



الجامعة الإسلامية  
الاندونيسية

**Analisis Penggunaan Aplikasi Pesan Instan di Indonesia  
Dengan Metode *Multiple Correspondence Analysis* (MCA)**

Fauzan Fahmi

18917211

Tesis diajukan sebagai syarat untuk meraih gelar Magister Komputer

Konsentrasi Sistem Informasi Enterprise

Program Studi Informatika Program Magister

Fakultas Teknologi Industri

Universitas Islam Indonesia

2023

Lembar Pengesahan Pembimbing

**Analisis Penggunaan Aplikasi Pesan Instan di Indonesia  
Dengan Metode *Multiple Correspondence Analysis* (MCA)**

Fauzan Fahmi

18917211



Pembimbing 1

{Ahmad Rafi'e Pratama, PhD}

Pembimbing 2

{Irving Vitra Paputungan, PhD}

Lembar Pengesahan Penguji

**Analisis Penggunaan Aplikasi Pesan Instan di Indonesia  
Dengan Metode *Multiple Correspondence Analysis* (MCA)**

Fauzan Fahmi

18917211

ISLAM

Yogyakarta, Januari, 2023

Tim Penguji,

Ahmad Rafi'e Pratama, S.T, M.I.T, Ph.D

Ketua

Irving Vitra Paputungan, S.T, M.Sc, Ph.D

Anggota I

Dr. Raden Teduh Dirgahayu, S.T, M.Sc.

Anggota II

Mengetahui,

Ketua Program Studi Informatika Program Magister

Fakultas Teknologi Industri

Universitas Islam Indonesia



Irving Vitra Paputungan, S.T., M.Sc., Ph.D.

## Abstrak

# Analisis Penggunaan Aplikasi Pesan Instan di Indonesia Dengan Metode *Multiple Correspondence Analysis* (MCA)

Banyaknya Aplikasi Pesan Instan (PI) atau *Instant messenger* seperti WhatsApp, LINE, dan sebagainya, memberikan kemudahan dalam penyebaran informasi secara akurat, melakukan aktivitas bisnis, pendidikan, dan hiburan. Setiap pengguna memiliki aktivitas yang berbeda-beda dalam pemilihan dan penggunaan PI. Hal ini dikarenakan pengguna memiliki latar belakang yang beragam, diantaranya: tingkat usia, pendidikan, pekerjaan, pendapatan dan demografi tempat tinggal pengguna. Penelitian ini menyajikan analisis tajam bagaimana karakteristik profil pengguna PI dan perbedaan kriteria pengguna terhadap aktivitas penggunaan PI. Metode survei dipilih melalui penyebaran *google form* kepada responden pengguna Aplikasi PI yang berusia 13 tahun ke atas dan berdomisili di Indonesia. Analisis dilakukan menggunakan metode *multiple correspondence analysis* (MCA) dan perhitungan skala *liker* untuk penilaian pendapat pengguna PI. Hasil menunjukkan bahwa Aplikasi WhatsApp memiliki intensitas penggunaan harian tertinggi (83,7%) dan penggunaan mingguan tertinggi dicapai oleh Facebook Messenger (51,3%). Sedangkan intensitas terendah untuk harian dimiliki oleh iMessage (1,8%) dan mingguan dimiliki oleh Wechat (10,9%). Pengguna PI terbanyak adalah usia 25-30 tahun dengan tingkat pendidikan selevel Perguruan Tinggi, tidak bekerja, dan berada di wilayah Sumatera. Berdasarkan hasil perhitungan dengan skala penilaian, aktivitas penggunaan PI diurutkan dari persentase tinggi ke rendah yaitu pertukaran informasi 83,7%, bisnis komersial 78,9%, pendidikan 77,6%, hiburan 71,1%, dan akurasi informasi 65,6%.

### **Kata kunci**

Pesan instan, WhatsApp, Facebook Messenger, Telegram, Information Technology.

