

Motivasi, Kebiasaan, dan Keamanan Penggunaan Internet

Z. Hidayat, Asep Saefuddin, Sumartono

Universitas Esa Unggul

Jl. Arjuna Utara No. 9 Tol Tomang, Kebonjeruk, Jakarta 11510

Email: z.hidayat@esaunggul.ac.id

Abstract: *This study investigates motivation, habits, and security of internet use by high schools and universities students in Jakarta, Bogor, Depok, Tangerang, and Bekasi. This descriptive and quantitative research uses survey method. The findings of the study show that the strongest motivation is to show self existence, entertainment, and academic purposes. At some points, the habit of using the internet also makes the students face some risks such as verbal and nonverbal abuses, bullying, pornoghrapy, account hacking, and the risk of interaction with unknown parties.*

Keywords: *habits, internet use, security, Y generation, Z generation*

Abstrak: *Penelitian ini menyelidiki motivasi, kebiasaan, dan keamanan penggunaan internet di antara siswa sekolah menengah atas dan universitas di Jakarta, Bogor, Depok, Tangerang, dan Bekasi. Penelitian deskriptif kuantitatif ini menggunakan metode survei. Hasil penelitian menunjukkan bahwa motivasi paling kuat adalah untuk memperlihatkan eksistensi diri, pencarian hiburan, dan penyelesaian tugas akademis. Kebiasaan penggunaan internet oleh pelajar dan mahasiswa menghadapi beberapa risiko, seperti kekerasan verbal dan nonverbal, bullying, pornografi, pembajakan akun, dan risiko berinteraksi dengan orang tak dikenal.*

Kata Kunci: *gen Y, gen Z, keamanan, kebiasaan, motivasi, penggunaan internet*

Perubahan sosial dapat terjadi secara perlahan dan gradual (evolusi) atau secara cepat dan drastis dalam waktu relatif singkat (revolusi). Penyebab revolusi, misalnya, terjadi peperangan yang melahirkan kemerdekaan suatu bangsa atau perubahan besar masyarakat yang dipicu perkembangan teknologi. Perubahan sosial yang dipicu kemajuan teknologi inilah yang terjadi pada beberapa dekade terakhir. Secara spesifik, teknologi yang dimaksud adalah teknologi media yang mengubah cara-cara dan pola-pola komunikasi antarmanusia dan antarkomunitas, mengubah strategi berbisnis dan berorganisasi, serta cara membangun komunitas. Peran teknologi

dalam kehidupan setiap generasi mampu membuat satu lapis generasi sangat identik dengan perkembangan teknologi di zamannya.

Teknologi media mampu mengubah peran individu dan kelompok sosial di bidang produksi, distribusi, dan konsumsi. Produsen harus mempertimbangkan keberadaan konsumen dan melakukan kolaborasi terpadu untuk menghasilkan suatu produk, gagasan, atau layanan. Konsumen tidak lagi sekadar menerima luaran itu, melainkan terlibat aktif dalam proses penggagasan, produksi, distribusi, dan presentasi produk. Oleh karena itu, konsep produsen dan konsumen telah

melebur dalam pengembangan semua produk. Peleburan yang dikenal dengan istilah “prosumen” itu menempatkan partisipan dalam kondisi saling terhubung dan bergantung. Akibatnya, kekuasaan terdistribusi dan tidak lagi berada dalam satu genggamannya kekuatan dominan.

Media baru atau internet telah mengurai dominasi kekuasaan ekonomi, politik, sosial, dan budaya serta mendistribusikannya kepada individu, komunitas, dan masyarakat. Demokrasi pun bertumbuh dan menguat. Perubahan struktur sosial dan hubungan antarkepentingan, cepat atau lambat, kian kuat akibat perubahan teknologi yang tidak bisa dibendung. Media *online* tidak sekadar menjadi kanal penyampai pesan atau informasi, melainkan turut membentuk corak perjalanan budaya. Media konvensional memang masih hidup, tetapi tidak memadai lagi untuk bertahan dengan gaya lama dalam lingkungan baru konvergensi media dan perubahan sosial yang cepat (Hidayat, 2015, h. 149).

Di sisi lain, masyarakat lahir dan tumbuh bersama secara agregat dalam suatu masa atau dari periode ke periode secara berkesinambungan. Oleh karena itu, perkembangan budaya teknologi pada suatu masa selalu terkait dengan generasi yang sedang tumbuh pada masa yang sama. Istilah generasi mirip dengan *cohort* yang digunakan Ryder (1965, h. 845) pertama kali untuk membahas perubahan sosial dari perspektif sosiologi-demografis. Jadi, generasi adalah sekelompok orang yang lahir dan tumbuh menjadi anak-anak, remaja, dan dewasa muda serta berperan

aktif dalam proses perubahan sosial mengikuti kesamaan perilaku seiring waktu dan peristiwa yang dialami bersama.

Dua lapis generasi yang kemunculannya diidentikkan dengan perkembangan teknologi media internet dan *wireless* adalah Generasi Y (Gen Y) atau Gen *Net* atau *Millennials* dan satu lapis generasi yang lebih muda, yaitu Generasi Z (Gen Z). Gen Y adalah kelompok orang yang lahir antara 1984 hingga 1995 dan kelompok Gen Z lahir sesudah 1995. Kini, dua lapis generasi ini sedang duduk di bangku sekolah menengah hingga perguruan tinggi. Masa kanak-kanak generasi ini tak terpisahkan dari perangkat digital tablet dan ponsel cerdas dengan segenap aplikasinya. Kedua generasi tersebut sering disebut sebagai Generasi Digital, yakni generasi yang sejak lahir sudah ditemani, belajar, dan berinteraksi dengan perangkat digital. Bahasa programnya diciptakan asli dari bahasa generasi itu sebagai *Digital Natives* atau ‘Pribumi Digital’ sebagai generasi pemilik Abad XXI.

Generasi ini, menurut Herther (2009, h. 16), tidak hanya berbeda karakteristiknya, tapi juga punya julukan beragam, seperti *Born Digital*, *Digital Youth*, *Millennials*, *Next Generation*, *Echo Boomers*, *Net Gen*, *Screenagers*, *Bebo Generation*, *Google Generation*, *MySpace Generation*, *Gen Y*, *First Digitals*, *Generation Z*, *Generation I*, serta *Internet Generation* atau *iGeneration*. Label penamaan yang memunculkan jumlah hits terbesar dalam literatur dan paling memicu kontroversi adalah *Digital Natives*.

Label *Digital Natives* mencerminkan kalangan remaja dan dewasa muda yang identik dan terkoneksi dengan internet sepanjang waktu. Orang-orang dari lapis generasi ini selalu terkoneksi secara *online*, seperti di sekolah, kampus, perpustakaan, taman belajar, rumah, atau sepanjang perjalanan. Anak-anak muda itu adalah orang dinamis yang selalu bergerak atau *mobile*. Mereka berada dalam kehidupan antara dunia maya dan realitas. *Digital Natives* punya motivasi kuat dalam dua ruang kehidupan itu. Oleh karena itu, peneliti berasumsi bahwa motivasi para siswa tersebut akan mendorong kemampuannya berprestasi, baik di lingkungan akademik maupun nonakademik.

Sebagai kelompok orang yang sedang berada dalam masa pendidikan, motivasi pelajar dan mahasiswa memanfaatkan media digital harus dikaitkan dengan proses edukasi di sekolah, keluarga, dan masyarakat. Demikian pula dengan kebiasaan atau kegiatan yang dilakukan secara terus-menerus, sehingga membentuk pola-pola tertentu sebagai rutinitas keseharian. Kebiasaan (*habits*) Gen *Net* menggunakan media digital penting untuk ditelusuri melalui survei. Begitu juga dengan keamanan akses internet bagi kalangan remaja pelajar dan mahasiswa. Kesadaran dan pengetahuan tentang risiko dan benefit internet juga penting untuk diselidiki.

Penelitian ini fokus kepada dua lapis generasi termuda yang dibatasi dalam kelompok usia dan tingkat pendidikan, yaitu Gen *Y* dan Gen *Z* yang masing-masing

sedang berada di bangku sekolah menengah dan universitas. Penyelidikan tentang motivasi sangat penting untuk menjelaskan aspek dalam diri pengguna media digital. Sedangkan kebiasaan atau perilaku dalam interaksi *online* dan aspek keamanan *online* menjelaskan tentang kesadaran dan pengetahuan siswa terhadap perlindungan diri atas dampak negatif internet.

Penelitian ini bertujuan untuk, *pertama*, menjelaskan motivasi pengguna media *online* dari kalangan Gen *Y* dan Gen *Z*. *Kedua*, menjelaskan kebiasaan atau perilaku penggunaan media *online* di kalangan Gen *Y* dan Gen *Z*. *Ketiga*, menjelaskan kesadaran dan pengetahuan Gen *Y* dan Gen *Z* terhadap keamanan akses media *online*. Secara keseluruhan, penelitian ini berupaya menjelaskan karakteristik Gen *Y* dan Gen *Z* terkait penggunaan media internet dalam aktivitas komunikasi sehari-hari pelajar dan mahasiswa sebagai *Digital Natives*. Lingkungan pendidikan mencakup kegiatan di sekolah atau kampus, keluarga, kelompok sebaya, dan masyarakat.

