

**HUBUNGAN INTENSITAS KOMUNIKASI MELALUI  
WWW.KASKUS.CO.ID DENGAN PERSEPSI  
KOMUNITAS KASKUS TENTANG SOLO  
SEBAGAI KOTA BUDAYA  
(Studi Kuantitatif di Komunitas Kaskus Surakarta)**

**NASKAH PUBLIKASI**

Untuk memenuhi sebagian persyaratan  
guna mencapai gelar Sarjana S-1

Program Studi Ilmu Komunikasi



Oleh :

**CAESAR ASARI SUDIBYO**  
NIM : L.100070032

**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI  
FAKULTAS KOMUNIKASI DAN INFORMATIKA  
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SURAKARTA  
2013**

**HALAMAN PENGESAHAN**

**NASKAH PUBLIKASI**

**HUBUNGAN INTENSITAS KOMUNIKASI MELALUI  
WWW.KASKUS.CO.ID DENGAN PERSEPSI  
KOMUNITAS KASKUS TENTANG SOLO  
SEBAGAI KOTA BUDAYA  
(Studi Kuantitatif di Komunitas Kaskus Surakarta)**

Yang dipersiapkan dan disusun oleh:

**CAESAR ASARI SUDIBYO**  
NIM : L.100070032

Telah dipertahankan di depan Dewan Penguji

Pada tanggal: 28 Januari 2013

Dan dinyatakan telah memenuhi syarat mendapatkan gelar S-1

**Susunan Dewan Penguji**

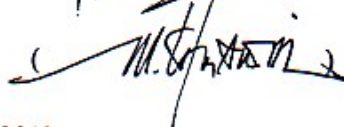
1. Drs. Joko Sutarso, SE., M.Si

(  )

2. Monika Sri Y., S.Sos., M.Si

(  )

3. M. Toharuddin, MA

(  )

Surakarta, 28 Januari 2013

Universitas Muhammadiyah Surakarta  
Fakultas Keguruan dan Ilmu Pendidikan  
Dekan,



**Husni Fhamrin, ST., MT., Ph.D**  
NIK. 706

## ABSTRAK

**CAESAR ASARI SUDIBYO NIM : L.100070032. HUBUNGAN INTENSITAS KOMUNIKASI MELALUI WWW.KASKUS.CO.ID DENGAN PERSEPSI KOMUNITAS KASKUS TENTANG SOLO SEBAGAI KOTA BUDAYA Program Studi Ilmu Komunikasi, Fakultas Komunikasi Dan Informatika, Universitas Muhammadiyah Surakarta, 2012**

Kaskus adalah web yang banyak yang memberikan informasi tentang budaya Solo. Hal ini menjadikan suatu ketertarikan sendiri bagi peneliti untuk meneliti hubungan intensitas komunikasi melalui [www.kaskus.co.id](http://www.kaskus.co.id) dengan persepsi komunitas kaskus tentang Solo sebagai Kota Budaya mengingat kebanyakan komunitas kaskus adalah anak muda yang sering diketahui sudah mengalami degradasi budaya.

Penelitian ini dilakukan di komunitas kaskus pada bulan November sampai pertengahan Desember 2012. Peneliti ingin menggambarkan suatu jenis realitas dalam penelitian ini, maka jenis penelitian yang paling tepat yaitu menggunakan metode korelasional dengan pendekatan kuantitatif, dan desain kausal. Sampel peneliti ada 53 orang, dengan teknik analisis menggunakan spearman rho.

Kesimpulan bahwa intensitas komunitas kaskus dalam merespon adanya [www.kaskus.co.id](http://www.kaskus.co.id) pada tiap minggu yaitu terbanyak 16-20 kali seminggu atau kategori sangat tinggi ada 24 orang (45,3 %) dan tiap harinya terbanyak > 80 menit per hari atau kategori sangat tinggi ada 25 orang (47,2 %). Tidak ada hubungan antara intensitas [www.kaskus.com](http://www.kaskus.com) dengan persepsi Solo Kota Budaya yang dilihat dari nilai t tabel adalah 2,000. Jadi nilai t hitung = 1,711 lebih rendah dibandingkan t tabel 2,000.

Kata Kunci : Intensitas komunikasi, persepsi komunitas kaskus terhadap Solo Kota Budaya.

## ABSTRACT

**CAESAR ASARI SUDIBYO NIM: L.100070032. THE RELATIONS OF COMMUNICATION INTENSITY USING WWW.KASKUS.CO.ID WITH KASKUS COMMUNITIES PERCEPTION ON SOLO AS A CITY OF CULTURE. Communication Studies Program, School of Communications and Informatics, University of Muhammadiyah Surakarta, 2012**

Kaskus is that many sites which provide information about the culture of Solo. It makes a self interest for researchers to examine the relationship of communication through [www.kaskus.co.id](http://www.kaskus.co.id) with community perceptions about Solo kaskus as City of Culture since most communities is a young DJ who often know already degraded culture..