## Abstract

# ***Analyzing the use of Instant Messenger in Indonesia using Multiple Correspondent Analytics method (MCA)***

The number of instant messaging applications or *Instant messenger* (IM) such as WhatsApp, LINE, and the like, makes it easy to disseminate information accurately, conduct business, educational, and entertainment activities. Each user has different activities in the selection and use of IM. This is because users have diverse backgrounds, including: age level, education, occupation, income and demographics where users live. This paper presents a sharp analysis of the characteristics of IM user profiles and differences in user criteria on IM usage activities. The survey method was chosen through the distribution of *google forms* to respondents who were IM application users aged 13 years and over and domiciled in Indonesia. The analysis was carried out using *multiple correspondence analysis* and calculating the rating scale of IM users' opinions. The results show that the WhatsApp application has the highest daily usage intensity (83.7%) and the highest weekly usage is achieved by Facebook Messenger (51.3%). While the lowest intensity for daily is owned by iMessage (1.8%) and weekly is owned by WeChat (10.9%). Most IM users are aged 25-30 years with an education level at the university level, not working, and residing in the Sumatra region. Based on the results of calculations using a rating scale, IM usage activities are ranked from high to low, namely information exchange 83.7%, commercial business 78.9%, education 77.6%, entertainment 71.1%, and information accuracy 65.6%.

### **Keywords**

Pesan instan, WhatsApp, Facebook Messenger, Telegram, Information Technology.

## Pernyataan Keaslian Tulisan

Dengan ini saya menyatakan bahwa tesis ini merupakan tulisan asli dari penulis, dan tidak berisi material yang telah diterbitkan sebelumnya atau tulisan dari penulis lain terkecuali referensi atas material tersebut telah disebutkan dalam tesis. Apabila ada kontribusi dari penulis lain dalam tesis ini, maka penulis lain tersebut secara eksplisit telah disebutkan dalam tesis ini.

Dengan ini saya juga menyatakan bahwa segala kontribusi dari pihak lain terhadap tesis ini, termasuk bantuan analisis statistik, desain survei, analisis data, prosedur teknis yang bersifat signifikan, dan segala bentuk aktivitas penelitian yang dipergunakan atau dilaporkan dalam tesis ini telah secara eksplisit disebutkan dalam tesis ini.

Segala bentuk hak cipta yang terdapat dalam material dokumen tesis ini berada dalam kepemilikan pemilik hak cipta masing-masing. Apabila dibutuhkan, penulis juga telah mendapatkan izin dari pemilik hak cipta untuk menggunakan ulang materialnya dalam tesis ini.

