesia)

Prof. Dr. Khomsahrial Ramli, M.Si.  
(UIN Raden Intan, Indonesia)

Dr. Hermin Indah Wahyuni  
(Universitas Gadjah Mada, Indonesia)

Dr. Tina Silvana  
(Universitas Padjadjaran, Indonesia)

Dr. Nuryah Asri Sjafrah  
(Universitas Padjadjaran, Indonesia)

Dr. Andy Corry Wardhani  
(Universitas Lampung, Indonesia)

Dr. Tina Kartika  
(Universitas Lampung, Indonesia)

## DAFTAR ISI

<i>STRATEGI PROMOSI PARIWISATA PUNCAK MAS KOTA BANDAR LAMPUNG</i> (Bangun Suharti, Agnesia Dian Karima, Iqbal Al Bifari) .....	1 - 13
<i>KOMUNIKASI ANTARPRIBADI DI RUANG PUBLIK BERBASIS DIGITAL: ANALISIS SELF-DISCLOSURE DALAM PODCAST BAGISUARA</i> (Sarah Putri Auliya) .....	15 - 27
<i>PENINGKATAN BRAND EQUITY MELALU STRATEGI MARKETING COMMUNICATION APLIKASI INVESTASI REKSADANA "BIBIT"</i> (Meika Dinandra) .....	29 - 40
<i>HUBUNGAN ANTARA KUALITAS INSTAGRAM DENGAN PEMENUHAN KEBUTUHAN INFORMASI FOLLOWERS @genbibandung</i> (Mila Melyco, Uud Wahyudin, Slamet Mulyana) .....	41 - 57
<i>PEMANFAATAN TIK TOK SEBAGAI MEDIA KAMPANYE GERAKAN CUCI TANGAN DI INDONESIA UNTUK PENCEGAHAN PENYEBARAN VIRUS COVID-19</i> (Togi Prima Hasiholan, Rezki Pratami, Umaimah Wahid) .....	59 - 72
<i>ADIKSI INTERNET PADA ANAK</i> (Studi pada pola komunikasi internet pada siswa SMP di Bandarlampung) (Hestin Oktiani, Eka Yuda Gunawibawa) .....	73 - 87
<i>PERILAKU PHUBBING PADA GENERASI MUDA</i> (Hubungan Antara Kecanduan Ponsel dan Media Sosial Terhadap Perilaku Phubbing) (Eny Ratnasari, Fikri Dwi Oktaviani) .....	89 - 104



**ADIKSI INTERNET PADA ANAK  
(Studi pada pola komunikasi internet pada siswa SMP di Bandarlampung)**

**INTERNET ADDICTION IN CHILDREN  
(Study on internet communication patterns in junior high school students in  
Bandarlampung)**

Hestin Oktiani<sup>1</sup>, Eka Yuda Gunawibawa<sup>2</sup>

*Jurusan Ilmu Komunikasi, Universitas Lampung<sup>1,2</sup>*

[hestin.oktiani@fisip.unila.ac.id](mailto:hestin.oktiani@fisip.unila.ac.id)<sup>1</sup>. [eka.yuda@fisip.unila.ac.id](mailto:eka.yuda@fisip.unila.ac.id)<sup>2</sup>

---

**ABSTRAK**

Pertumbuhan penggunaan internet Indonesia sangat cepat, termasuk pengguna internet di antara umur 10-12 tahun yang masih dalam golongan pengguna internet anak-anak. Salah satu dampak dari pertumbuhan pengguna internet pada anak-anak yaitu adiksi atau kecanduan dengan mengonsumsi media dengan jumlah yang cukup banyak. Sehingga anak-anak tersebut bisa saja mengakses tayangan dan konten di internet, yang kurang mendidik dan tidak sesuai untuk anak. Penelitian ini merupakan jenis penelitian deskriptif atau penggambaran dari suatu fenomena dengan pendekatan kuantitatif. Penelitian ini juga berupaya untuk mencari hubungan sebab akibat (*casuality*) dari 250 responden di 5 sekolah di Bandarlampung. Hasil penelitian menunjukkan sebagian anak di Bandar Lampung telah mengalami adiksi internet, dan terdapat potensi peningkatan jumlah anak yang dapat mengalami adiksi internet.

**Kata kunci** : adiksi; internet; pengguna internet anak

**ABSTRACT**

*The growth of Indonesian internet users is very fast, including internet users between the ages of 10-12 years who are still in the category of children's internet users. One of the impacts of the growth of internet users on children is media add. So that these children can access shows and content on the internet, which are less educational and not suitable for children. This research is a type of descriptive research or a description of a phenomenon with a quantitative approach. This study also sought to find a causal relationship (*casuality*) from 250 respondents in 5 schools in Bandarlampung. The results showed that most children in Bandar Lampung has increased the number of internet and more and more numbers could increase the internet.*

**Keywords**: addiction, internet, child internet users

## PENDAHULUAN

Anak-anak menjadi salah satu segmen pasar utama dan potensial bagi media, khususnya media elektronik radio, televisi, dan media internet. Oleh karena itu banyak konten internet dan acara yang dirancang untuk audience anak, konten-konten hiburan, game, video, gaya hidup, yang marak di situs-situs internet, dan bermacam-macam film, ajang pencarian bakat, reality show, yang marak di berbagai stasiun televisi, begitu pula sinetron anak dan percintaan. Selain itu juga tidak ketinggalan berbagai macam iklan yang ditujukan bagi khalayak anak, seperti iklan makanan (snack), mainan, perawatan tubuh, dan lain-lainnya. Terkait hal ini, Wahendarso (2014) menyatakan bahwa terdapat kontroversi dalam iklan televisi untuk anak-anak. Kontroversi yang terjadi adalah anak-anak sebagai subjek dari iklan. Hal tersebut memicu pihak menjadi pro dan kontra. Pihak pro menyatakan bahwa iklan hanya menjadi salah satu media untuk mengembangkan kemampuan anak-anak dalam proses pengambilan keputusan di masa depan. Sedangkan di sisi kontra, mereka menyatakan bahwa iklan tidak adil bagi anak-anak karena dapat mempengaruhi mereka dalam cara pandang, dan mereka memiliki karakteristik unik tersendiri, yang tidak hanya focus pada satu produk saja.