The study was conducted in community kaskus November to mid-December 2012. Researchers want to describe a type of reality in this study, the most appropriate type of research is correlational methods with quantitative approaches, and causal designs. Researchers sample there were 53 people, with technical analysis using Spearman rho.

The conclusion that the intensity of the DJ community in response to the [www.kaskus.co.id](http://www.kaskus.co.id) on every week that most 16-20 times a week or very high category there are 24 people (45.3%) and the highest daily > 80 minutes per day or category of very height there were 25 people (47.2%). There is no relationship between the intensity of the perception Solo [www.kaskus.com](http://www.kaskus.com) City of Culture is seen from the table t value is 2.000. So the value of  $t = 1.711$  is lower than t table 2.000

Keywords: Intensity of communication, perception kaskus community to Solo City of Culture.

## PENDAHULUAN

Revolusi teknologi saat ini tidak bisa dihindari dimana alat-alat dan media digunakan untuk berkomunikasi serta mengakses informasi seperti halnya telepon genggam dan media baru yaitu internet melalui pesan-pesan sugestif yang disampaikan komunikasi baik dalam web, chat, jejaring sosial dan lain-lain (Wolf, 2007 : 19). Komunikasi adalah hal-hal yang dapat melahirkan aktivitas pertukaran informasi dan akan mempengaruhi, mengubah persepsi, opini, sikap bahkan perilaku (Gani, 2010:14). Jadi hal-hal yang melahirkan aktivitas pertukaran informasi misalnya berbincang-bicang, diskusi, mengemukakan pendapat dan masih banyak lagi dengan secara langsung atau tidak langsung (dengan menggunakan media) dipastikan mengandung suatu isi atau pesan, dan isi atau pesan tergantung pada bagaimana masing-masing individu memaknai isi dari komunikasi dalam mengubah persepsi, opini, sikap bahkan perilaku seseorang yang menerima pesan.

Web [www.kaskus.co.id](http://www.kaskus.co.id) pada mulanya dipersepsikan sebagai web porno sebab pada forum BB17 (buka-bukaan 17) pada tahun 2008 tersedia akses web porno karena salah satu dari web-web yang memberikan akses penyedia berbagai macam hal yang berbau pornografi, ternyata saat ini bisa merubah citranya menjadi web yang positif. Hal ini terbukti bahwa web [www.kaskus.co.id](http://www.kaskus.co.id) tidak diblokir dan berisi tentang berita-berita dan forum-forum yang bermanfaat. Salah satu hal yang bermanfaat adalah dalam memberikan informasi mengenai Solo kota budaya dengan menampilkan budaya-budaya Solo dalam webnya yang ternyata direspon masyarakat Solo, dan sekarang telah membentuk komunitas yang masuk dalam [www.kaskus.co.id](http://www.kaskus.co.id) Solo. Solo sebagai kota budaya merupakan sebuah citra yang melekat bagi kota Solo, apalagi dengan semboyan Solo "*Spirit of Java*" semakin menambahkan suatu pencitraan bahwa Solo sebagai pusat budaya di Jawa Tengah.

Alasan peneliti ini dilakukan adalah [www.kaskus.co.id](http://www.kaskus.co.id) adalah web [www.kaskus.co.id](http://www.kaskus.co.id) adalah suatu web yang memiliki banyak layanan. Salah satu layanan dalam [www.kaskus.co.id](http://www.kaskus.co.id) adalah kaskus *corner* memiliki sub-forum sebagai berikut kaskus Celeb, kaskus Peduli, kaskus Promo, Cinta Indonesiaku disamping itu [www.kaskus.co.id](http://www.kaskus.co.id) juga memiliki layanan berupa jual beli meliputi antik, *art & design*, *baby & kids stuff*, bisnis, *industry & supplier*, buku, *camera & aksesoris*, CD & DVD, *collectibles*, *computer*, *elektronik*, *face & body care*, *fashion & mode*, *flora & fauna*, *food, drink & medicine*, *furniture*, *handphone & PDA*, *hardware & tools*, kerajinan tangan, *musical instrument*, *otomotif*, peralatan kantor, peralatan rumah tangga, perhiasan & jam tangan, *property*, *services*, *sports equipment*, *ticket events*, *tour & travel*, *toys & hobbies*, *web hosting & services*, *video games*, *readme*, *review*, *others*, *feedback* dan *testimonial* (<http://id.wikipedia.org/wiki/Kaskus>, 2012 diakses 28 November 2012 : 20.17 WIB). Alasan peneliti yang kedua [www.kaskus.co.id](http://www.kaskus.co.id) dulunya adalah web yang dipersepsikan web porno menjadi ke web yang ke arah positif, menyediakan berbagai informasi seperti jual beli, sharing antar *follower*, kesehatan, musik, budaya dan sebagainya. Alasan peneliti ketiga adalah adanya salah satu web di Indonesia yaitu [www.kaskus.co.id](http://www.kaskus.co.id) secara langsung dan tidak langsung yang menampilkan informasi tentang budaya Solo kemungkinan bisa mempengaruhi

persepsi masyarakat khususnya [www.kaskus.co.id](http://www.kaskus.co.id) di Surakarta dalam mempersepsikan kebenaran tentang Solo Kota Budaya.