Yogyakarta, 10 januari 2023



Fauzan Fahmi, S.kom

## Daftar Publikasi

### **Analisis Penggunaan Pesan Instan dan di Indonesia menggunakan Metode Multiple Correspondence Analysis (MCA)**

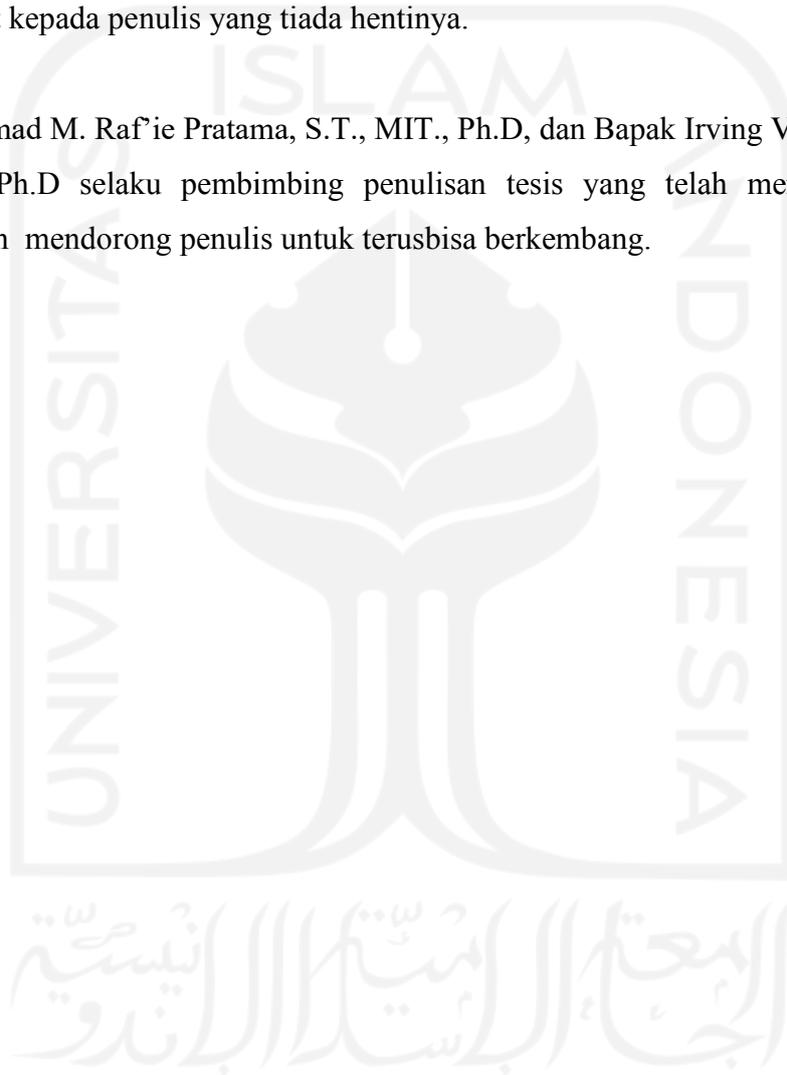
#### *Sitasi publikasi 1*

Kontributor	Jenis Kontribusi
Fauzan Fahmi	Mendesain eksperimen (60%) Menulis <i>paper</i> (60%)
Ahmad Rafi'e Pratama	Mendesain eksperimen (40%) Menulis dan mengedit <i>paper</i> (20%)
Irving Vitra Papatungan	Menulis dan mengedit <i>paper</i> (20%)

## Halaman Persembahan

Alhamdulillah segala puji bagi Allah yang telah memberikan kita semua nikmat dan dengan rahmat dan karunia dari Allah penulis bisa menyelesaikan pendidikan Program Studi Informatika Program Magister di Universitas Islam Indonesia Yogyakarta. Penulis persembahkan kepada :

1. Kedua orang tua, kakak, adik dan keluarga besar yang telah memberikan do'a, dukungan dan semangat kepada penulis yang tiada hentinya.
2. Bapak Ahmad M. Raf'ie Pratama, S.T., MIT., Ph.D, dan Bapak Irving Vitra paputungan, S.T, M.Sc, Ph.D selaku pembimbing penulisan tesis yang telah memberikan saran, semangat, dan mendorong penulis untuk terusbisa berkembang.

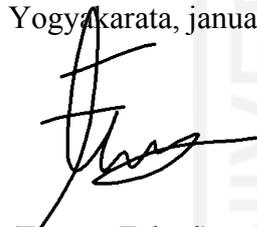


## Kata Pengantar

Puji syukur peneliti ucapkan kepada Allah SWT, karena atas rahmat dan ridha-Nya peneliti bisa menyelesaikan tesis yang berjudul “Analisis Penggunaan Aplikasi Pesan Instan di Indonesia Dengan Metode Multiple Correspondence Analysis (MCA)”. Penyusunan tesis ini dimaksudkan untuk memenuhi sebagian syarat-syarat guna mencapai gelar Magister Informatika di Universitas Islam Indonesia Yogyakarta.

Penulis menyadari bahwa penulisan ini tidak dapat terselesaikan tanpa dukungan dari berbagai pihak baik moril maupun materil. Oleh karena itu, penulis ingin menyampaikan ucapan terima kasih kepada semua pihak yang telah membantu dalam penyusunan tesis ini. Dengan sepenuh hati, penulis pun sadar bahwa tesis ini masih penuh dengan kekurangan dan keterbatasan, oleh sebab itu penulis memerlukan saran serta kritik yang membangun yang dapat menjadikan tesis ini lebih baik. Terakhir, tentunya penulis berharap setiap bantuan yang telah diberikan oleh segenap pihak dapat menjadi ladang kebaikan. Dan semoga tesis ini dapat memberikan manfaat dan berguna bagi kemajuan Penggunaan aplikasi pesan instan Indonesia.

Yogyakarta, januari 2023



(Fauzan Fahmi)

## Daftar Isi

Lembar Pengesahan Pembimbing .....	i
Lembar Pengesahan Penguji.....	ii
Abstrak .....	iii
Pernyataan Keaslian Tulisan .....	v
Daftar Publikasi .....	vi
Halaman Persembahan .....	vii
Kata Pengantar.....	viii
Daftar Isi.....	ix
Daftar Tabel.....	xii
Daftar Gambar .....	xiii
Glosarium .....	xv
<b>BAB 1 PENDAHULUAN.....</b>	<b>16</b>
1.1 Latar Belakang.....	16
1.2 Rumusan Masalah.....	18
1.3 Batasan Masalah .....	18
1.4 Tujuan penelitian .....	19
1.5 Metodeologi Penelitian.....	19
1.6 Manfaat Penelitian .....	19
1.7 Sistematika Penulisan .....	19
<b>BAB 2 Tinjauan Literatur.....</b>	<b>21</b>
2.1 Penggunaan Pesan Instan.....	21
2.1.1 Penggunaan <i>Pesan Instan</i> berdasarkan segi usia.....	22
2.1.2 Penggunaan Pesan instan berdasarkan Gender.....	23
2.1.3 Ragam Jenis Penggunaan Aplikasi Pesan Instan.....	23