Landasan konsep mengenai Generasi Digital dikemukakan oleh Don Tapscott dalam *Growing Up Digital: The Rise of the Net Generation* dan *Grown Up Digital: How the Net Generation Is Changing Your World*. Tapscott (1999, 2009) menyebut pada buku seri pertamanya istilah “Generasi *Net*” atau Gen *N* sebagai sebuah kekuatan di Amerika dari 80 juta anak-anak yang mengonsumsi beragam produk zamannya, mulai dari popok balita, aneka busana, hingga usia 20 terkait ke dalam suatu Revolusi Digital perangkat lunak komputer, *video game*,

email, dan internet. Kelompok generasi ini, di Amerika, kurang lebih sama dengan di Indonesia, jumlahnya sekitar 30 persen dari populasi. Pada buku kedua, Tapscott (2008) membahas lebih dalam mengenai bertumbuhnya Gen *Net* sebagai “Growing Up Digital” ditandai dengan perubahan besar masyarakat, institusi, ekonomi, dan sekaligus paradigma. Dunia bisnis, melalui *The Naked Corporation* di lingkungan ekonomi digital, tengah melakukan revolusi. Gen *N* adalah “anak-anak digital” yang cerdas dengan perangkat digital untuk memudahkan semua hal dalam hidupnya. Generasi itu memanfaatkan teknologi dengan cara berbeda dibanding generasi sebelumnya. Hasilnya telah mengubah pola-pola interaksi masyarakat, baik di tingkat lokal maupun global, dalam waktu singkat.

Selanjutnya, seorang desainer *games*, konsultan, dan penulis berpengaruh, Marc Prensky (2001, h. 1), mendefinisikan generasi muda terbaru itu dengan istilah *Digital Natives*. Literatur akademis dan perpustakaan, dalam beberapa dekade terakhir, mengutip konsep *Digital Natives* dikemukakannya untuk menggambarkan sebuah generasi yang berpengaruh, punya pengalaman khas dan kelompok yang sangat menentukan masa depan setiap institusi, program, dan profesi.

Prensky menyebut *Digital Natives* sebagai sekelompok orang yang dibesarkan dengan teknologi digital sejak lahir. Generasi ini “tidak hanya mengubah secara bertahap orang-orang masa lalu melalui cara bergaul, pakaian, perhiasan

tubuh, atau gaya yang sebenarnya sudah ada sebelumnya, melainkan terjadi sebuah diskontinuitas yang sangat besar”. Generasi digital ini seolah-olah terputus identitas dan cara kehidupannya dengan generasi yang lebih tua. Prensky menegaskan demikian (2001, h. 1):

Sebuah diskontinuitas yang sangat besar telah terjadi. Sesuatu yang, bahkan mungkin disebut “singularitas”, mengubah hal-hal mendasar yang sama sekali tak akan terjadi kembali. Singularitas dengan kedatangan dan penyebaran teknologi digital secara cepat mulai dekade terakhir abad XX *Digital Natives* adalah generasi pertama yang tumbuh dengan teknologi baru ini. Mereka telah menghabiskan seluruh hidupnya dikelilingi oleh segenap perangkat digital, komputer, *video game*, pemutar musik, *camera video*, ponsel dan semua mainan digital lainnya *Games* komputer, *email*, *chatting*, berbicara langsung di layar, pesan instan dan beragam lainnya merupakan bagian integral kehidupannya.

Generasi baru itu adalah orang-orang muda yang telah “bergumul dengan *bit* dan *byte*” sejak lahir (Palfrey & Gasser, 2008; Tapscott, 2009), suatu wacana yang berdampak sosial luas dan gemanya diulas mulai dalam literatur-literatur bisnis hingga kajian tentang kebijakan pemerintah. Konsep khalayak yang dikenal luas sebelumnya sangat berbeda dengan karakteristik yang dimiliki para pengguna digital ini. Orang-orang muda tidak hanya akrab dengan berbagai perangkat baru, tetapi juga tumbuh dewasa dengan internet dan *Web*. Jones & Czerniewicz (2010, h. 317) juga mengklaim bahwa secara umum Gen *Net* atau *Digital Natives* mengembangkan bakat alam menuju tingkat keterampilan tinggi bersama teknologi baru. Sebaliknya, orang-orang tua yang

dibesarkan di dunia analog digambarkan seperti biasa berada di belakang, sebagian mengikuti perkembangan sebagai imigran melalui penyesuaian diri ke dunia baru.

Penelitian sebelumnya menunjukkan bahwa karakteristik pengguna, seperti pengalaman berkomunikasi *online* dan faktor demografis dapat memengaruhi kepercayaan. Di dalam hal ini, berdasarkan Teori Kognitif Sosial, orang-orang mengeksplorasi efek moderasi atas karakteristik pengguna untuk membangun kepercayaan *online*. Penelitian lainnya dilakukan Hoffmann, Lutz, dan Meckel (2014, h. 138), yaitu survei pengguna internet di Jerman yang membedakan tiga kelompok berdasarkan usia, pengalaman, dan pendidikan. Ketiga peneliti ini juga menyebut subjek penelitiannya sebagai *Digital Natives*, *Digital Immigrants* (basis pengguna yang berjumlah besar), dan *Digital Naturalization* (lebih diarahkan pada rekomendasi merek terkenal). Berbeda dengan *Digital Immigrants*, yaitu kelompok paling kritis yang mempertimbangkan risiko dan manfaat penggunaan media *online*, faktor pengalaman berbeda membuatnya lebih hati-hati.

Penelitian sejenis dilakukan di Inggris dengan responden para mahasiswa sebagai partisipan media baru. Hasilnya, responden mahasiswa tahun pertama menunjukkan bahwa responden punya karakteristik sebagai *Digital Natives*. Argumen generasi dikaitkan dengan sikap dan orientasi orang-orang muda untuk melakukan paparan seumur hidup dengan teknologi jaringan dan media digital. Pada sisi peran agensi

atau lembaga, Jones & Healing (2010, h. 344) menemukan bahwa mulai dari posisi interaksi dengan teknologi semuanya dimediasi oleh aktivitas dan sikap yang disengaja. Penyelidikannya juga memerhatikan pilihan para pelajar untuk memproduksi konten yang selanjutnya dibagi (*share*) ke publik. Institusi atau agensi, seperti sekolah dan kampus, secara aktif membangun keterlibatan generasi muda dengan teknologi media.

Salah satu teori yang digunakan untuk menjelaskan topik ini adalah Teori Sikap Perilaku yang dikemukakan Ajzen dan Fishbein (2000). Teori ini membahas peran sikap dalam perilaku sosial manusia. Menurutny, ada dua jenis sikap, yakni, *pertama*, sikap umum terhadap benda-benda fisik, ras, etnis, lembaga, kebijakan, peristiwa, atau target umum lainnya. *Kedua*, sikap terhadap perilaku tertentu sehubungan dengan suatu objek atau sasaran. Faktor-faktor penentu perilaku khusus dipandu terutama oleh pendekatan tindakan beralasan yang mengasumsikan bahwa perilaku orang berasal dari keyakinan, sikap, dan niatnya.

Definisi motivasi menyangkut dimensi-dimensi kognitif dalam proses pembelajaran atau berbagi pengetahuan yang mencakup penyerapan dan retensi aspek deklaratif dan prosedural ilmu pengetahuan. Motivasi itu mencakup beberapa komponen, seperti upaya (*effort*), kecemasan (*anxiety*), dan rasa ingin tahu (*curiosity*) yang semuanya berada dalam tahapan (O'Neil & Drillings, 2012, h. 1-2). Motivasi individu ditentukan oleh dua faktor, yakni, *pertama*, faktor

individu yang bervariasi pada dua hal, yaitu perlakuan terhadap individu dan pernyataan individu. *Kedua*, faktor di luar diri berupa lingkungan yang mendukung terhadap perasaan individu tersebut dan faktor terbesar adalah orang lain selain individu bersangkutan. Faktor kelompok sebaya atau generasi dan adopsi media adalah faktor di luar diri individu anggota generasi yang sangat diperhitungkan.

Motivasi Gen *Net* berkomunikasi menggunakan media *online* adalah niat yang melatarbelakangi individu untuk bersikap dan bertindak pada kegiatan komunikasi *online* dengan aplikasi beragam perangkat yang pada dasarnya secara psikologis bertujuan untuk mengurangi kecemasan (ketidakpastian) atas informasi dan situasi yang terjadi, serta memenuhi rasa ingin tahu.

Sementara itu, konsep kebiasaan atau *habits* didefinisikan Verplanken dan Aarts (1999, h. 104) sebagai “urutan belajar dari tindakan yang telah menjadi respons otomatis bagi isyarat tertentu dan berfungsi untuk mencapai tujuan khusus atau mencapai titik akhir”. Definisi ini fokus pada kebiasaan intervensi pada tingkat tindakan dan bukan pada niat sendiri. Sedangkan perspektif ekonomi memandang kebiasaan sebagai “potensi dasar niat baru atau keyakinan” (Hodgson, 2004, h. 656; Maréchal, 2013, h. 51). Kata “kebiasaan” juga mencakup kebiasaan berpikir, sehingga basis generatif perilaku itu mencakup reflektif dan nonreflektif. Pandangan ini muncul dari kebiasaan sebagai sebuah kecenderungan perspektif

“interaksionis dan evolusi”, sejak manusia dinilai sebagai makhluk sosial dan massa, meskipun dengan kecenderungan dan aspirasi berbeda (Hodgson, 2004, h. 658). Sedangkan Danner, Aarts & de Vries (2008, h. 245) menegaskan bahwa ukuran kebiasaan harus memasukkan informasi tentang frekuensi yang dilaporkan sendiri dan stabilitas konteks perilaku.