Menurut penelitian Yayasan Pengembangan Media Anak (YPMA) tahun 2014 menunjukkan bahwa jumlah jam menonton TV anak usia sekolah dasar berkisar antara 35-46 jam seminggu, atau lebih kurang 1.600 jam setahun. Jumlah ini bahkan lebih besar dibandingkan dengan waktu anak belajar di bangku SD negeri selama setahun yang hanya sekitar 800 jam (Republika, 2014). Anak adalah pasar potensial bukan hanya bagi media televisi, tetapi juga media yang menggunakan internet sebagai media baru. Anak menjadi bagian dari pengguna internet yang terus tumbuh dari tahun ke tahun. Hal ini dapat dibuktikan dari hasil survei yang dilakukan oleh Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia (APJII) pertumbuhan pengguna internet di Indonesia meningkat pada setiap tahunnya. Pada tahun 2018 pengguna internet meningkat hingga 7% dibandingkan pada tahun 2017 (APJII, 2017).



**Gambar 1** Pertumbuhan Pengguna Internet Di Indonesia pada tahun 2017  
 Sumber: <https://www.apjii.or.id/survei>, 2018

Masih dari hasil survei yang sama, menunjukkan pada anak berusia 10-19 tahun di seluruh provinsi di Indonesia, termasuk Propinsi Lampung menunjukkan bahwa terdapat 66,2% anak yang menggunakan internet dibandingkan dengan 33,8% anak yang tidak menggunakan internet. Hasil tersebut menunjukkan bahwa internet sudah sangat populer digunakan oleh anak di Lampung.

Selain itu ditinjau dari perilaku konsumsi internet di Indonesia, termasuk oleh anak dan anak di dalamnya, berikut data grafis perilaku tersebut.



**Gambar 2** Gawai paling banyak digunakan oleh pengguna internet di Indonesia pada tahun 2017  
 Sumber: <https://www.apjii.or.id/>, 2018

Tampak pada grafis tersebut bahwa saat ini masyarakat (termasuk anak) cenderung menggunakan *smartphone* sebagai media untuk mengakses internet. Hal ini dimungkinkan karena *smartphone* memiliki bentuk yang relatif kecil, mudah dibawa kemana saja, dan dapat digunakan kapan saja disaat membutuhkan. Hal ini juga didukung oleh berbagai penawaran biaya akses internet murah yang diberikan oleh para provider/operator telekomunikasi. Harga dan merk *smartphone* juga makin kompetitif dan bervariasi. Kemudahan penggunaan, kemudahan akses internet, dan kemudahan memiliki smart phone tampaknya membuat masyarakat, termasuk anak-anak menjadikannya sebagai media utama untuk mengakses internet. Kutipan berikut sepertinya dapat memperjelas kondisi tentang bagaimana akses internet yang dilakukan oleh anak.

*"Dalam dua tahun terakhir pengguna internet di Indonesia tumbuh pesat. Bahkan anak usia 10 saja sudah banyak yang mengakses internet. Hal tersebut tertuang dalam hasil survei yang dilakukan Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia (APJII). Disebutkan pengguna internet di Indonesia telah mencapai 132,7 juta. Dari jumlah tersebut, usia 25-29 tahun paling mendominasi dengan jumlah 24 juta pengguna. Menariknya dalam hasil survei ini terungkap anak usia 10-14 tahun cukup banyak yang mengakses internet. Jumlahnya mencapai 768 ribu. "Artinya nyaris 100% anak 10 - 14 tahun di Indonesia sudah mengakses internet, cukup mencengangkan memang," klaim Henri Kasyfi Soemartono,*

Sekjen APJII saat memaparkan hasil survei di The Hook Cafe, Jakarta, Senin (24/10/2016). (detikInet, 2016, Senin, 24 Okt 2016 17:30 WIB)

Berkaitan dengan hal tersebut, di sisi lain anak juga merupakan market bagi berbagai konten di media internet, seperti game, video, film, dan lain sebagainya. Meskipun banyak sekali konten dan program yang dapat diakses oleh anak di berbagai stasiun televisi dan situs di internet, namun tidak semua program dan konten tersebut anak layak dan baik untuk ditonton/diakses oleh anak.

Posisi televisi dan internet sebagai media yang paling populer di kalangan masyarakat sesungguhnya memiliki arti strategis, karena televisi dan internet diharapkan dapat melakukan fungsinya sebagai media informasi, edukasi, dan hiburan, yang dapat menjangkau audience yang luas hingga ke pelosok desa. Namun sebaliknya, banyaknya acara televisi dan konten internet yang dikhawatirkan akan berdampak negatif bagi pemirsanya, terutama anak.