2.2	Dampak Penggunaan Pesan Instan .....	25
2.2.1	Dampak Sosial.....	25
2.2.2	Dampak Psikologis.....	26
2.3	<i>Multiple Correspondence Analysis (MCA)</i> .....	27
BAB 3 METODOLOGI .....		29
3.1	Objek Penelitian.....	29
3.2	Metode Pengumpulan dan Pengolahan Data .....	29
3.2.1	Metode Pengumpulan Data .....	29
3.2.2	Metode Pengolahan Data.....	31
3.3	Tahapan Penelitian.....	32
3.4	Multiple Correspondence Analysis (MCA).....	33
3.5	Data Responden Aplikasi PI.....	34
BAB 4 Hasil dan Pembahasan.....		36
4.1	Penggunaan Pesan Instan di Indonesia .....	36
4.2	Penyebaran Konten Negatif pada Pesan Instan .....	52
4.2.1	Konten <i>Hoax</i> .....	53
4.2.2	Konten Porno.....	53
4.2.3	Konten Ujaran Kebencian .....	54
4.2.4	Konten Penipuan .....	54
4.3	Analisis MCA ( <i>Multiple Correspondent Ananlisys</i> ) .....	55
4.3.1	Pencarian Nilai Rata-Rata .....	55
4.3.1	Proses MCA.....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
4.4	Analisis Penggunaan Pesan Instan .....	56
4.5	MCA Penyebaran Konten Negatif.....	58
4.5.1	MCA Penyebaran <i>Hoax</i> pada Aplikasi Pesan Instan.....	58
4.5.2	MCA Demografi Penyebaran Konten <i>Hoax</i> .....	59
4.5.3	MCA Penyebaran Konten Pornografi pada Aplikasi Pesan Instan .....	61

4.5.4	MCA Pengaruh Demografi Penyebaran Konten Pornografi .....	62
4.5.5	MCA Penyebaran Konten Ujaran Kebencian Pada Aplikasi PI.....	64
4.5.6	MCA Pengaruh Demografi Penyebaran Konten Ujaran Kebencian .....	64
4.5.7	MCA Penyebaran Konten Penipuan.....	66
4.5.8	MCA Pengaruh Demografi Penyebaran Konten Penipuan .....	66
4.6	Analisis Pendapat Pengguna Tentang Pesan Instan.....	69
BAB 5	Kesimpulan Dan Saran.....	71
5.1	Kesimpulan .....	71
5.2	Saran .....	72
Daftar Pustaka	.....	73



## Daftar Tabel

Tabel 2.1 Demografi Responden.....	35
Tabel 2.2 Responden Penggunaan Aplikasi IM .....	35
Tabel 4.1 Analisis MCA Penggunaan Pesan Instan Harian.....	57
Tabel 4.2 Analisis MCA Penggunaan Pesan Instan Mingguan .....	58
Tabel 4.3 MCA Konten <i>Hoax</i> .....	60
Tabel 4.4 MCA Konten Porno.....	62
Tabel 4.5 MCA Konten Ujaran Kebencian .....	64
Tabel 4.6 MCA Konten Penipuan .....	67
Tabel 4.7 Rata-rata simpang baku motivasi penggunaan PI .....	69