Penelitian keperilakuan dirintis oleh Clark L. Hull dengan mengemukakan “Prinsip-prinsip Perilaku” dalam *the Psychological Review* pada 1937 (Mills, 2000, h. 103), yang menjelaskan bahwa perilaku itu suatu sekuen yang diarahkan untuk pencapaian keadaan tertentu ketika muncul pada komponen karakteristik suatu tindakan terkait dengan keadaan tersebut. Komponen tindakan ini merupakan kecenderungan stimulus untuk membangkitkan urutan tindakan yang mengarah ke total reaksi keseluruhan. Selanjutnya, kebiasaan itu menjadi unit paling dasar dari cara seseorang belajar. Itulah suatu perilaku kompleks sebagai hierarki dari kebiasaan.

Secara umum, kebiasaan adalah tindakan rutin yang dilakukan tanpa berpikir. Kebiasaan itu bisa dipelajari, ditiru, dan punya tujuan. Ada kebiasaan yang dibangun dengan cara mencoba untuk mendorong orang melakukan atau mencegah melakukan sesuatu. Kebiasaan selalu terjadi dalam konteks dan dipengaruhi imbalan dan hukuman. Beberapa kebiasaan dapat diperoleh tanpa sadar, sementara yang lain mungkin memerlukan pengingat, tekanan eksternal, atau suatu upaya sadar. Kekuatan suatu kebiasaan tergantung

pada konsekuensi yang dihasilkannya. Jika perilaku sering dihargai, dengan cepat bisa menjadi kebiasaan dan ada faktor-faktor lain yang berarti untuk memelihara kebiasaan. Kondisi terbalik cenderung dilakukan untuk mengurangi kekuatan kebiasaan, misalnya, dengan cara mengubah lingkungan, memperkecil, atau meniadakan isyarat dan manfaat, sehingga kebiasaan itu menjadi hilang.

Keamanan akses internet adalah bentuk perlindungan negara yang diberikan kepada generasi muda, yakni anak-anak, remaja belia, dan dewasa-muda terhadap beberapa hal, yakni, *pertama*, keamanan teknologis, seperti perlindungan atas serangan virus dan pencurian identitas; *Kedua*, gangguan kenyamanan; *Ketiga*, keamanan konten. Aspek keamanan dalam penelitian ini fokus terhadap konten kekerasan dan pornografi sebagai faktor dominan berbahaya bagi pengguna anak-anak, remaja belia, dan dewasa muda. Aspek kebijakan pemerintah atau institusi lokal sangat penting, selain persoalan perangkat keras dan lunak.

Cakupan perlindungan keamanan itu termasuk filter terhadap konten yang tak senonoh di lingkungan sekolah, keamanan berkirim *email*, *chat rooms*, pesan pendek, dan *hacking* (Schwabach, 2014, h. 34). Paduan dunia nyata dan virtual menjadikan pengguna usia muda sulit membedakan situasi, sehingga aspek keamanan menjadi semakin penting untuk diselidiki. Di Australia, penelitian Waite (2012, h. 7) menemukan bahwa peningkatan akses *online* oleh *Natives* digunakan untuk mempertahankan kontak dunia nyata melalui

dunia maya, artinya deviasi sosialitas dunia nyata dan *online* ternyata begitu kompleks.

METODE

Metode penelitian yang digunakan adalah deskriptif kuantitatif melalui survei. Penelitian ini menjelaskan perilaku kegiatan penggunaan media baru oleh Gen Digital yang meliputi motivasi, kebiasaan atau perilaku, dan keamanan akses media *online*. Penelitian deskriptif berupaya menggambarkan karakteristik sampel terkait fenomena, situasi, dan peristiwa yang diamati atau disurvei (Thyer, 2010, h. 120). Penelitian deskriptif menyangkut pula investigasi untuk menemukan penjelasan yang lebih baik melalui pengukuran variabel-variabel yang terdistribusikan guna menjawab pertanyaan-pertanyaan seperti “siapa, apa, kapan, di mana, dan bagaimana”, meskipun tidak ditujukan untuk mengukur pengaruh antarvariabel.

Kuesioner disusun berdasarkan operasionalisasi konsep motivasi, kebiasaan, dan keamanan akses internet. Pengukuran variabel motivasi dan perilaku remaja menggunakan *General Causality Orientations Scale* atau GCOS (Deci & Ryan, 1985, 2002). Skala ini menilai kekuatan tiga orientasi motivasi yang berbeda dalam diri individu, yakni otonomi, kendali, dan impersonal. Ketiganya merupakan aspek yang relatif melekat dalam kepribadian. *Pertama*, orientasi otonomi, yaitu sejauh mana seseorang berorientasi pada aspek lingkungan yang merangsang motivasi intrinsik, optimalisasi, dan umpan balik. *Kedua*, orientasi terkendali, yaitu sejauh

mana seseorang didorong oleh imbalan, tenggat waktu, struktur, keterlibatan ego, dan arahan orang lain. *Ketiga*, orientasi impersonal, yang menilai sejauh mana seseorang yakin untuk mencapai hasil yang diinginkan. Pengukuran variabel keamanan akses internet mencakup tiga subskala (Roddel, 2007, h. 45), yakni, *pertama*, keamanan teknologis, seperti virus dan pencurian identitas. *Kedua*, gangguan kenyamanan, seperti kemunculan iklan, aplikasi, dan privasi personal. *Ketiga*, keamanan konten yang mencakup pesan *cyberbullying*, konten porno dari predator, penipuan untuk mendapatkan uang (*phishing*), remaja akses ke laman orang dewasa, frekuensi monitor orangtua pada *Facebook* anak (berkenalan, berbicara, dan bertemu orang asing/radikal), serta pembajakan karya cipta dan pemberian data pribadi. Definisi *cyberbullying*, menurut pemerintah Inggris, adalah perilaku oleh individu atau kelompok yang selalu berulang atau dilakukan sepanjang waktu yang sengaja menyakiti individu atau kelompok lain, baik secara fisik maupun emosional (Katz, 2012, h. 20).

Lokasi penelitian ditentukan secara subjektif dengan pertimbangan bahwa Jakarta merepresentasikan kota besar (urban). Sementara itu kota-kota di sekelilingnya, yaitu Bogor, Depok, Tangerang, dan Bekasi, dipilih sebagai representasi suburban atau kota-kota berukuran sedang. Penetapan lokasi survei dilakukan secara kluster berdasarkan wilayah administratif. Sedangkan penentuan sekolah dan perguruan tinggi dilakukan dengan pertimbangan bahwa sekolah dan perguruan tinggi negeri/swasta tersebut terbaik di wilayah masing-masing. Teknik pengambilan sampel untuk responden dilakukan secara purposif dalam periode waktu tiga bulan berturut-turut.

Kuesioner diujicobakan dalam suatu *pre-test* terhadap 20 orang responden pada satu lokasi. Setelah satu minggu, responden yang sama ditemui kembali untuk dibagikan kuesioner yang sama. Data diinput dan diolah menggunakan SPSS versi 21 untuk menghitung *product moments*. Penghitungan tersebut menghasilkan $r = 0,86$, sehingga kuesioner dinyatakan layak untuk disebar. Jumlah sampel (n) penelitian ini sebesar 678 dengan rincian seperti tertera pada tabel 1.

Tabel 1 Jumlah Sampel Penelitian

Wilayah	Kelompok	Jumlah	Wilayah	Kelompok	Jumlah
Jaktim	Mahasiswa	35	Tangerang	Mahasiswa	35
	Pelajar	37		Pelajar	34
Jakpus	Mahasiswa	34	Bekasi	Mahasiswa	37
	Pelajar	42		Pelajar	32
Jaksel	Mahasiswa	46	Depok	Mahasiswa	48
	Pelajar	37		Pelajar	34
Jakut	Mahasiswa	33	Bogor	Mahasiswa	38
	Pelajar	36		Pelajar	35
Jakbar	Mahasiswa	45	Total Sampel	Mahasiswa	351
	Pelajar	40		Pelajar	327
Sumber: Data primer			JUMLAH		678

Jumlah sampel sebesar 678 responden terdiri dari 52% laki-laki dan 48% perempuan. Responden yang bersekolah di Jakarta sebesar 61,5% dan sisanya, 38,5%, di Bogor, Depok, Tangerang, dan Bekasi (Bodetabek). Namun demikian, asumsinya, Jabodetabek adalah megapolitan yang menyatu dengan wilayah lainnya. Berdasarkan usia atau status, maka 52% adalah mahasiswa dan sisanya 48% adalah pelajar SMA, masing-masing tanpa membedakan bangku kelas atau semesternya. Data primer yang diperoleh diolah dengan menggunakan perangkat lunak SPSS untuk menghitung angka relatif sebagaimana disajikan dalam masing-masing tabel hasil.

HASIL PENELITIAN

Hasil penelitian disajikan dalam beberapa tabel untuk masing-masing variabel motivasi, kebiasaan, dan keamanan. Penyajian hasil memperlihatkan pengolahan statistik berupa angka relatif untuk masing-masing indikator pengukuran.

Motivasi Penggunaan Internet

Rata-rata indikator motivasi memperlihatkan persentase tertinggi pada jawaban “selalu”. Beberapa indikator yang memiliki motivasi relatif kuat adalah “mengikuti tren gaya hidup”, “mengikuti pergaulan”, “selalu *update* dengan informasi”, “mengisi waktu luang”, “mengurangi sikap gugup”, “mengikuti

kegiatan sekolah/kampus”, dan “mengerjakan tugas sekolah/kampus”. Sedangkan tiga motivasi lainnya relatif rendah dalam diri responden, seperti “perlu menampilkan diri”, “ingin dikenal orang banyak”, dan “supaya terlihat peduli pada sekitarnya”. Perangkat digital telah menjadi bagian dari kehidupan sehari-hari dan bukanlah perangkat mewah dan mahal lagi. Setiap remaja menjadikannya sebagai bagian dari gaya hidupnya dan menjadi bagian perbincangan serta pergaulan dalam kelompok sebayanya (*peers group*).