Anak sangat banyak diterpa pesan media, terutama media televisi dan internet. Mereka dapat memperoleh berbagai macam informasi maupun hiburan dari media tersebut. Namun sesungguhnya media tidak menampilkan kenyataan (realitas) seperti apa yang mereka lihat di televisi ataupun media lain. Media menampilkan realitas yang telah dikonstruksikan kembali. Namun anak masih sulit untuk memahami hal tersebut.

Pada umumnya anak belum dapat memahami tayangan/pesan dengan baik. Anak belum memahami bahwa media, termasuk media online menampilkan realitas yang dikonstruksikan kembali oleh media tersebut. Mereka juga belum dapat memilah-milah sendiri dengan benar berbagai konten yang tumpah ruah di dunia maya, dan belum mampu membedakan mana konten yang layak mereka akses dan mana yang tidak. Kemampuan selektivitas pesan pada anak masih terbatas.

Dalam konteks kajian media, hal ini disebut sebagai kemampuan *media literacy* (melek media), yang berarti khalayak media memiliki kemampuan yang baik dalam menilai isi media, dan bersikap kritis terhadap apa yang mereka lihat atau tonton di media, termasuk televisi. Dalam konteks kajian media, hal ini berkaitan dengan kemampuan *media literacy* (cerdas bermedia). Khalayak yang memiliki literasi media berarti khalayak media memiliki kemampuan yang baik dalam menilai isi media, *taking control* dan bersikap kritis terhadap apa yang mereka lihat atau tonton di media, termasuk internet. Media literacy adalah perspektif yang digunakan secara

aktif ketika individu mengakses media dengan tujuan untuk memaknai pesan yang disampaikan oleh media (Potter, 2001 dalam Rachmiate Atie, 2008:7)

Pada akhirnya khalayak dapat mengambil manfaat positif dari media, dan meminimalkan dampak negatifnya. Melihat kenyataan di atas, penting untuk mengetahui bagaimana konsumsi media pada anak yang dapat menyebabkan *addiction* (kecanduan) sehingga dapat diambil langkah-langkah pencegahan maupun penanganan yang baik pada adiksi media di kalangan anak. Hal ini penting untuk dilakukan karena adiksi media dapat berdampak buruk pada anak bukan hanya secara fisik tapi juga psikologis.

Kecanduan adalah perasaan yang sangat kuat terhadap sesuatu yang sangat diinginkan sehingga ia akan berusaha untuk mencari sesuatu yang sangat diinginkan itu, misalnya kecanduan internet, kecanduan melihat televisi, atau kecanduan bekerja. Seseorang dapat dikatakan mengalami kecanduan jika tidak mampu mengontrol keinginan untuk menggunakan sesuatu, sehingga menyebabkan dampak negative bagi individu baik secara fisik maupun psikis (Badudu, J.S & M. Zain.Z., 2005: 139).

Adapun ciri adiksi media, Young (1996 ) dalam Noviana Dewi dkk ( 2016 , 220-230) adalah:

1. Pikiran pecandu internet terus-menerus tertuju pada aktivitas berinternet dan sulit untuk alihkan ke arah lain ( terlalu asyik dengan internet)
2. Cenderung menggunakan waktu berinternet yang terus bertambah untuk meraih tingkat kepuasan yang sama dengan yang pernah dirasakan sebelumnya.
3. Berulang gagal untuk mengontrol atau menghentikan penggunaan internet yang berlebihan
4. Adanya perasaan tidak nyaman, murung, atau cepat tersinggung ketika berusaha untuk menghentikan penggunaan internet
5. Cenderung untuk tetap online melebihi dari waktu yang ditetapkan semula
6. Hilangnya relasi yang berarti, pekerjaan, kesempatan studi, dan karier akibat penggunaan internet yang berlebih
7. Berbohong kepada keluarga atau terapis, dan orang lain untuk menyembunyikan penggunaan internet yang berlebihan
8. Menjadikan internet sebagai sarana melarikan diri dari masalah atau untuk meredakan perasaan-perasaan negatif seperti rasa bersalah, kecemasan, depresi, dan sebagainya.

Berasarkan pada apa yang telah diuraikan di atas, masalah yang dapat diidentifikasi adalah banyaknya tayangan dan konten di internet, yang kurang mendidik dan tidak sesuai untuk

anak. Di sisi lain, anak masih belum memiliki kemampuan untuk memahami bahwa media tidak menyajikan realitas yang sebenarnya kepada mereka. Selain itu, konsumsi media dengan jumlah yang cukup banyak dapat menyebabkan *addiction* (kecanduan). Dengan menjadikan rumusan masalah di atas artikel ini dapat menjadi referensi bagi penelitian yang terkait dengan dampak media bagi masyarakat. Selain itu juga dapat bermanfaat untuk menjadi bagian materi perkuliahan /bagaian dari buku ajar mata kuliah komunikasi massa yang penulis asuh. Lebih lanjut diharapkan hasil penelitian ini dapat dipublikasikan pada jurnal ilmiah terakreditasi sehingga dapat dibaca oleh masyarakat luas dan dapat menjadi masukan bagi para orang tua, pendidik, dan instansi terkait untuk melakukan pendampingan pada konsumsi media yang dilakukan anak.

## **METODE**

Sesuai dengan tujuan penelitian, maka penelitian ini merupakan jenis penelitian deskriptif atau penggambaran dari suatu fenomena. Penelitian ini juga berupaya untuk mencari hubungan sebab akibat (*casuality*). Tidak ada status *independen*, *dependen*, dan *antecedent* dan variabel lainnya dalam variabel-variabel yang digunakan. Deskripsi yang akan ditemukan adalah gambaran mengenai kondisi akses anak di Bandar Lampung terhadap media internet sebagai sumber hiburan dan informasi.