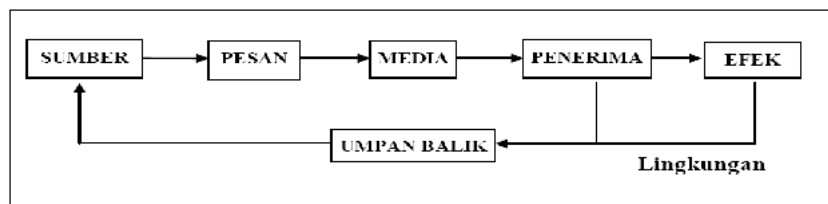
Oleh sebab itu, peneliti ingin meneliti tentang hubungan komunikasi massa budaya Solo melalui [www.kaskus.co.id](http://www.kaskus.co.id) dengan persepsi komunitas kaskus tentang Solo Kota Budaya.

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui intensitas komunikasi dilihat dari terpaan komunikasi pada [www.kaskus.co.id](http://www.kaskus.co.id) dalam menampilkan informasi tentang budaya Solo dan untuk mengetahui ada tidaknya hubungan antara intensitas komunikasi dilihat dari terpaan komunikasi dari [www.kaskus.co.id](http://www.kaskus.co.id) dengan persepsi komunitas [www.kaskus.co.id](http://www.kaskus.co.id) Solo sebagai Kota Budaya.

## TINJAUAN TEORI

Istilah komunikasi berpagkal pada perkataan latin *communis* artinya membuat kebersamaan atau membangun kebersamaan antara dua orang atau lebih. Komunikasi juga berasal dari akar kata dalam bahasa latin *communico* yang artinya membagi (Cangara, 2006 : 18 - 27).

Menurut Cangara, (2006 : 23) unsur-unsur komunikasi meliputi sumber, pesan, media, penerima, efek, lingkungan dan umpan balik.



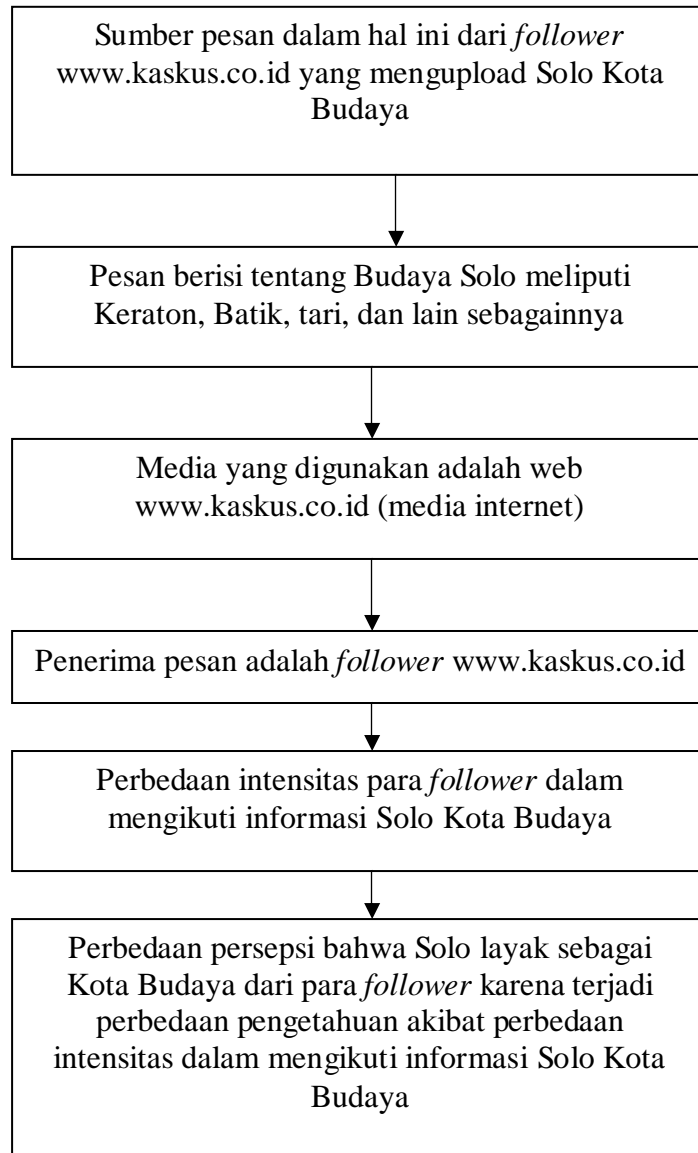
Menurut Cangara (2006:34) Komunikasi massa dapat diidentifikasi sebagai proses komunikasi yang berlangsung dimana pesannya dikirim dari sumber yang melembaga kepada khalayak yang sifatnya massal melalui alat-alat yang bersifat mekanis seperti radio, televisi, surat kabar dan film. Pesan komunikasi massa berlangsung satu arah dan tanggapan baliknya lambat (tertunda) dan sangat terbatas.