Responden yang bersekolah/kuliah di wilayah sekitar Jakarta, yakni Bogor, Depok, Tangerang, dan Bekasi memperlihatkan motivasi yang tidak berbeda dengan responden di Jakarta. Sebagaimana pelajar-mahasiswa di Jakarta, pelajar-mahasiswa di keempat kota ini menunjukkan motivasi yang kuat, kecuali tiga indikator terakhir, yaitu “perlu menampilkan diri”, “ingin dikenal orang banyak”, dan “supaya terlihat peduli pada sekitarnya” yang cenderung kurang dalam diri responden. Data ini memperlihatkan adanya kecenderungan yang sama mengenai motivasi responden di Jakarta dan kota-kota di sekelilingnya. Temuan ini menunjukkan bahwa adopsi teknologi telah menyebar luas dalam skop geografis dan meniadakan sekat urban dan suburban.

Tabel 1 Motivasi Penggunaan Media *Online* (%) di Wilayah Jabodetabek-1

Motivasi	Jaktim			Jakpus			Jaksel			Jakut			Jakbar		
	Htp	Bbr	Sll	Htp	Bbr	Sll	Htp	Bbr	Sll	Htp	Bbr	Sll	Htp	Bbr	Sll
Mengikuti tren gaya hidup	8	11	81	2	21	77	7	31	62	7	21	72	9	12	79
Mengikuti pergaulan	5	32	63	29	13	58	5	21	74	4	27	69	6	16	78
Selalu update dengan informasi	5	15	80	5	11	84	6	32	62	7	24	69	4	9	87
Mengisi waktu luang	7	15	78	4	29	67	4	19	77	6	14	80	10	21	69

Mengurangi sikap gugup	9	23	68	9	19	72	14	21	65	6	19	75	8	13	79
Mengikuti kegiatan sekolah/ kampus	5	41	54	10	31	59	8	27	65	9	32	59	18	11	71
Mengerjakan tugas sekolah/ kampus	4	5	91	3	9	88	4	19	77	2	11	87	6	9	85
Perlu menampilkan diri	8	46	46	17	27	56	21	30	49	36	9	55	22	21	57
Ingin dikenal orang banyak	9	75	16	20	69	11	36	53	12	44	44	12	39	52	9
Supaya terlihat peduli sekitarnya	11	58	31	25	54	21	28	47	25	15	76	9	21	69	10

Sumber: Data primer

Keterangan: Htp = Hampir tidak pernah; Bbr = Beberapa kali; Sll = Selalu

Tabel 2 Motivasi Penggunaan Media *Online* (%) di Wilayah Jabodetabek-2

Motivasi	Tangerang			Bekasi			Depok			Bogor		
	Htp	Bbr	Sll	Htp	Bbr	Sll	Htp	Bbr	Sll	Htp	Bbr	Sll
Mengikuti tren gaya hidup	10	19	71	19	12	69	10	21	69	3	21	76
Mengikuti pergaulan	8	23	69	24	18	58	10	15	75	20	9	71
Selalu update dengan informasi	12	21	67	17	11	72	19	11	70	18	13	69
Mengisi waktu luang	6	13	81	11	9	80	14	7	79	13	7	80
Mengurangi sikap gugup	9	14	77	12	23	65	10	9	81	14	21	65
Mengontrol kegiatan sekolah/ kampus	28	16	56	10	21	69	15	10	75	13	11	76
Mengurus tugas sekolah/ kampus	14	19	67	6	19	75	11	11	78	17	11	72
Perlu menampilkan diri	24	21	55	13	11	76	13	19	68	23	10	67
Ingin dikenal orang banyak	39	14	47	41	21	38	3	27	70	36	19	45
Supaya terlihat peduli pada sekitarnya	46	11	43	48	9	43	18	37	45	40	21	39

Sumber: Data primer

Keterangan: Htp = Hampir tidak pernah; Bbr = Beberapa kali; Sll = Selalu

Kebiasaan/Perilaku Penggunaan Internet

Beberapa indikator dalam variabel kebiasaan memperlihatkan kecenderungan yang kuat, yaitu responden selalu “menggunakan *Facebook*”, “menggunakan *Twitter*”, “menggunakan *You Tube*”, “*chatting*”, “menggunakan *email*”, “mengunduh musik/ video”, “mencari referensi tugas akademis”, dan “bermain *online games*”. Di samping itu, sebagian pelajar/mahasiswa didapati beberapa kali saja menggunakan *email*, seperti di Jakarta Timur dan Jakarta Pusat. Beberapa kebiasaan yang cenderung kurang atau hampir tidak pernah dilakukan, antara lain “membuat dan menulis *blog*” dan “menjalin pertemanan baru”. Bagi remaja, mungkin penulisan *blog* membutuhkan ketekunan lebih serius dan

pengguna lebih menyukai bentuk hiburan *online* yang lain. Beragam jenis media sosial silih berganti menjadi favorit pengguna. Pada saat penelitian ini dilakukan, media sosial seperti *Twitter*, *Instagram*, *WhatsApp*, dan *Line* sedang menjadi favorit pengguna muda setelah *Facebook* yang sudah kokoh posisinya.

Kegiatan remaja pelajar-mahasiswa di Bodetabek memperlihatkan kecenderungan yang sama dengan Jakarta. Kegiatan utama terlihat, seperti “menggunakan *Facebook*”, “menggunakan *Twitter*”, “menggunakan *You Tube*”, “*chatting*”, dan “menggunakan *email*”. Di keempat kota ini, pelajar dan mahasiswa lebih sering menggunakan *email* dibandingkan Jakarta Timur dan Jakarta

Pusat. Responden cenderung beberapa kali saja “mengunduh musik/video” di Tangerang, Bekasi, dan Depok. Kegiatan yang cenderung tidak pernah dilakukan adalah “mencari informasi berita” karena responden tidak

menempatkan berita dalam posisi penting di keseharian mereka, kecuali hiburan dan permainan. Kepentingan terhadap berita cenderung tidak dimiliki oleh para pengguna remaja atau partisipan muda.

Tabel 3 Kebiasaan/Perilaku *Online* (%) di Wilayah Jabodetabek-1

Motivasi	Jaktim			Jakpus			Jaksel			Jakut			Jakbar		
	Htp	Bbr	Sll	Htp	Bbr	Sll	Htp	Bbr	Sll	Htp	Bbr	Sll	Htp	Bbr	Sll
Menggunakan <i>Facebook</i>	2	18	80	5	16	79	2	8	90	3	30	67	9	9	82
Menggunakan <i>Twitter</i>	12	21	67	20	13	67	24	11	65	3	42	55	10	13	77
Menggunakan <i>YouTube</i>	12	23	65	20	22	58	18	37	45	8	21	71	13	9	78
Chatting	6	9	85	14	21	65	8	9	83	16	9	75	14	11	75
Menggunakan <i>email</i>	4	51	45	18	37	45	15	18	67	11	21	68	15	16	69
Mengunduh Musik/Video	10	23	67	20	43	37	17	46	37	19	16	65	6	29	65
Mencari informasi/berita	12	57	31	46	43	11	65	10	25	9	9	62	19	21	60
Mencari referensi tugas akademis	9	25	66	14	21	65	10	11	79	9	21	60	15	12	73
Menjalin kekerabatan	15	53	32	33	46	21	55	28	17	27	14	59	30	36	34
Bermain <i>games online</i>	18	11	71	3	78	19	22	17	61	33	12	55	21	10	69
Menjalin pertemanan baru	27	32	41	34	57	9	64	27	9	27	46	27	29	50	21
Membuat dan menulis <i>Blog</i>	37	45	37	39	53	8	44	45	11	30	39	31	37	53	10

Sumber: Data primer

Keterangan: Htp = Hampir tidak pernah; Bbr = Beberapa kali; Sll = Selalu

Tabel 4 Kebiasaan/Perilaku *Online* (%) di Wilayah Jabodetabek-2

Perilaku/Aktivitas	Tangerang			Bekasi			Depok			Bogor		
	Htp	Bbr	Sll	Htp	Bbr	Sll	Htp	Bbr	Sll	Htp	Bbr	Sll
Menggunakan <i>Facebook</i>	10	7	83	13	11	76	0	5	95	1	10	89
Menggunakan <i>Twitter</i>	28	13	59	36	28	36	16	11	73	13	9	78
Menggunakan <i>YouTube</i>	13	12	75	20	21	59	0	9	91	10	22	68
Chatting	20	26	54	51	12	37	4	17	79	10	19	71
Menggunakan <i>e-Mail</i>	8	27	65	2	21	77	1	12	87	4	9	87
Mengunduh Musik/Video	30	33	37	24	37	39	8	34	58	12	29	59
Mencari informasi/berita	42	37	21	64	17	19	30	21	49	38	43	19
Mencari referensi tugas akademis	7	14	79	7	15	78	5	8	87	9	9	82
Menjalin kekerabatan	60	29	11	65	14	21	27	46	27	53	38	9
Bermain <i>games online</i>	39	14	47	31	11	58	15	9	76	20	11	69
Menjalin pertemanan baru	48	43	9	57	32	11	42	27	31	50	39	11
Membuat dan menulis <i>Blog</i>	56	37	7	64	27	9	51	11	38	45	42	13

Sumber: Data primer

Keterangan: Htp = Hampir tidak pernah; Bbr = Beberapa kali; Sll = Selalu

Keamanan Akses Internet

Variabel keamanan akses internet lebih bervariasi pada sebaran responden di wilayah Jakarta dan empat kota di sekelilingnya. Jakarta Barat dan empat kota lainnya memiliki risiko keamanan akses internet relatif rendah. Sementara di wilayah lainnya beragam. Beberapa indikator seperti “menerima kiriman iklan tanpa izin” dan “menghindari tayangan iklan *online*” cenderung selalu dilakukan

responden. Artinya, ada gangguan ketidaknyamanan, tetapi pengguna semakin lama terbiasa terinterupsi ketika menerima beragam pesan komersial yang datang silih berganti setiap saat. Pengguna sering kali mendapati akunnya sudah menjadi *follower* dari akun komersial atau akun pengguna pribadi yang mengunggah iklan *online*. Sebagian pengguna melakukan *remove* terhadap gambar yang tidak sesuai dengan kehendaknya.