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif. Populasi dalam penelitian ini adalah anak usia 11-12 tahun di Bandar Lampung. Sedangkan sampel diambil dengan cara proporsional *stratified sampling* dari 5 sekolah di Bandar Lampung yang akan dipilih secara acak. Adapun sekolah terpilih adalah SMPN 4 Bandar Lampung, SMPN Xaverius 1 Bandar Lampung, SMPN 23 Bandar Lampung, SMPN 2 Bandar Lampung, dan SMPN 1 Bandar Lampung.

## **HASIL DAN PEMBAHASAN**

Pada poin ini akan ditampilkan data hasil jawaban responden penelitian. Terdapat 23 pertanyaan tertutup dengan pilihan jawaban yang diturunkan dari 8 ciri-ciri adiksi media. Berikut beberapa tabel jawaban responden terhadap pertanyaan-pertanyaan tersebut. Ciri pertama dari pengguna media internet yang mengalami kecanduan adalah bahwa pikiran pengguna internet terus-menerus tertuju pada aktivitas berinternet dan sulit untuk dibelokkan ke arah lain. Adapun kondisi yang terdapat pada anak di Bandar Lampung dengan **250 responden** (berasal dari 5 sekolah di Bandar Lampung) dapat tercermin pada tabel di bawah ini.

**Tabel 1** Pikiran Terpadu pada Internet  
Sumber : Pengolahan data, Juli 2017

No	Pernyataan	Jawaban					
		S	%	KS	%	TS	%
1	Pikiran saya terus-menerus tertuju pada aktivitas berinternet	75	29,2	145	58	32	12,8
2	Pikiran saya sulit untuk dibelokkan ke aktivitas lain	19	7,6	110	44	121	48,4
3	Saya selalu ingin mengakses internet setiap saat	52	20,8	133	55,2	65	26

Sumber: *Pengolahan data, 2019*

Tampak pada table 1 terdapat 29,2% responden yang memberikan jawaban bahwa pikiran mereka selalu tertuju pada internet. Dan 58% yang menjawab tidak begitu setuju, tetapi ini adalah jawaban yang memiliki potensi untuk mengalami kondisi dimana pikiran mereka juga sering tertuju pada internet. Berdasarkan kondisi ini dapat diartikan bahwa terdapat kecenderungan bahwa responden fokus pada internet dan pikirannya terpaku pada internet setiap saat. Hal tersebut tercermin pada jumlah responden yang menjawab setuju cukup banyak, ditambah yang menjawab kurang setuju yang memiliki potensi cukup besar untuk kecanduan internet karena tidak secara tegas mengungkapkan ketidaksetujuannya. Hal ini diperkuat dengan adanya 20,8% yang ingin selalu mengakses internet, dan 55,2% yang juga memiliki potensi untuk ingin selalu menggunakan internet.

Ciri kecanduan internet yang lainnya adalah adanya kecenderungan penggunaan waktu berinternet yang terus menerus bertambah demi meraih tingkat kepuasan yang sama dengan yang pernah dirasakan sebelumnya. Anak-anak Bandarlampung khususnya yang menjadi responden pada penelitian ini memiliki pola konsumsi internet yang mengarah pada adanya kecanduan menggunakan internet. Data hasil penelitian mengenai hal ini dapat dilihat pada tabel berikut.

**Tabel 2.** Durasi Mengakses Internet dan Kepuasan yang Dirasakan

No	Pernyataan	Jawaban					
		S	%	KS	%	TS	%
4	Semakin lama, semakin sering akses internet	82	32,8	130	52	38	15,2
5	Lamanya saya mengakses internet cenderung bertambah dari waktu ke waktu	90	36	108	43,2	52	20,8
6	Jika waktu memakai internet saya berkurang, saya merasa kurang puas	42	16,8	122	48,8	86	34,4
7	Ketika menggunakan internet saya ingin mendapatkan kepuasan yang sama seperti sebelum-sebelumnya	54	21,6	130	52	66	26,4
8	Semakin lama waktu saya menggunakan internet saya semakin merasa senang dan nyaman	82	32,8	109	43,6	59	23,6

Sumber : pengolahan data, Juli 2017

Terlihat pada table 2 16,8%-36% responen yang benar-benar mengalami kondisi dimana mereka secara terus menerus mengkonsumsi internet dengan durasi waktu yang semakin bertambah untuk mendapatkan kepuasan yang sama dengan konsumsi internet sebelumnya. Jumlah tersebut cukup

tinggi, apalagi ketika ditambah oleh mereka yang memiliki potensi mengalami hal serupa, yaitu responden yang memberikan jawaban tidak tegas sebanyak 43%-52% responden. Hal ini dapat diartikan bahwa terdapat kecenderungan anak-anak di Bandarlampung mengkonsumsi internet secara terus-menerus dengan durasi yang terus bertambah untuk mendapatkan kepuasan tertentu.

Adapun pola konsumsi internet yang mengindikasikan ciri ketiga dari kecanduan internet adalah yang bersangkutan secara berulang gagal untuk mengontrol atau menghentikan penggunaan internet. Terkait ciri tersebut, anak-anak di Bandarlampung mengalami kondisi sebagaimana tercermin pada hasil jawaban responden di 5 sekolah di Bandarlampung dapat dilihat pada tabel berikut.