Menurut Fisher (dalam Alvin A. Goldberg & Carl E. Larson, 2006 : 24-26) dalam komunikasi kelompok ada empat fase proses komunikasi yaitu : Fase orientasi, Fase konflik, Fase timbulnya sikap-sikap baru, dan Fase dukungan.

*Media exposure* menurut Rakhmat (dalam Ayu, 2007: 9) diartikan sebagai terpaan media, sedangkan Masri Singarimbun (dalam Ayu, 2007: 9). mengartikannya dengan sentuhan media. Menurut Rakhmat (dalam Ayu, 2007: 10). *media exposure* dapat dioperasionalkan sebagai frekuensi individu dalam menonton televisi, film, membaca majalah atau surat kabar, maupun mendengarkan radio. Selain itu, *media exposure* berusaha mencari data audiens tentang penggunaan media, baik jenis media, frekuensi penggunaan, maupun durasi penggunaan atau *longevity*. Pakar lainnya, Shore (dalam Ayu, 2007: 11) memberikan definisi sebagai berikut:

*Media exposure is more complicated than access because is ideal not only with what her a person is within pysical (range of the particular mass medium) but also whether person is actually exposed to the message.*

*Exposure is hearing, seeing, reading, or most generally, experiencing with at least a minimal amount of interest the mass media message. The exposure might occur to an individual or group level.*



## **METODE PENELITIAN**

Populasi adalah jumlah keseluruhan dari obyek atau unit analisis yang karakteristiknya akan diteliti (Arikunto, S. 2006 : 62). Target populasi dari penelitian ini adalah anggota komunitas www.kaskus.co.id Solo ada 1000 orang, tetapi yang aktif hanya 53 orang, sedangkan kebanyakan orang www.kaskus.co.id hanya mendaftar saja tetapi tidak aktif dalam [www.kaskus.co.id](http://www.kaskus.co.id).

Variabel adalah ukuran atau ciri yang dimiliki oleh anggota-anggota suatu kelompok yang berbeda dengan dimiliki oleh kelompok lain (Arikunto, S. 2006 : 45). Variabel disini ada dua yaitu variabel bebas dan variabel terikat. Variabel

bebas adalah variabel yang mempengaruhi variabel terikat, sedangkan variabel terikat adalah variabel yang dipengaruhi variabel bebas (Notoatmodjo, S. 2005 : 52). Variabel bebas disini adalah intensitas komunikasi melalui [www.kaskus.co.id](http://www.kaskus.co.id) tentang Solo sebagai Kota Budaya sedangkan variabel terikat adalah persepsi komunitas [www.kaskus.co.id](http://www.kaskus.co.id) tentang Solo sebagai Kota Budaya.

Dalam penelitian ini, data yang dikumpulkan berupa data primer. Data primer merupakan data yang di peroleh secara langsung dari responden dari hasil pemberian kuetioner tentang intensitas komunikasi budaya Solo melalui [www.kaskus.co.id](http://www.kaskus.co.id) dan pertanyaan tentang persepsi komunitas [www.kaskus.co.id](http://www.kaskus.co.id) tentang solo kota budaya. Uji validitas dilakukan untuk mengetahui bagaimana suatu alat pengukur itu dapat mengukur apa yang ingin diukur, atau suatu ukuran yang menunjukkan tingkat kevalidan dan kesolitan data suatu instrument. Peneliti ingin menggambarkan suatu jenis realitas dalam penelitian ini, maka jenis penelitian yang paling tepat yaitu menggunakan metode korelasional dengan pendekatan kuantitatif, dan desain kausal.

## HASIL DAN PEMBAHASAN

Keabsahan suatu hasil penelitian sangat ditentukan oleh alat pengukur yang digunakan untuk mengukur variabel penelitian. Apabila alat yang dipakai dalam proses pengumpulan data tidak valid dan tidak dapat dipercaya, maka hasil penelitian yang di peroleh tidak akan menggambarkan hasil penelitian yang sebenarnya. Oleh karena itu dalam penelitian ini digunakan pengujian yaitu test validitas.