Tabel 5 Keamanan Akses *Online* (%) di Wilayah Jabodetabek-1

Motivasi	Jaktim			Jakpus			Jaksel			Jakut			Jakbar		
	Htp	Bbr	Sll	Htp	Bbr	Sll	Htp	Bbr	Sll	Htp	Bbr	Sll	Htp	Bbr	Sll
Mengalami gangguan virus	20	41	39	53	28	19	42	37	21	73	21	6	65	21	14
Akun media sosial dibajak orang	70	18	12	80	11	9	74	18	8	87	11	2	74	22	4
Iklan muncul tanpa izin	4	27	69	34	51	15	22	63	15	22	65	13	48	43	9
Menghindari iklan <i>online</i>	3	22	75	35	11	54	51	38	11	34	52	14	58	31	11
Dilecehkan secara verbal oleh orang lain	42	11	47	75	18	7	65	29	6	86	11	3	81	16	3
Menerima gambar porno	13	15	72	46	29	25	56	37	7	56	37	7	85	12	3
Mengirim gambar sensual/porno	56	17	27	79	11	10	76	14	10	78	21	1	78	17	5
Menerima sms tak dikenal yang meminta uang/pulsa	10	19	71	6	25	69	66	21	13	31	48	21	40	39	21
Mengklik situs pornografi	20	11	69	43	28	29	45	39	16	63	29	8	47	36	17
Kontak dengan orang asing yang tidak sopan	55	37	8	88	9	3	89	9	2	82	15	2	85	13	2

Sumber: Data primer

Keterangan: Htp = Hampir tidak pernah; Bbr = Beberapa kali; Sll = Selalu

Tabel 6 Keamanan Akses *Online* (%) di Wilayah Jabodetabek-2

Keamanan akses	Jakbar			Tangerang			Bekasi			Depok-Bogor		
	Htp	Bbr	Sll	Htp	Bbr	Sll	Htp	Bbr	Sll	Htp	Bbr	Sll
Mengalami gangguan virus	44	29	27	59	12	29	43	24	33	48	31	21
Akun media sosial dibajak orang	91	7	2	80	10	10	80	18	2	86	6	8
Iklan muncul tanpa izin	19	29	52	47	28	25	59	22	19	58	19	23
Menghindari iklan <i>online</i>	27	25	48	43	22	35	47	30	23	68	21	11
Dilecehkan secara verbal oleh orang lain	90	7	3	78	15	7	88	11	1	85	8	7
Menerima gambar porno	68	27	5	57	29	14	44	29	27	62	15	23
Mengirim gambar sensual kepada pengguna lain	87	11	2	81	11	8	89	8	3	57	22	21

Menerima email/sms yang meminta uang/pulsa	54	19	27	38	34	28	48	20	32	62	14	24
Mengklik situs-situs khusus untuk orang dewasa	43	29	28	40	38	22	42	32	26	49	30	21
Kontak dengan orang asing yang tidak sopan	81	17	2	88	9	3	88	10	2	80	13	7

Sumber: Data primer

Keterangan: Htp = Hampir tidak pernah; Bbr = Beberapa kali; Sll = Selalu

Beberapa indikator keamanan akses internet yang muncul di sebagian lokasi, yakni responden selalu “mengalami pelecehan secara verbal dari pengguna lain”, “menerima gambar porno”, “mendapatkan kiriman *email* atau *sms* tak dikenal yang meminta uang/pulsa”, dan “mengklik situs-situs pornografi”. Sebagian responden menjadi sasaran atau pelaku kekerasan (*bullying*). Sementara itu, “gangguan virus dari internet” dan “akun media sosial dibajak orang” masih terjadi. Partisipan cenderung suka saling berbagi gambar porno. Ketika seorang pengguna menerima gambar dan pesan porno itu dengan segera tersebar ke mana-mana. Satu hal yang bisa mengancam keamanan remaja adalah “kontak dengan orang asing yang belum dikenal sebelumnya” yang berisiko bagi keselamatan fisik dan psikis partisipan remaja.

PEMBAHASAN

Kajian mengenai faktor-faktor intrinsik dalam diri pengguna media *online* terutama di kalangan remaja sangat penting sebab generasi muda adalah pemilik masa depan, sehingga motivasi pengguna ke arah pengembangan kepribadian generasi yang bertanggungjawab harus dibangun. Selain motivasi, kebiasaan juga penting untuk dipahami. Demikian pula dengan faktor

keamanan para pengguna. Sebagai remaja, para pengguna seharusnya memperoleh pemahaman mendasar dan penting bagi keamanan berselancar di internet. Ketiga faktor tersebut merupakan inti hasil penelitian yang telah dipaparkan di atas.

Karakter Generasi Digital dibentuk sejak lahir dan tumbuh menjadi kanak-kanak. Mereka bermain dengan hampir semua perangkat digital, termasuk tablet dan ponsel cerdas. Perilaku yang tak terpisahkan dengan perangkat digital itulah yang membangun identitasnya sebagai ‘pribumi’ atau *Natives*. Rodi, Spangler, Kohun & DeLorenzo (2014, h. 207) menganalisis perilaku *Gen Net* yang begitu terampil melakukan pencarian di *Google*. Penggunaan mesin pencari telah jadi kewajiban untuk menemukan jawaban bagi segala hal. Kemampuan mencari, mengumpulkan, dan menyeleksi pengetahuan dan informasi telah menciptakan cara-cara belajar baru. Lima kebiasaan *Gen Net*, yakni, *pertama*, pribumi digital tidak suka buku digital. *Kedua*, jurnal digital lebih disukai daripada tulisan analog. *Ketiga*, informasi analog tidak dapat diterima. *Keempat*, kepuasan instan adalah kunci untuk menghindari frustrasi dan kecemasan. *Kelima*, pribumi digital tidak memiliki kemampuan untuk menggunakan perangkat lunak produktif

dan perangkat pencarian sederhana. Generasi yang serius sebagai pencipta ada di atasnya.

Setiap generasi memiliki karakter yang cenderung homogen. Gen Y dan Gen Z menonjol dalam keterampilan dan preferensinya menggunakan teknologi. Kecakapan mengoperasikan perangkat digital itu ditelisik Kennedy, Judd, Dalgarn & Waycott (2010, h. 332) dan berhasil mengelompokkan empat jenis pengguna teknologi, yakni *power users*, *ordinary users*, *irregular users*, dan *basic users*. Kelompok-kelompok tersebut tidak ada hubungannya dengan disiplin ilmu, status sosial ekonomi, atau daerah tempat tinggal.

Hal yang relatif sama ditemukan pada penelitian ini. Analogi ini juga tercermin pada perilaku yang relatif tidak berbeda antara urban dengan suburban di wilayah Indonesia yang terjangkau sinyal operator. Sebagai *Natives*, partisipan muda remaja tidak disangsikan lagi keterampilan jemari dan kecepatan otaknya untuk menggunakan perangkat digital yang seolah-olah sudah menyatu. Cara-cara berinteraksi, kecepatan gerak tubuh saat menggunakan, serta ekspresinya lebih kuat dan menyatu pada diri Gen Y dan Gen Z dibandingkan dengan generasi lebih tua yang disebut imigran. Hidayat (2014) menjelaskan bahwa beberapa generasi yang lebih tua juga terampil menggunakan media baru dan mengikuti perkembangan teknologi, meskipun masih memadukannya dengan media lama.

Motivasi kuat dan tingkat kohesivitas tinggi sebagai satu lapis generasi membuat

Gen *Net* secara sadar atau tidak sedang membangun kekuatan (*power*) generasi mereka sendiri secara lintas-komunitas, budaya, dan bangsa. Komunitas itu menjadi padu secara psikis, walaupun, secara fisik tempatnya terpecah di seluruh dunia. Bahkan, Herther (2009, h. 17) menekankan bahwa anak-anak muda *millennials* aktif mengubah teknologi atau menggunakannya secara unik untuk mengubah dunia. *Natives* memiliki motivasi tinggi untuk menavigasi dunia.