Tabel 3. Adanya Upaya untuk Menghentikan/Mengurangi Durasi

No	Pernyataan	Jawaban					
		S	%	KS	%	TS	%
9	Saya pernah berusaha tidak menggunakan internet tetapi saya gagal	92	36,8	92	36,8	66	26,4
10	Saya pernah mengurangi waktu saya dalam memakai internet tetapi saya gagal	49	19,6	112	44,8	89	35,6
11	Saya berulang kali gagal mengontrol penggunaan internet saya	48	19,2	111	44,4	91	36,4
12	Saya selalu mengikuti keinginan saya online	48	19,2	144	57,6	58	23,2

Sumber: Pengolahan data, Juli 2017

Jika dilihat pada data yang terdapat pada table 3, terdapat kondisi yang mengkhawatirkan pada anak di Bandarlampung, karena mereka tidak dapat mengontrol konsumsi internet yang mereka lakukan. Berdasarkan hasil penelitian terdapat 19,2%-36,8% responden yang berada pada kondisi demikian. Sementara yang tidak secara tegas menjawab tidak, yang ini artinya terdapat kemungkinan juga mereka mengalami kondisi serupa sejumlah 36,8%-57,6% dari 250 orang anak yang menjadi responden. Kecenderungan ini konsisiten dengan kondisi anak-anak terkait dengan ciri-ciri kecanduan internet yang pertama dan kedua.

Selanjutnya, ciri yang keempat dari konsumsi internet yang mengarah pada terjadinya adiksi atau kecanduan, yaitu adanya perasaan tidak nyaman, murung, atau cepat tersinggung ketika yang bersangkutan berusaha untuk menghentikan penggunaan internet. Adapun kondisi anak-anak di Bandarlampung terkait ciri keempat ini dapat terlihat pada data dalam tabel di bawah ini.

Tabel 4. Ketidaknyamanan Saat Menghentikan Penggunaan Internet

No	Pernyataan	Jawaban					
		S	%	KS	%	TS	%
13	Saya merasa gelisah jika saya tidak mengakses internet	32	12,8	120	48	98	39,2
14	Saya menjadi mudah tersinggung jika saya tidak mengakses internet (berusaha menghentikan penggunaan internet)	20	8	84	33,6	146	58,4

Sumber : Pengolahan Data, Juli 2017

Kondisi yang cukup positif terlihat pada data dalam table 4 tersebut. Tampak dari data yang ada, tidak banyak anak-anak di Bandarlampung mengalami kegelisahan akibat dari tidak mengkonsumsi internet dalam kurun waktu tertentu. Namun demikian potensi akan terjadinya kondisi tersebut cukup besar, karena terdapat responden sejumlah 33,6%-48% tidak memberikan jawaban tegas bahwa mereka tidak merasakan kegelisahan, ketidaknyamanan karena tidak mengakses internet. Artinya, dimungkinkan mereka juga mengalami ketidaknyamanan psikologis ketika tidak mengakses internet.

Berikutnya, ciri yang kelima dari kecanduan internet adalah adanya kecenderungan untuk tetap online melebihi dari waktu yang ditargetkan. Tampak pada tabel di bawah ini, cukup banyak anak di Bandarlampung yang memiliki ciri tersebut. Data penelitian menunjukkan 39,2% responden mengalami kondisi ini. Hal tersebut membuat 20,4% responden kehilangan waktu bersama teman dan 12% responden memiliki waktu yang sedikit untuk berkumpul bersama keluarga karena waktu digunakan untuk mengakses internet..

Selain itu terdapat kecenderungan responden yang tidak yakin bahwa ia mampu membatasi waktu dengan disiplin menghentikan penggunaan internet. Anak pada kondisi seperti ini sangat potensial mengalami kecanduan internet. Hal itu ditunjukkan dengan adanya responden yang memberikan jawaban kurang yakin sejumlah 41,2%-47,2% sebagaimana tampak pada tabel.

Tabel 5. Kecenderungan Menambah Durasi Penggunaan Internet

No	Pernyataan	Jawaban					
		S	%	KS	%	TS	%
15	Ketika saya mengakses internet, ada kecenderungan untuk tetap online melebihi dari waktu yang saya targetkan	98	39,2	110	44	42	16,8
16	Waktu yang saya gunakan untuk bermain internet/menggunakan internet lebih banyak dari waktu bermain dengan teman	51	20,4	118	47,2	81	32,4
17	Waktu yang saya gunakan untuk bermain internet/menggunakan internet lebih banyak dari waktu bersama keluarga	31	12,4	103	41,2	116	46,4

Sumber: Pengolahan data, Juli 2017

Ciri berikutnya, yang menjadi ciri keenam dari adiksi internet adalah penggunaan internet telah membawa resiko hilangnya relasi yang berarti, pekerjaan, kesempatan studi, dan karier. Ketergantungan pada internet membuat penggunanya ingin selalu mengakses internet, berusaha untuk mendapatkan kepuasan dari interaksinya dengan internet sehingga terkadang lupa waktu, bahkan seringkali mengorbankan tugas atau pekerjaan utama penggunanya.

Dalam konteks penelitian ini, anak siswa sekolah SMP memiliki tugas belajar dan memiliki tanggungjawab menyelesaikan tugastugas sekolah. Jika anak mengalami kecanduan internet maka anak akan mengabaikan tugas-tugas tersebut. Berikut kondisi anak di Bandarlampung terkait dengan ciri yang keenam ini.