Hasil Uji Validitas

Pertanyaan	Nilai r hitung	Nilai r tabel	Kategori
P_1	0,707	0,444	Valid
P_2	0,653	0,444	Valid
P_3	0,715	0,444	Valid
P_4	0,750	0,444	Valid
P_5	0,687	0,444	Valid
P_6	0,800	0,444	Valid
P_7	0,692	0,444	Valid
P_8	0,544	0,444	Valid
P_9	0,766	0,444	Valid
P_10	0,769	0,444	Valid
P_11	0,748	0,444	Valid
P_12	0,669	0,444	Valid
P_13	0,725	0,444	Valid
P_14	0,690	0,444	Valid
P_15	0,670	0,444	Valid
P_16	0,765	0,444	Valid
P_17	0,834	0,444	Valid
P_18	0,909	0,444	Valid
P_19	0,768	0,444	Valid
P_20	0,649	0,444	Valid



Dilihat dari data di atas maka nilai r hitung semuanya lebih besar dari r tabel 0,444 sehingga semua pernyataan dinyatakan valid.

Distribusi Frekuensi Indikator Intensitas dalam Melihat  
www.kaskus.co.id Setiap Minggu

Intensitas	f	%
16-20 kali seminggu	24	45,3
11-15 kali seminggu	7	13,2
6-10 kali seminggu	15	28,3
1-5 kali seminggu	7	13,2
Total	53	100,0

Dilihat dari tabel 4.2 ternyata tertinggi adalah 16-20 kali seminggu termasuk kategori intensitas sangat tinggi yaitu sebanyak 24 orang (45,3 %).

Distribusi Frekuensi Indikator Frekuensi dalam Melihat  
www.kaskus.co.id Setiap Minggu

Frekuensi	f	%
> 80 menit per hari	25	47,2
71-80 menit per hari	11	20,8
60-70 menit per hari	8	15,1
< 60 menit per hari	9	17,0
Total	53	100,0

Dilihat dari tabel 4.3 ternyata tertinggi adalah > 80 menit kali sehari termasuk kategori frekuensi sangat tinggi yaitu sebanyak 25 orang (47,2 %)

Distribusi frekuensi jawaban responden

Frequency Table

Intensitas

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	16-20 kali seminggu	24	45,3	45,3	45,3
	11-15 kali seminggu	7	13,2	13,2	58,5
	6-10 kali seminggu	15	28,3	28,3	86,8
	1-5 kali seminggu	7	13,2	13,2	100,0
	Total	53	100,0	100,0	

Frekuensi

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	> 80 menit per hari	25	47,2	47,2	47,2
	71-80 menit per hari	11	20,8	20,8	67,9
	60-70 menit per hari	8	15,1	15,1	83,0
	< 60 menit per hari	9	17,0	17,0	100,0
	Total	53	100,0	100,0	

Pr\_1

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Tidak Setuju	7	13,2	13,2	13,2
	Setuju	29	54,7	54,7	67,9
	Sangat setuju	17	32,1	32,1	100,0
	Total	53	100,0	100,0	

Pr\_2

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Tidak Setuju	8	15,1	15,1	15,1
	Setuju	32	60,4	60,4	75,5
	Sangat setuju	13	24,5	24,5	100,0
	Total	53	100,0	100,0	

Pr\_3

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Tidak Setuju	11	20,8	20,8	20,8
	Setuju	31	58,5	58,5	79,2
	Sangat setuju	11	20,8	20,8	100,0
	Total	53	100,0	100,0	

Pr\_4

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Sangat Tidak Setuju	3	5,7	5,7	5,7
	Tidak Setuju	21	39,6	39,6	45,3
	Setuju	27	50,9	50,9	96,2
	Sangat setuju	2	3,8	3,8	100,0
	Total	53	100,0	100,0	

Pr\_5

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Tidak Setuju	4	7,5	7,5	7,5
	Setuju	32	60,4	60,4	67,9
	Sangat setuju	17	32,1	32,1	100,0
	Total	53	100,0	100,0	

Pr\_6

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Sangat Tidak Setuju	1	1,9	1,9	1,9
	Tidak Setuju	9	17,0	17,0	18,9
	Setuju	37	69,8	69,8	88,7
	Sangat setuju	6	11,3	11,3	100,0
	Total	53	100,0	100,0	

Pr\_7

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Tidak Setuju	11	20,8	20,8	20,8
	Setuju	36	67,9	67,9	88,7
	Sangat setuju	6	11,3	11,3	100,0
	Total	53	100,0	100,0	

Pr\_8

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Sangat Tidak Setuju	2	3,8	3,8	3,8
	Tidak Setuju	6	11,3	11,3	15,1
	Setuju	40	75,5	75,5	90,6
	Sangat setuju	5	9,4	9,4	100,0
	Total	53	100,0	100,0	