Pelajar-mahasiswa memanfaatkan media *online* untuk “mengerjakan tugas akademik”, seperti menyusun paper dan penelitian. Motivasi ini mendorong semangat Gen *Net* secara formal pendidikan dalam kelas di sekolah dan kampus. Seiring dengan itu, sekolah sedang mengalami perubahan infrastruktur dan suprastruktur untuk menyesuaikan lingkungan teknologi media baru. Watson & Pecchioni (2011, h. 307) memberikan penekanan pada teknik pembelajaran multimodal agar menjadi lebih luas. Namun, wacana sekitar pedagogis membutuhkan desain rumit karena teknologi pengajaran terus meningkat dan tuntutan kurikulum yang juga berkembang. Pada sisi lain, pendidik dihadapkan pada tantangan unik ketika bereksperimen dengan cara-cara terbaik untuk menghasilkan pengalaman kelas digital.

Motivasi untuk memperoleh informasi dan pengetahuan merupakan alasan utama bagi para pelajar dan mahasiswa memanfaatkan media baru. Sesuai fungsinya, media baru harus memperkuat

peranannya sebagai medium pembelajaran, baik di kelas, rumah, dan pergaulan dunia pendidikan remaja. Penelitian yang dilakukan *Pew Research* (Baumann, 2010) melaporkan bahwa cara *millennials* saling berbagi informasi berbeda dengan generasi manapun sebelumnya. Tetapi perbedaan besar itu termasuk perubahan budaya atau sebetulnya produk yang masih muda dan naif. Remaja juga merasa “perlu menampilkan diri”, merasa diakui keberadaannya di antara teman sebayanya. *Pew Research* menemukan hal serupa dan memprediksi bahwa *Gen Net* akan terus memublikasikan informasi pribadi secara *online*, bahkan ketika mereka kelak beranjak dewasa hingga tua dan memiliki lebih banyak tanggung jawab.

Remaja belia (*teens*) memiliki lingkungan virtual tak terpisahkan dan hal itu terkait dengan literasi informasi (dan tentu saja hiburan). Lingkungan virtual, menurut Behesti (2012, h. 54), dapat memberikan kendaraan alternatif bagi literasi informasi dan kesenangan remaja karena orang-orang muda itu seolah-olah ditakdirkan untuk selalu bersama perangkat digital dan dapat menavigasi lingkungannya. Chun-Yao, Yung-Cheng, I-Ping & Chen-Shun (2007, h. 1987) mengambil sudut pandang lebih luas daripada sekadar “pencarian informasi” *online* dan mengusulkan istilah “perilaku informasi *online*” bagi semua jenis perilaku itu.

Keberadaan “kelas baru” dengan media baru ini juga harus didukung oleh perpustakaan. Pustakawan di pelbagai negeri maju mungkin telah memerhatikan

bahwa anak-anak muda itu tidak lagi seperti para orang tua mereka yang mengunjungi perpustakaan untuk memeriksa bahan. Namun, *Gen Net*, menurut Griffin (2013, h. 8), lebih cenderung menggunakan perpustakaan sebagai sarana ruang fisik semata untuk kegiatan hiburan, sembari menghabiskan waktu belajar, bergaul, atau berselancar *online*. Tetapi, sekali lagi, guru dan dosen, lapis generasi seusia orang tuanya, dengan intervensi kuat menekankan agar *Gen Net* menggunakan bahan cetak di samping digital *online*.

Apa yang terjadi? Menurut laporan Internet & American Life Project dan Pew Research Center yang berjudul “Anak Muda Amerika: Kebiasaan di Perpustakaan dan Harapan”, ditemukan banyaknya pengunjung usia muda dengan perilaku penggunaan media campuran antara layanan perpustakaan tradisional dan teknologi. *Gen Net* (usia 16-29 tahun), dalam satu tahun terakhir, lebih banyak membaca buku cetak dipadukan dengan digital dibandingkan orang dewasa usia 30 tahun ke atas. Pemandangan yang relatif sama juga terjadi di berbagai perpustakaan kampus modern atau yang dimiliki kota saat ini, yaitu orang-orang dalam kelompok usia 16-29 tahun hampir semua *online* menggunakan komputer perpustakaan, internet, atau *wi-fi* publik. Sementara itu, pengunjung yang lebih tua (lebih dari 30 tahun) jumlahnya relatif lebih kecil. Demikian juga persentase yang terhubung ke situs perpustakaan dan ke *database* penelitian, jumlah akses kaum muda relatif lebih besar. Besarnya angka ini

kemungkinan berasal dari tuntutan sekolah atau tempat bekerja, namun kemungkinan bisa juga terletak pada preferensi pribadi *Gen Net*.

Temuan penelitian ini menunjukkan bahwa generasi lebih tua (*Immigrants*) harus membekali diri dan dibekali untuk mengejar pertumbuhan kemampuan *Natives*. Simpson (2007, h. 6) menyebut para guru/dosen, pengambil kebijakan institusi, dan pustakawan harus diperkuat pengetahuan dan keterampilannya menggunakan media baru. Jadi, konsep *Digital Natives* dan *Immigrants* secara praktis memang harus melebur karena peran *Immigrants* sebagai mentor. Bennet & Maton (2010, h. 321) menyarankan agar lapisan pengguna terus bergerak melampaui perdebatan *Natives* yang dapat memungkinkan *Immigrants* mampu memberikan pendidikan yang layak bagi orang-orang muda.

Intervensi lapis generasi yang lebih tua terhadap *Gen Net* dan *Gen Z* tak terhindarkan karena para guru/dosen dan orang tua turut menentukan kegiatan generasi muda. Ketika kebijakan di sekolah, misalnya, mewajibkan murid dan mahasiswa untuk memberikan waktu pada penggunaan media lama dan mengurangi interaksi secara *online*, maka struktur penggunaan waktu kedua generasi termuda itu juga segera berubah. Semula, kerisauan ini berasal dari kekhawatiran terhadap kebergantungan yang semakin akut terhadap perangkat digital pada anak remaja dan kaum muda.

Secara kreatif, institusi pendidikan mencoba mengimbangi akses ragam jenis

media, misalnya, murid dan mahasiswa diharuskan berhenti menggunakan semua media modern pada hari tertentu. Pilihannya, mereka diharuskan membaca buku-buku dan majalah cetak, tetapi berhenti menggunakan media elektronik atau digital. Mereka tidak boleh memegang *iPhone*, tidak mengakses *Facebook*, tidak ada *chatting*, dan pesan pendek. Demikian juga, hari itu, tidak ada komputer, televisi, atau radio. Seluruh waktu diperuntukkan membaca buku, majalah, dan koran cetak. Silver (2012, h. 137), misalnya, mencatat pengamatannya yang mengejutkan dari refleksi pelajar itu. Kebergantungan yang sangat akut, dan sulit dilakukan pada awalnya, berangsur-angsur jadi kebiasaan, meskipun khusus dilakukan dalam sehari.

Gen Y dan *Gen Z* dikenal juga sebagai *Generasi Google*. Begitu berpengaruhnya mesin pencari itu, hingga konsep perpustakaan secara tradisional menghilang dalam perbendaharaan orang muda. De Groote, Shultz & Bleicic (2014, h. 175) menjelaskan bahwa *Google* dan mesin pencari lainnya berpengaruh kuat dalam perilaku *online*. Persaingan antar-mesin pencari pun memicu inovasi yang kian memudahkan pengguna dan menjadi alasan *Google* untuk memberi *iming-iming*: “Sebuah perpustakaan” yang menawarkan fitur satu-kotak pencarian, termasuk *Google Scholar*, dan perubahan model publikasi serta diseminasi hasil riset ilmiah.

Kelemahan formalitas pengajaran di kelas adalah model transformasi yang barangkali membosankan bagi *Gen Net*. Kebiasaan *millennials* memanfaatkan

media *online* lebih sebagai sarana hiburan dibandingkan sebagai medium pembelajaran atau informasi. Itulah motivasi utama *Digital Natives*, yakni generasi yang merasa menggembirakan diri dalam multiperan sebagai editor, sutradara, dan aktor dalam karya hiburan yang dibagikan ke semua orang. Kehidupan Gen *Net* identik dengan dunia hiburan digital (Hull, 2011, h. 7). Demikian rutinitas kehidupan dari menit ke menit secara *online* dan dalam dunia nyata, dua dunia yang nyaris tanpa beda.

Pada pertengahan dekade kedua *millennium* sekarang, pelajar sekolah menengah atas dan mahasiswa merupakan dua lapis generasi pemilik zaman. Karakter independensi dalam diri *millennials* sangat menentukan pola dan motivasi penggunaan ponsel cerdas dan tablet *online*, dan selalu bergerak. Bahkan, jika tanpa intervensi para guru dan dosen -kelompok generasi yang lebih tua dan konservatif-, anak-anak muda itu mengisi seluruh waktunya dengan hiburan semata.

Memang kritik telah banyak dilontarkan terhadap pandangan yang membedakan karakteristik antargenerasi pengguna media, yaitu *Digital Natives* versus *Digital Immigrants*. Meskipun dalam peran sebagai guru atau dosen, Gen *X* atau *Baby Boomers*, dalam beberapa penelitian lain, menunjukkan bahwa tidak signifikan secara statistik atas perbedaan kompetensi Teknologi, Informasi, dan Komunikasi (TIK) antara kelompok usia berbeda, baik untuk praprogram atau pascaprogram. Guo, Dobson & Petrina (2008, h. 235) yang melakukan observasi kelompok sejak

tahun 2003 di lingkungan pendidikan di Kanada dan Amerika Serikat mendukung temuan ini, yaitu kesenjangan digital yang diperkirakan ada antara pengguna “asli” dan “imigran” itu dapat menyesatkan, tetapi variasi itu lebih kepada keragaman dan nuansa kompetensi TIK para pengguna.