Tabel 6. Penggunaan Internet Mengganggu Pekerjaan

No	Pernyataan	Jawaban					
		S	%	KS	%	TS	%
18	Saya sering menunda mengerjakan tugas sekolah/belajar karena asyik bermain/menggunakan internet.	58	23,2	98	39,2	94	37,6
19	Saya lebih senang bermain/menggunakan internet ketimbang melakukan kegiatan lain	30	12	118	47,2	102	40,8

Sumber : Pengolahan Data, Juli 2017

Data dalam table 6 menunjukkan bahwa terdapat 23,2% responden yang sering menunda mengerjakan tugas sekolah/belajar dan 12% yang lebih memilih berinteraksi dengan internet ketimbang melakukan kegiatan-kegiatan lain. Artinya terdapat anak—anak di Bandarlampung yang mengalami kondisi cirri kecanduan internet meskipun tidak banyak. Namun demikian, cukup banyak anak yang potensial mengalami kondisi tersebut yang dapat dilihat dari jumlah responden yang tidak yakin menjawab tidak, sebanyak 39,2%-47,2%.

Penggunaan internet yang mengarah pada kecanduan internet, menyebabkan pengguna membohongi keluarga atau terapis, dan orang lain untuk menyembunyikan keterlibaan yang berlebihan dengan internet adalah ciri kecanduan yang ketujuh. Data hasil penelitian mengenai cirri ini dapat dilihat pada tabel berikut.

Tabel 7. Menutupi Penggunaan Internet yang Berlebih

No	Pernyataan	Jawaban					
		S	%	KS	%	TS	%
20	Saya sering/kadang berbohong kepada keluarga/teman/orang lain untuk menutupi penggunaan internet saya yang lama/berlebihan	15	6	72	28,8	163	65,2

Sumber: Pengolahan data, Juli 2017

Pada table 7 tampak bahwa hanya sedikit responden, yaitu 6% yang dengan tegas menyatakan bahwa mereka membohongi orang di sekitar mereka untuk menutupi konsumsi internet mereka yang berlebih. Kondisi ini cukup positif, namun harus tetap diwaspadai karena terdapat 28,8% responden yang tidak yakin untuk menjawab bahwa mereka tidak berbohong. Kondisi ini dapat diartikan bahwa terdapat potensi anak-anak untuk menutup-nutupi konsumsi internet berlebih yang mereka lakukan dengan berbohong pada orang disekitarnya.

Ciri yang berikutnya dari kecanduan media adalah internet digunakan untuk melarikan diri dari masalah atau untuk meredakan perasaan-perasaan negatif seperti rasa bersalah, kecemasan, depresi, dan sebagainya. Berikut kondisi anak Bandarlampung pada ciri yang kedelapan ini dapat dilihat pada data tabel berikut.

Tabel 8. Internet sebagai Pelarian dari Masalah dan Perasaan Tidak Nyaman

No	Pernyataan	Jawaban					
		S	%	KS	%	TS	%
21	Jika saya merasa sedih/galau maka saya menggunakan internet untuk menghibur saya	133	55,2	78	31,2	39	15,6
22	Jika saya sedang ada masalah maka saya akan memakai internet untuk menghilangkan beban pikiran karena masalah tersebut	100	40	106	42,4	44	17,6
23	Jika saya merasa tidak nyaman/marah/kesal/cemas maka saya bermain/mengakses internet untuk meredakannya	79	31,6	104	41,6	67	26,8

Sumber : Pengolahan data, Juli 2017

Data pada table 8 menunjukkan bahwa 31,6%-55,2% responden menggunakan internet sebagai media untuk mendapatkan kenyamanan, menghilangkan kecemasan dan sarana melarikan diri dari berbagai masalah yang di hadapi. Sementara 31,2%-42,4% responden tidak secara tegas menyatakan demikian, tetapi memiliki peluang untuk melakukan hal tersebut. Berdasarkan data yang dihasilkan dan telah disajikan pada tabel-tabel dia atas tentang jumlah responden yang mengalami berbagai kondisi yang merupakan ciri-ciri kecanduan media dan penjelasan teoritis tentang kecanduan media maka dapat disimpulkan beberapa hal di bawah ini.

Seseorang dapat digolongkan sebagai pecandu internet bila ia memenuhi sedikitnya 5 dari 8 kriteria yang telah disebutkan Young (1996) dalam Noviana Dewi dkk (2016, 220-230) adalah: Pikiran pecandu internet terus-menerus tertuju pada aktivitas berinternet dan sulit untuk alihkan ke arah lain (terlalu asyik dengan internet), cenderung menggunakan waktu berinternet yang terus bertambah untuk meraih tingkat kepuasan yang sama dengan yang pernah dirasakan sebelumnya. Berulang gagal untuk mengontrol atau menghentikan

penggunaan internet yang berlebihan, adanya perasaan tidak nyaman, murung, atau cepat tersinggung ketika berusaha untuk menghentikan penggunaan internet, cenderung untuk tetap online melebihi dari waktu yang ditetapkan semula. hilangnya relasi yang berarti, pekerjaan, kesempatan studi, dan karier akibat penggunaan internet yang berlebih, berbohong kepada keluarga atau terapis, dan orang lain untuk menyembunyikan penggunaan internet yang berlebihan, dan menjadikan internet sebagai sarana melarikan diri dari masalah atau untuk meredakan perasaan-perasaan negatif seperti rasa bersalah, kecemasan, depresi, dan sebagainya.

Beard (2001) memodifikasi kriteria Young dengan menyatakan bahwa seseorang dapat digolongkan sebagai pecandu internet bila ia memenuhi 5 kriteria pertama dan salah satu dari 3 kriteria berikutnya.