Pr\_9

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Sangat Tidak Setuju	2	3,8	3,8	3,8
	Tidak Setuju	19	35,8	35,8	39,6
	Setuju	28	52,8	52,8	92,5
	Sangat setuju	4	7,5	7,5	100,0
	Total	53	100,0	100,0	

Pr\_10

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Tidak Setuju	2	3,8	3,8	3,8
	Setuju	26	49,1	49,1	52,8
	Sangat setuju	25	47,2	47,2	100,0
	Total	53	100,0	100,0	

Pr\_11

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Sangat Tidak Setuju	2	3,8	3,8	3,8
	Tidak Setuju	13	24,5	24,5	28,3
	Setuju	30	56,6	56,6	84,9
	Sangat setuju	8	15,1	15,1	100,0
	Total	53	100,0	100,0	

Pr\_12

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Tidak Setuju	12	22,6	22,6	22,6
	Setuju	35	66,0	66,0	88,7
	Sangat setuju	6	11,3	11,3	100,0
	Total	53	100,0	100,0	

Pr\_13

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Tidak Setuju	6	11,3	11,3	11,3
	Setuju	35	66,0	66,0	77,4
	Sangat setuju	12	22,6	22,6	100,0
	Total	53	100,0	100,0	

Pr\_14

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Tidak Setuju	4	7,5	7,5	7,5
	Setuju	40	75,5	75,5	83,0
	Sangat setuju	9	17,0	17,0	100,0
	Total	53	100,0	100,0	

Pr\_15

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Tidak Setuju	8	15,1	15,1	15,1
	Setuju	34	64,2	64,2	79,2
	Sangat setuju	11	20,8	20,8	100,0
	Total	53	100,0	100,0	

Pr\_16

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Tidak Setuju	1	1,9	1,9	1,9
	Setuju	27	50,9	50,9	52,8
	Sangat setuju	25	47,2	47,2	100,0
	Total	53	100,0	100,0	

Pr\_17

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Tidak Setuju	9	17,0	17,0	17,0
	Setuju	40	75,5	75,5	92,5
	Sangat setuju	4	7,5	7,5	100,0
	Total	53	100,0	100,0	

Pr\_18

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Tidak Setuju	13	24,5	24,5	24,5
	Setuju	35	66,0	66,0	90,6
	Sangat setuju	5	9,4	9,4	100,0
	Total	53	100,0	100,0	

Pr\_19

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Sangat Tidak Setuju	3	5,7	5,7	5,7
	Tidak Setuju	15	28,3	28,3	34,0
	Setuju	25	47,2	47,2	81,1
	Sangat setuju	10	18,9	18,9	100,0
	Total	53	100,0	100,0	

Pr\_20

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Sangat Tidak Setuju	5	9,4	9,4	9,4
	Tidak Setuju	10	18,9	18,9	28,3
	Setuju	17	32,1	32,1	60,4
	Sangat setuju	21	39,6	39,6	100,0
	Total	53	100,0	100,0	

### Correlations

			Tot_Pr	Tot_Intensitas
Spearman's rho	Tot_Pr	Correlation	1,000	,233
		Coefficient	.	,093
		Sig. (2-tailed)		
	Tot_Intensitas	N	53	53
		Correlation	,233	1,000
		Coefficient	,093	.
		Sig. (2-tailed)		
		N	53	53

## KESIMPULAN DAN SARAN

### Simpulan

1. Intensitas [www.kaskus.co.id](http://www.kaskus.co.id) dalam merespon adanya [www.kaskus.co.id](http://www.kaskus.co.id) pada tiap minggu yaitu terbanyak 16-20 kali seminggu atau kategori sangat tinggi ada 24 orang (45,3 %) dan frekuensi tiap harinya terbanyak > 80 menit per hari atau kategori sangat tinggi ada 25 orang (47,2 %), jadi adanya [www.kaskus.co.id](http://www.kaskus.co.id) ternyata direspon sangat tinggi oleh anggota kaskus dilihat dari intensitas dan frekuensi sehingga media menggunakan internet sangat efektif dalam menyampaikan pesan karena direspon oleh para anggotanya.
2. Tidak ada hubungan antara intensitas [www.kaskus.com](http://www.kaskus.com) dengan persepsi Solo Kota Budaya yang dilihat dari nilai t tabel adalah 2,000 dengan tingkat 5 %. Jadi nilai t hitung = 1,711 lebih rendah dibandingkan t tabel 2,000. Hal ini akibat dari banyaknya pesan yang ada di media internet yaitu [www.kaskus.co.id](http://www.kaskus.co.id) dan perbedaan kesukaan dari pesan yang akan dilihat atau diperhatikan sehingga disini tercermin bahwa pesan budaya kurang diminati dari anggota kaskus padahal dilihat dari intensitas kategori tinggi.