Motivasi penggunaan media audio-video dalam situs jejaring sosial *YouTube* juga tidak lepas dari proses pembelajaran orang muda. Baik dengan pendekatan kuantitatif maupun kualitatif, keduanya membuktikan hal itu. Menurut Jackman & Roberts (2014, h. 273), *YouTube* sangat menunjang pemaparan materi di kelas dan luar kelas. Video *YouTube* digunakan sebagai suplemen pembelajaran kelas, terutama ketika mengajar para *Digital Natives*.

Salah satu implikasi manajerial dari hasil penelitian ini adalah perubahan iklim dan pola pembelajaran formal dan informal. Sebab, dalam lingkungan digital saat ini, di mana pencarian *online* sederhana dapat memunculkan informasi lebih dari yang pernah ditemukan di ruang kelas fisik, pendidik harus menghadapi sifat perangkat yang ‘saling selalu hadir’ dengan mengubah cara mengajar. Model kuliah tradisional didaktik dari podium masih diperlukan sebelum siswa harus melengkapi kegiatan kolaboratif. Di sini, peserta didik belajar kegiatan pencarian, riset, menyaring (*filter*), dan memilih untuk dapat menciptakan pembelajaran mereka sendiri. Avery (2013, h. 8) menyarankan pendidik harus memberikan kesempatan bagi mereka untuk memperoleh keterampilan “di jalan” (*on-ramp*) dalam konteks subjek tertutup

dan memastikan praktik penilaian sebagai kesempatan untuk menunjukkan prestasi individu.

Temuan penelitian ini juga memerlihatkan pentingnya bentuk-bentuk komunikasi visual bagi Gen *Net*, terutama peranan animasi, gambar, dan komik. Partisipan remaja menghabiskan banyak waktu untuk “bermain *online game*”. Terlebih lagi, penggunaan *game* telah melebur dari manfaat hiburan ke pembelajaran formal. Selain menarik, *game* komputer memotivasi secara kuat potensi eksplorasi dan imajinasi siswa, menyatukan rekreasi ke didaktik yang melibatkan investigasi, refleksi, dan pembelajaran. Penggunaan *game* komputer merupakan hal istimewa dibandingkan dengan objek pembelajaran konvensional. Menggunakan *game* dalam konteks pembelajaran terbukti efisien dalam berbagai aspek. Beragam jenis pengetahuan memerlukan cara berbeda dalam perancangan dan pengembangan teknologi pendidikan. Silveira, de Araujo, da Veiga & Bezerra (2011, h. 77), membuktikan bahwa *game* menjadi sumber digital potensial yang efektif untuk belajar. Demikian juga Voss (2013, h. 1375), menemukan keterkaitan orang-orang muda yang inovatif bermain dalam pembelajaran aktif. Wadah itu akan mengeksplorasi motivasi, hubungan, tempat, faktor emosional, dan sosiologis bermain dalam kehidupan mereka sendiri.

Zhong, Fan & Yang (2014, h. 62) secara spesifik juga mengamati perilaku pengguna beragam jenis media sosial yang berbeda-beda, bahkan tumpang tindih. Namun, semuanya bisa dipandang

sebagai *bridge* (jembatan) dalam jaringan. Kesempatan berbagi pengetahuan dalam jaringan berbeda kian meluas. Anggota jaringan bisa memperoleh informasi tanpa harus menjadi anggota jaringan lain karena peran jembatan. “Kami mengamati bahwa banyak orang menjadi anggota beberapa jaringan sosial dalam waktu bersamaan, seperti *Facebook*, *Twitter*, dan *Tencent QQ*, tapi yang penting, perilaku dan kepentingan dalam jaringan berbeda itu memengaruhi pengguna satu dengan lainnya”.

Secara lebih luas, tidak terbatas pada perilaku konsumen media, perbedaan generasi telah memengaruhi cara berbisnis. Sebuah perubahan dahsyat ibarat tersapu gelombang tektonik. Manafy & Gautschi (2011), dalam *Dancing with Digital Natives*, mengungkapkan bahwa “... kita terhubung ke *Natives* dan harus memanfaatkan generasi ini seperti kita mendidik dan bekerja dengan mereka sebagai kekuatan konsumen dominan”. Kolaborasi dengan generasi pemilik zaman tak terhindarkan lagi. Kedua penulis itu menambahkan, “Harus dipahami perjalanan seumur hidup mereka ditemani warna teknologi digital pada setiap aspek perilakunya. Oleh karena itu, efektivitasnya dapat dimaksimalkan di tempat kerja dan memahami perilaku pembelian Gen *Net*”.

Perilaku *online* konsumen juga diperkuat Sang & Liqiang (2010, h. 1) yang menemukan empat dimensi penting, yakni konsentrasi, kenikmatan, distorsi waktu, dan telepresensi. Keberhasilan bisnis dari sisi penawaran kepada permintaan menuntut keterampilan dan kecakapan

penggunaan perangkat digital. Sementara Chau, Cole, Massey, Montoya-Weiss & O'Keefe (2002, h. 143) menyarankan penyetaraan antara produsen ke konsumen.

Perilaku pengguna media sosial, terutama *Twitter* dan *Facebook*, yang saling memberi respons akan cenderung lebih ramai jika isu-isu itu melibatkan unsur emosional dalam pesannya. Artinya, unsur emosi dan difusi informasi mencetuskan dan membesarkan sentimen para partisipan, termasuk, misalnya dalam konteks komunikasi politik. Stieglitz & Dang-Xuan (2013, h. 217) memaparkan adanya hubungan antara emosi dan difusi informasi dalam pengaturan media sosial. Ditemukan bahwa pesan *Twitter* yang emosional cenderung mengalami *retweeted* lebih sering dan lebih cepat dibandingkan dengan yang netral. Sentimen yang terjadi di konten media sosial terkait dengan perilaku berbagi informasi antarpartisipan.

Salah satu aspek keamanan akses *online* bagi remaja belia (atau siapa saja) adalah masalah kepercayaan atau ketidakpercayaan dengan orang (asing) lainnya. Fakta dalam temuan penelitian ini memperlihatkan bahwa kebanyakan remaja responden cenderung mengabaikan hal ini (lalai). Dunia virtual layaknya kehidupan nyata sehari-hari, ada banyak orang berinteraksi dan membuat siapa saja tidak khawatir dengan orang lain secara virtual karena situasi keamanan di Indonesia relatif tenteram dan damai. Para remaja berinteraksi dengan orang asing yang berisiko. Tapi, umumnya, kalangan terpelajar lebih waspada dan kritis berhadapan dengan orang baru. Meskipun demikian, remaja belia

harus memperoleh perlindungan keamanan secara fisik, termasuk dalam konteks keamanan berbisnis *online*.

Yong-Sheng & Shyh-Rong (2013, h. 149), dalam persoalan ekonomi *online* ini, menemukan bahwa secara keseluruhan karakteristik situs dan perbedaan segmen konsumen yang ditarget memengaruhi kepercayaan dan ketidakpercayaan *online*. Kepercayaan *online* menimbulkan perilaku berbeda dibanding ketidakpercayaan *online*. Tidak seperti pengguna yang pendidikannya relatif rendah, misalnya kasus tenaga kerja Indonesia di negeri sahabat, yang bisa dengan mudah ditipu oleh orang yang baru dikenal melalui media sosial, para pelajar dan mahasiswa jauh lebih terdidik. Namun, tahapan pertumbuhan mental dan pengalaman yang kurang bagi remaja belia sangat mungkin diintai oleh risiko keamanan akses internet Gen *Net* dan Gen *Z*.

Kekerasan verbal (*cyberbullying*) dan konten pornografi adalah jenis ketidaknyamanan akses internet yang paling banyak dialami anak-anak remaja belia dan dewasa-muda. Periode ini adalah masa-masa kritis bagi pengguna media *online*. Menurut Lin & Thornburgh (2002, h. 116), usia itu, dari segi kognitif, belum berkembang dengan baik sebagaimana orang dewasa, sehingga kemampuan mengambil keputusan yang benar untuk melindungi diri terhadap terpaan dan retensi kekerasan *online* belum kokoh. Usia remaja belia (13-15 tahun) dan remaja-dewasa muda (16-20 tahun) merupakan masa pertumbuhan pubertas dan seksualitas. Kedua lapis generasi ini membutuhkan informasi yang ekstensif,

luas, dan mendalam mengenai risiko-risiko seks pranikah dan bentuk-bentuk kekerasan lain yang terpapar di media *online*.

SIMPULAN

Pengguna media baru dikelompokkan berdasarkan generasi guna menjelaskan keterikatan identitas dan karakter orang muda sebagai pemilik suatu era. Generasi sangat terkait dengan perkembangan teknologi yang menyertai zaman itu dan kelompok usia muda adalah pemilik sah suatu zaman. Penelitian ini telah memaparkan interaksi komunikasi Gen Y dan Gen Z menggunakan media digital *online*. Kedua lapis generasi ini memiliki motivasi, kebiasaan, dan aspek keamanan akses internet yang dieksplorasi dari survei.

Motivasi Gen Y dan Gen Z menggunakan media *online* memperlihatkan rata-rata persentase tinggi bahwa digital adalah perangkat yang melekat di tubuh untuk mengikuti tren gaya hidup, pergaulan, upaya untuk selalu *update*, medium yang membantu kelancaran studi, serta dibutuhkan untuk pengakuan keberadaan dalam kelompok sebaya dan lingkungannya.