Mengacu pada penjelasan tersebut dan data yang telah dikumpulkan, dapat diketahui bahwa terdapat 18%-42% responden yang masuk pada kriteria adiksi/kecanduan karena memiliki 6 ciri kecanduan internet dan terdapat 6%-10% responden yang mengalami 2 ciri kecanduan internet lainnya. Selebihnya dikisaran 29 % - 58% adalah responden yang potensial untuk mengalami kecanduan internet karena memberikan jawaban yang tidak yakin namun juga tidak menolak pernyataan-pernyataan yang menjadi ukuran kecanduan/adiksi internet. Adapun sisanya memberikan jawaban yang mencerminkan kondisi penggunaan internet dalam kondisi terkontrol.

Kondisi ini merupakan kondisi yang harus mendapatkan perhatian bagi semua pihak, karena jika dibiarkan akan menjadi semakin buruk. Meskipun persentase responden yang mengalami adiksi media hanya berada pada kisaran 18%-42% berdasarkan sebaran ciri adiksi media, namun jika dilihat dari durasi mengakses internet hanya sekitar 13% dari 250 responden yang mengakses kurang dari 2 jam sehari. Artinya terdapat 87% responden yang mengkonsumsi internet lebih dari 2 jam per hari, bahkan ada yang menjawab tak terhingga. Kondisi ini tentunya akan menjadi awal bagi munculnya kondisi adiksi media dalam jumlah yang lebih besar.

Beberapa riset mengenai kecanduan media pada anak dan remaja menunjukkan bahwa penggunaan media, termasuk internet, secara berlebih dapat berakibat buruk dalam kehidupan anak dan remaja. Noviana Dewi dkk (2016) menemukan bahwa terdapat hubungan antara kecanduan internet dan karakter kerjasama pada remaja/mahasiswa. Kecanduan internet membuat remaja merasa malas untuk berinteraksi dalam dunia nyata, sehingga membuat

kemampuan berinteraksi dan bersosialisasi menjadi tumpul. Hal tersebut membuat karakter kerjasama diantara anak/remaja menjadi rendah.

Hal senada juga diungkapkan oleh Siti Nurina Halim dkk (2017) , bahwa kecanduan internet lebih banyak dampak negatifnya, seperti: memilih mengabaikan teman dan fokus pada internet, enggan berkomunikasi dan berinteraksi, tidak acuh pada lawan bicara, dan lebih memilih internet ketimbang beraktivitas bersama teman.

Jika dikaitkan dengan kegiatan akademik di sekolah, ternyata kecanduan media seperti smartphone, yang biasanya juga terkoneksi dengan internet, Annisa Nurul Utami dkk ( 2019) menemukan bahwa kecanduan media smartphone pada nak/ remaja dapat menurunkan keterlibatan akademik, mendorong munculnya perasaan tidak puas pada sekolah, meningkatkan perasaan cemas dan gejala depresi, kerentanan pada beban pikiran berlebih, agresivitas dan anti sosial, kesulitan membangun identitas diri positif, meningkatkan potensi aksi merusak diri, dan yang paling banyak ditemukan adalah memburuknya prestasi akademik di sekolah. Dampak buruk lainnya adalah menurunkan kemampuan motorik, perasaan asing dengan lingkungan sekitar, dan perubahan sikap yang signifikan. Hal ini dikemukakan oleh Puji Asmaul Chusna (2017).

Adapun tempat yang digunakan untuk mengakses internet, sebagian besar responden melakukannya di rumah, karena beberapa sekolah memang tidak memperbolehkan siswanya membawa hand phone. Perkembangan moral serta pembentukan karakter anak-anak dan remaja bagaimanapun, tidak hanya hasil dari sekolah. (Nucci, 2014: 7). Artinya, lingkungan di luar kelas, termasuk di rumah, akan sangat berpengaruh pada pembentukan karakter anak dan remaja. Bagaimana orang tua bersikap dan bertindak terhadap penggunaan media oleh anak akan sangat menentukan apakah adiksi media dapat dicegah atau tidak. Disisi lain, pihak lembaga media sebagai institusi sosial juga harus berperan dalam menyediakan konten yang positif. Menurut Rivers, Jensen, dan Peterson (2003) dalam Iriantara (2009: 29) media massa merupakan salah satu institusi sosial yang penting dalam masyarakat modern. Hal ini dapat diartikan, bahwa media memiliki kontribusi dalam kehidupan masyarakat modern. Jika peran yang dilakukan positif, maka dapat membawa masyarakat modern ke arah yang lebih baik, namun juga sebaliknya.

Kurun waktu mengkonsumsi internet yang dilakukan oleh responden cukup beragam, namun hampir seluruh responden sudah melakukannya selama minimal 1 tahun, bahkan terdapat responden yang sudah mengakses internet dalam kurun waktu 9 tahun. Hal ini berarti terdapat

anak-anak di Bandarlampung yang sudah mengakses internet sejak usia dini dimana kemampuan literasi media belum terbentuk, sehingga belum mampu menyeleksi pesan dan mengontrol pola konsumsi internet yang dilakukan.

Berangkat dari kondisi tersebut, diketahui bahwa kecanduan media, termasuk internet, berbahaya bagi anak dan remaja, karena akan berdampak buruk bagi kehidupan pribadi dan kehidupan sosialnya, baik secara fisik maupun mental. Hal ini tentunya merupakan sebuah ancaman besar bagi generasi. Namun sayangnya anak dan remaja belum menyadari mengenai hal ini, dan menganggap ketergantungan mereka terhadap media sebagai hal yang biasa saja. Literasi yang dimiliki oleh para orang tua juga masih kurang, mereka belum sepenuhnya paham tentang dampak buruk kecanduan media, sehingga cenderung membiarkan anak asyik dengan medianya/gadgetnya.