### B. Saran

1. Intensitas [www.kaskus.co.id](http://www.kaskus.co.id) dalam merespon adanya [www.kaskus.co.id](http://www.kaskus.co.id) pada tiap minggu dan tiap harinya sangat tinggi seharusnya bisa dimanfaatkan untuk meningkatkan rasa cinta terhadap budaya Indonesia terutama regional Solo untuk meningkatkan image Solo Kota Budaya.
2. Kelebihan dari penelitian ini terlihat pada banyaknya pesan yang bisa ditampung dan ditampilkan web [www.kaskus.id](http://www.kaskus.id), sehingga respon anggota kaskus sangat tinggi dilihat dari intensitas dan frekuensi yang tinggi dari anggota kaskus, yang membuktikan bahwa media menggunakan internet sangat efektif dalam menyampaikan pesan karena direspon oleh para anggotanya.
3. Kelemahan dari penelitian ini terlihat pada banyaknya pesan yang bisa ditampung dan ditampilkan web [www.kaskus.co.id](http://www.kaskus.co.id), ternyata tidak semua direspon tinggi oleh anggota kaskus terlihat bahwa intensitas tinggi tidak menjamin respon yang tergambar dari persepsi anggota kaskus tentang budaya akan berhubungan dengan intensitas itu sendiri, karena anggota

kaskus mempunyai perbedaan keinginan dan kesenangan dalam mendapatkan pesan yang ditampilkan oleh [www.kaskus.co.id](http://www.kaskus.co.id). Disisi lain kelemahan pada penelitian ini adalah pada pertanyaan intensitas dan frekuensi belum tentu 100 % membuka [www.kaskus.co.id](http://www.kaskus.co.id) padahal peneliti sudah memberikan pertanyaan fokus pada [www.kaskus.co.id](http://www.kaskus.co.id) tetapi tidak menutup kemungkinan jawaban tersebut tidak seluruhnya benar karena peneliti yakin dalam waktu (intensitas dan frekuensi) tidak akan membuka satu web saja tetapi pasti membuka web lain, sehingga dalam respon terhadap pesan di [www.kaskus.co.id](http://www.kaskus.co.id) bisa juga terjadi bias.

4. Penelitian ini bisa dilanjutkan lebih menjurus kepada sikap perilaku. Hal ini disebabkan adanya terpaan berita tentang budaya Solo di media massa khususnya pada [www.kaskus.co.id](http://www.kaskus.co.id) terhadap tinggi rendahnya respon berita budaya Solo di [www.kaskus.co.id](http://www.kaskus.co.id) tersebut.

#### **DAFTAR PUSTAKA**

Alvin A. Goldberg & Carl E. Larson, 2006. *Group Communication : discussions processes and aplicatuins*. Penerjemah Koesdarini S, Gary R. Jusuf. *Komunikasi Kelompok (Proses-proses diskusi dan Penerapannya)*. Penerbit Universitas Indonesia (UI Press), Jakarta.

Arikunto, S. 2006. *Prosedur Penelitian*. Jakarta: PT Rineka Cipta.

Ayu, Wanda Edika Tresna. 2007. *Pengaruh Terpaan Media terhadap Sikap Anak muda Surabaya pada Program Acara Reality Show "Katakan Cinta" di RCTI*. Surabaya: FIKOM UKP.

Cangara, Hafied, 2006. *Pengantar Ilmu Komunikasi*. Jakarta : PT. Raja Grafindo Persada.

Gani, Rita, 2010. "Tungku Tigo Sajarangan" : *Analisis Pola Komunikasi Kelompok dalam Interaksi Pemimpin Pemerintahan di Sumatera Barat*. Mediator, Vol 7 No 2 Desember 2011.

Handayani, Tri, 2010. *Analisis Pengaruh Kepercayaan Konsumen terhadap Persepsi Risiko Belanja Online di Surabaya*. Skripsi. Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Perbanas Surabaya.

Hamidi, 2007. *Metode Penelitian dan Teori Komunikasi*. UMM Press, Malang.

Handoko Riwidikdo, 2007. *Statistik Kesehatan*. Mita Cendikia Press. Yogyakarta.

<http://id.wikipedia.org/wiki/Kaskus>, 2012 diakses 28 November 2012 : 20.17 WIB.

<http://id.wikipedia.org/wiki/Kaskus> & media lainnya. [http://www.komunitas.kaskus.co.id/show\\_post/0000000000000000140462595/3](http://www.komunitas.kaskus.co.id/show_post/0000000000000000140462595/3) diakses 20 November 2012 : 21.18 WIB.

<http://www.internetworldstats.com/stats.htm>, 2012, diakses 4 November 2012, 07.15 WIB.