Kebiasaan atau perilaku Gen Y dan Gen Z sebagai pengguna media digital *online* ditunjukkan dengan kecenderungan yang kuat. Remaja pelajar-mahasiswa menggunakan media sosial seperti *Facebook*, *Twitter*, *YouTube*, dan mesin pencari *Google* untuk berinteraksi, mencari informasi, *chatting*, saling berkiriman *email*, mengunduh musik/video, mencari referensi tugas akademis, serta bermain *online games*.

Keamanan akses internet mencakup aspek legalitas perangkat lunak dan keras, terutama virus internet, pencurian identitas, dan gangguan kenyamanan. Keamanan konten sangat penting karena berpengaruh bagi psikis remaja, seperti rata-rata anak muda yang mengalami pelecehan secara verbal dan nonverbal dari pengguna lain, serta konten gambar dan verbal porno. Risiko lain dihadapi para remaja yang mengklik situs-situs pornografi dan menjadi sasaran kekerasan (*bullying*). Bahkan, terjadi kasus akun media sosial para pengguna dibajak orang tak dikenal (*hacker*), serta ancaman keamanan bagi remaja ketika berinteraksi dengan orang asing yang belum dikenal. Disarankan agar pengguna memerhatikan aspek keamanan dunia maya sebagai langkah preventif keamanan fisik secara nyata.

DAFTAR RUJUKAN

- Ajzen, I. & Fishbein, M. (2000). Attitudes and the attitude-behavior relation: Reasoned and automatic processes. In W. Stroebe & M. Hewstone (Eds.), *European Review of Social Psychology*, 11, 1-33.
- Avery, B. (2013). Free the digital natives. Letter to the Editor, *Communications of the ACM*, 58(12).
- Baumann, M. (2010). Pew report: Digital natives get personal. *Information Today*, November.
- Behesti, J. (2012). Teens, virtual environments and information literacy. *Bulletin of the American Society For Information Science and Technology*, 38(3).
- Bennet, S. & Maton, K. (2010). Beyond the 'digital natives' debate: Towards a more nuanced understanding of students' technology experiences. *Journal of Computer Assisted Learning*, 26, 321-331.

- Chau, P. Y. K., Melissa Cole, Anne P. Massey, Mitzi Montoya-Weiss & Robert M. O’Keefe (2002). Cultural differences in the online behavior of consumer. *Communications of the ACM*, 45(10).
- Chun-Yao Huang, Yung-Cheng Shen, I-Ping Chiang, Chen-Shun Lin (2007). Characterizing web users’ online information behavior. *Journal of the American Society for Information Science and Technology*, 58(13), 1988-1997.
- Danner, U. N., Aarts, H. & de Vries, N. K. (2008). Habit vs. intention in the prediction of future behaviour: The role of frequency, context stability and mental accessibility of past behavior. *British Journal of Social Psychology*, 47, 245-265.
- De Groote, S. L., Shultz, M. & Blecic, D. D. (2014). Information-seeking behavior and the use of online resources: a snapshot of current health sciences faculty. *Journal of Medicine Library Association*, 102(3), 169-176.
- Deci, E. L., & Ryan, R. M. (1985). *Intrinsic motivation and self-determination in human behavior*. New York, NY: Plenum.
- Deci, E. L., & Ryan, R. M. (2002). *Handbook of self-determination research*. University Rochester, NY: Press.
- Griffin, D. (2013). Digital natives want it all. *Information Today*, 8-9.
- Guo, R. X., Dobson, T. & Petrina, S. (2008). Digital natives, digital immigrants: An analysis of age and ICT competency in teacher education. *Journal of Educational Computing Research*, 38(3), 235-254.
- Herther, N. K. (2009). Digital natives and immigrants: What brain research tells us. In *Online*, Nov-Dec.
- Hidayat, Z. (2014). Masa depan media, masa depan Indonesia: Perubahan konsepsi khalayak ke partisipan dalam perspektif generasi. Dalam Rajab Ritonga (ed.), *Jurnalisme Profesional dan Literasi Media*. Jakarta, Indonesia: ISKI, h. 41-82.
- Hidayat, Z. (2015). Kedaulatan prosumen media? Menguji bersinarnya kekuatan partisipan atas isu-isu publik dalam lingkungan konvergensi media. Dalam Irwansyah dkk. (Eds.), *Menegakkan Kedaulatan Komunikasi*. Jakarta, Indonesia: ISKI Press, 2015, h. 149-200.
- Hodgson, G. M. (2004). The complex evolution of a simple traffic convention: The functions and implementation of habit. *Journal of Economic Behavior and Org*, 54 (2004), 19-47.
- Hoffmann, C. P., Lutz, C. & Meckel, M. (2014). Digital natives or digital immigrants? The impact of user characteristics on online trust. *Journal of Management Information Systems*, 31(3), 138-171.
- Hull, R. (2011). The digital natives are the entertainment! *Screen play eContent*, Sep, h. 7.
- Jackman, W. M. & Roberts, P. (2013). Students’ perspectives on youtube video usage as an e-resource in the university classroom. *Journal of Edu. Tech. Systems*, 42(3), 273-296.
- Jones, C. & Czerniewicz, L. (2010), Describing or debunking? The net generation and digital natives. Editorial *Journal of Computer Assisted Learning*, 26, 317-320.
- Jones, C. & Healing, G. (2010). Net generation students: Agency and choice and the new technologies. *Journal of Computer Assisted Learning*, 26, 344-356.
- Katz, A. (2012). *Cyberbullying and e-safety: What educators and other professionals need to know*. London, UK: Jessica Kingsley Publishers.
- Kennedy, G., Judd, T., Dalgarn, B. & Waycott, J. (2010). Beyond natives and immigrants: Exploring types of net generation students. *Journal of Computer Assisted Learning*, 26, 332-343.
- Lin, H. S. & Thornburgh, D. (2002). *Youth, pornography, and the internet*. Washington, USA: National Academic Press.
- Manafy, M. & Gautschi, H. (2011). *Dancing with digital natives: Staying in step with the generation that’s transforming the way business is done*. Medford, USA: Information Today.
- Maréchal, K. (2013). *The economics of climate change and the change of climate in economics*. England, UK: Routledge.

- Mills, J.A. (2000). *Control: A history of behavioral psychology*. New York, NY: New York University Press.
- O'Neil, H. F. & Drillings, M. (2012). *Motivation: Theory and research*. England, UK: Routledge.
- Palfrey, J. & Gasser, U. (2008). *Born digital: Understanding the first generation of digital natives*. New York, NY: Basic Books.
- Prensky, M. (2001). Digital natives, digital immigrants. *On the Horizon* 9, 1-6.
- Roddel, V. (2007). Internet safety parents' guide. Dalam *Lulu.com*, h. 136.
- Rodi, A. F., Spangler, S. C., Kohun, F. G., DeLorenzo, G. J. (2014). A case study: Are digital natives dead? What are the key factors and perceptions librarian's view of the digital native culture in higher education? *Issues in Information Systems*, 15(II), 207-213.
- Ryder, N. B. (1965). The cohort as a concept in the study of social change. *American Sociological Review*, 843-861.
- Sang, M. L. & Liqiang, C. (2010). The impact of flow on online consumer behavior. *Journal of Computer Information Systems*, Summer, 1-11.
- Schwabach, A. (2014). *Internet and the law: Technology, society and compromises*. ABC-CLIO, h. 352.
- Silveira, I. F., de Araújo Jr., C. F., da Veiga, J. S. & Bezerra, L. N. M. (2011). Building computer games as effective learning tools for digital natives—and similars. *Issues in Informing Science and Information Technology*, 8.
- Silver, D. (2012). Digital natives on a media fast. *Info, Services & Use*, 32, 137-139.
- Simpson, C. (2007). From immigrant to native. As an Editor of *Library Media Connection Magz*, 25(4), 6-7.
- Stieglitz, S. & Dang-Xuan L. (2013). Emotions and information diffusion in social media—Sentiment of microblogs and sharing behavior. *Journal of Management Information Systems*, 29(4). 217-247.
- Tapscott, D. (1999, 2009). *Growing up digital: The rise of the net generation*. New York, USA: McGraw Hill.
- Tapscott, D. (2008). *Grown up digital: How the net generation is changing your world*. New York, USA: McGraw Hill.
- Thyer, B. A. (2010). *The handbook of social work research methods* (2nd ed). Thousand Oaks, CA: SAGE Publications, Inc.
- Verplanken, B. & Aarts, H. (1999). Habit, attitude, and planned behavior: Is habit an empty construct or an interesting case of goal-directed automaticity? In W. Stroebe & M. Hewstone (Eds.), *European Review of Social Psychology*, Vol. 10, pp. 101-134.
- Voss, G. (2013). Gaming, texting, learning? Teaching engineering ethics through students' lived experiences with technology. *Science Engineering Ethics*, (19), 1375-1393.
- Waite, C. (2012). Sociality online: An exploratory study into the online habits of young Australians. *Youth Studies Australia*, 30(4), 17-24.
- Watson, J. A. & Pecchioni, L. L. (2011). Digital natives and digital media in the college classroom: Assignment design and impacts on student learning. In *Educational Media International*, 48(4), 307-320.
- Yong-Sheng C. & Shyh-Rong F. (2013). Antecedents and distinctions between online trust and distrust: Predicting high-and low-risk internet behaviors. *Journal of Electronic Commerce Research*, 14(2), 149-166.
- Zhong, E., Wei Fan, & Qiang Yang. (2014). User behavior learning and transfer in composite social networks. In *ACM Transactions on Knowledge Discovery from Data*, 8(1).