Perlu adanya penanaman pemahaman mengenai bagaimana pola konsumsi media internet yang aman kepada anak-anak. Begitu pula dengan orang tua sebagai pelaksana fungsi kontrol kegiatan anak di rumah. Serta guru di sekolah. Semua harus bersinergi melakukan upaya pencegahan adiksi media pada anak dan remaja. Dengan demikian, diharapkan adiksi internet pada anak-anak dapat ditekan jumlahnya. Pentingnya peran orang tua dan guru yang memiliki literasi media dalam mendampingi dan mengawasi pola konsumsi media, termasuk internet, karena bukan hanya bahaya adiksi media saja yang berbahaya bagi anak-anak, tetapi dampak dari konsumsi konten-konten yang tidak aman, seperti kekerasan, pornografi dan pornoaksi. Selain itu masih terdapat bahaya lain yaitu berbagai tindak kejahatan yang memanfaatkan internet sebagai medianya.

## **PENUTUP**

Berdasarkan hasil temuan dan pembahasan maka dapat disimpulkan bahwa pola konsumsi internet anak-anak di Bandarlampung sudah mengarah pada terjadinya adiksi media internet. Terdapat anak-anak di Bandarlampung yang mengalami adiksi media internet (kecanduan internet) meskipun tidak dalam jumlah yang banyak. Meskipun demikian potensi untuk bertambahnya jumlah anak yang mengalami kecanduan internet cukup besar karena banyak anak-anak yang tidak menjawab secara tegas pertanyaan mengenai apakah mereka melakukan kegiatan yang merupakan ciri kecanduan internet. Hal tersebut juga didukung oleh durasi mengakses internet yang mereka lakukan yang melebihi batas maksimal ideal waktu mengakses media. Peneliti menyarankan perlunya upaya membangun kecerdasan media pada

anak-anak. Selain itu perlu juga upaya orang tua dan sekolah untuk melakukan pendampingan dan pengawasan terhadap pola konsumsi media oleh anak.

## REFERENSI

- Atie, Rachmiati, dan Hidayat, Dadang Rahmat. 2008. *Media Literacy & Regulasi Penyiaran*. Komisi penyiaran Indonesia Daerah Jawa Barat. Bandung
- Badudu, J.S., dan Zain, Sultan Mohammad. 2005. *Kamus Umum Bahasa Indonesi*. Pustaka Sinar Harapan. Jakarta.
- Chusna, Puji Asmaul. (2017). Pengaruh Media Gadget Pada Perkembangan Karakter Anak. *Jurnal Dinamika Penelitian*, 17(2), 315-330. Retrieved from <http://ejournal.iain-tulungagung.ac.id/index.php/dinamika/article/view/842>
- Dewi, Noviana dan Stefanus K. Trikusumaadi. (2016). Bahaya Kecanduan Internet dan Kecemasan Komunikasi terhadap Karakter Kerja Sama pada Mahasiswa. *Jurnal Psikologi*, 43(3), 220-230. Retrieved from <https://jurnal.ugm.ac.id/jpsi/article/view/16829>
- Hakim, Siti N dan Aliffatullah Alyu Raj. (2017). Dampak kecanduan internet (*internet addiction*) pada remaja. *Prosiding Temu Ilmiah X Ikatan Psikologi Perkembangan Indonesia Peran Psikologi Perkembangan Dalam Penumbuhan Humanitas Pada Era Digital*: 280-284. Semarang, 22-24 Agustus 2017 : Ikatan Psikologi Perkembangan.
- Iriantara, Yosol. 2009. *Literasi media, Apa, mengapa, Bagaimana*. Simbiosis Rekatama Media. Bandung.
- Nucci, Larry P., dan Narvaez, Daria. 2014. *Hand Book Pendidikan Moral dan Karakter* (terjemahan). Nusa Media. Bandung.
- Utami, Annisa N. dan Farida Kurniawati. (2019). Dampak Negatif Adiksi Penggunaan Smartphone. *Jurnal Perspektif Ilmu Pendidikan*, 33(1), 1-14. Retrieved from <http://journal.uni.ac.id/uni/index.php/pip/article/view/10233>
- Wahendro, Gustam Fajar. (2014), Analisa Pengaruh Iklan Televisi Untuk Anak-Anak Terhadap Keputusan Pembelian Orang Tua. *E-Journal Graduate Unpar*. 1(2), 192-198. Retrieved from <http://journal.unpar.ac.id/index.php/unpargraduate/article/view/871>

## Website

- Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia (APJII). 2017. *Infografis Perilaku & Penetrasi Pengguna Internet Indonesia 2017*. Jakarta: Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia.
- detikNet. (2016, Oktober 24). *Seluruh Anak Usia 10 Tahun di Indonesia Sudah Online*. Retrieved from inet.detik: <https://inet.detik.com/cyberlife/d-3328188/seluruh-anak-usia-10-tahun-di-indonesia-sudah-online?i991101105=>
- Republika. (2014, September 26). *Waktu Nonton Anak Indonesia Lebih Waktu Belajar*. Retrieved from <https://www.republika.co.id/berita/nasional/jabodetabek-nasional/14/09/26/nci94n-waktu-nonton-anak-indonesia-lebih-waktu-belajar>