Kalidjernih, F.K, 2009. *Puspa Ragam Konsep dan Isu Kewarganegaraan*. Bandung : Widya Aksara Press.

Koentjaraningrat. 1984. *Kebudayaan Jawa*. Jakarta : Balai Pustaka.

[Komunitas Kaskus - All Forum](http://www.komunitas.kaskus.co.id/forum.php). TextInfo:Total Posts & Total Members. <http://www.komunitas.kaskus.co.id/forum.php>.

[Komunitas Kaskus.us](http://www.komunitas.kaskus.us) [site info](http://www.komunitas.kaskus.us/siteinfo). Alexa.com. <http://www.alexa.com/siteinfo/Kaskus.us>. Diakses pada 25 September 2012.

McQuail, Denis, 1987. *Teori Komunikasi Massa Suatu Pengantar*. Penerjemah Agus Dharma, dan Aminuddin Ram, Edisi Kedua, Jakarta : Penerbit Erlangga.

Mulyana, Dedy, 2003. *Pengantar Ilmu Komunikasi*, PT. Anak muda Rosdakarya, Bandung.

Mursito, 1996. *Psikologi Komunikasi*, UNS Press, Surakarta.

Noegroho, Agoeng, 2010. *Teknologi Komunikasi*. Graha Ilmu: Yogyakarta.

Notoatmodjo, S. 2005. *Metodologi Penelitian Kesehatan*. Jakarta: PT. Rineka Cipta.

Panuju, Redi, 1997. *Sistem Komunikasi Indonesia*. Yogyakarta : Pustaka Pelajar.

Rakhmat, Jalaluddin, 2007. *Psikologi Komunikasi*. Bandung: PT Anak muda Rosdakarya.

Rahayu, Nuryani Tri. 2009. *Tayangan Hiburan TV dan Penerimaan Budaya Pop*. Dalam Jurnal Ilmiah Scriptura Vol.3 No.1 – Januari/2009. Surabaya: Jurusan Ilmu Komunikasi FISIP UKP.

Singarimbun, Masri dan Effendi, Sofyan 2006. *Metode Penelitian Survej*, Jakarta : Pustaka LP3ES.

Sasmita, Bagus Dwi, 2007. *Penggunaan Cyber dalam Aktifitas Komunikasi Pemkot dengan Masyarakat (Studi Praktik e- PR Pada Program e-*



Government Pemkot Malang). Skripsi. Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Jurusan Ilmu Komunikasi, Universitas Muhammadiyah Malang.

Severin, Werner J dan James W. Tankard. 2005. *Teori Komunikasi*. Kencana. Jakarta.

Singgih, Devis, 2011. *Penggunaan Internet Sebagai Media Komunikasi dalam Menciptakan Hubungan Akrab*. Departemen Sains Komunikasi dan Pengembangan Masyarakat, Fakultas Ekologi Manusia, Institut Pertanian Bogor.

Sosiawan,. Edwi Arief, 2008. *Kajian Teoritis Komunikasi Virtual ( Internet dalam Prespektif Ilmu Komunikasi)*. <http://edwi.dosen.upnyk.ac.id/Kajian%20internet%20kom.pdf> (diakses pada tanggal 12 Oktober 2012).

Suci, Sari Dewi Permonika, 2010. *Promosi Kota Solo Sebagai Kota Budaya.(Studi Deskriptif Kualitatif Tentang Kegiatan Komunikasi Pemasaran Dalam Promosi Kota Solo Sebagai Kota Budaya Oleh Dinas Kebudayaan dan Pariwisata)*. Program Studi Ilmu Komunikasi, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Sebelas Maret Surakarta.

Suparlan, Parsudi, 1984. *Manusia, Kebudayaan dan Lingkungannya*. Jakarta : CV. Rajawali.

Susanto, Phil Astrid S. 1980. *Komunikasi Sosial di Indonesia*. Anggota IKAPI Bandung : Binacipta.

Tim Redaksi Kamus Besar Bahasa Indonesia, 2001, *Kamus Besar Bahasa Indonesia* (Edisi Ketiga), Pusat Bahasa Departemen Pendidikan Nasional, Jakarta.

Umar, Husein, 2002. *Metode Riset Komunikasi Organisasi*. PT. Gramedia Pustaka Utama Jakarta.

Walgito, Bimo, 1990. *Pengantar Psikologi Umum*, Andi Offset, Yogyakarta.

Wolf, D.A, 2007, *Globalization Information and Communication Technologies and Local and Regional Systems of Innovation*. University of British Columbia Press, Vancouver.

[www.qoechil.wordpress.com/2012/05/06/teori-teori-media/](http://www.qoechil.wordpress.com/2012/05/06/teori-teori-media/) diupload 6 Mei 2012, diakses tanggal 25 November 2012, 19.15 WIB.