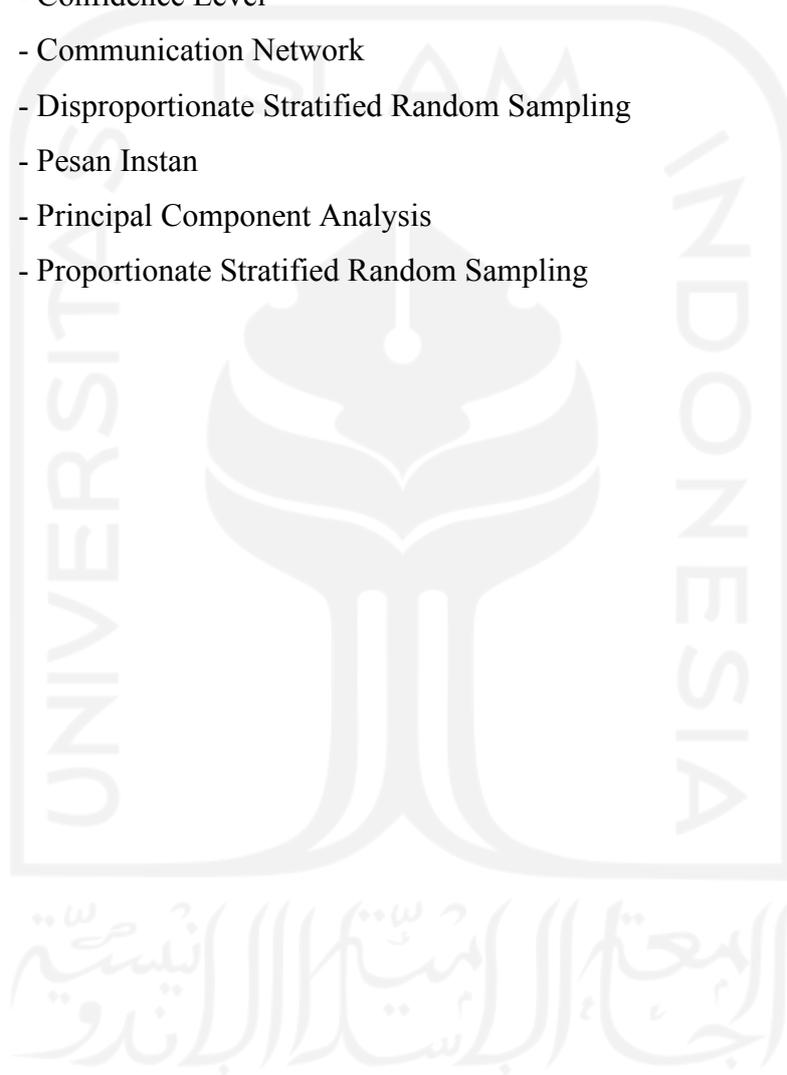
## Daftar Gambar

Gambar 3.2 <i>Pengguna Media Sosial di Indonesia</i> (Kemp, n.d.).....	30
Gambar 3.3 <i>Rumus Sample Size</i> .....	30
Gambar 3.4 Tahapan Penelitian.....	33
Gambar 3.5 Tahapan Analisis MCA .....	34
Gambar 4.1 Grafik penggunaan <i>Pesan Instan</i> Harian dan Mingguan.....	36
Gambar 4.2 Grafik Penggunaan FBM Berdasarkan pengelompokan Jenis Kelamin.....	37
Gambar 4.3 Grafik Penggunaan WhatsApp Pengelompokan berdasarkan Jenis Kelamin .	37
Gambar 4.4 Grafik penggunaan Telegram Berdasaraka Pengelompokan Jenis Kelamin.....	38
Gambar 4.5 Grafik Penggunaan Line Pengelompokan berdasarkan Jenis kelamin .....	38
Gambar 4.6 Grafik Penggunaan Google Hangout Berdasarkan Pengelompokan Jenis Kelamin .....	38
Gambar 4.7 Grafik Penggunaan Facebook berdasarkan pengelompokan usia .....	39
Gambar 4.8 grafik Penggunaan WhatsApp berdasarkan pengelompokan usia.....	39
Gambar 4.9 Grafik penggunaan Telegram Berdasarkan Pengelompokan Usia .....	40
Gambar 4.10 Grafik Penggunaan Line Berdasarkan Pengelompokan Usia.....	40
Gambar 4.11 Grafik Penggunaan Google Hangout atau Google Duo Berdasarkan Pengelompokan Usia .....	40
Gambar 4.12 Grafik Pengguna Facebook Messenger Berdasarkan Tingkat Pendidikan....	41
Gambar 4.13 Grafik Pengguna WhatsApp Berdasarkan Tingkat Pendidikan.....	41
Gambar 4.14 Grafik Pengguna Telegram Berdasarkan Tingkat Pendidikan .....	42
Gambar 4.15 Grafik Penggunaan Line Berdasarkan Pengelompokan Tingkat pendidikan .....	42
Gambar 4.16 Grafik Penggunaan Google Hangout Berdasarkan Pengelompokan Tingkat Pendidikan .....	43
Gambar 4.17 Grafik Skala Penggunaan Facebook Messenger Berdasarkan Kategori Pekerjaan .....	43
Gambar 4.18 Grafik Skala Penggunaan WhatsApp Berdasarkan Kategori Pekerjaan.....	44
Gambar 4.19 Grafik Skala Penggunaan WhatsApp Berdasarkan Kategori Pekerjaan.....	44
Gambar 4.20 Grafik Skala Penggunaan Line Berdasarkan Pengelompokan Pekerjaan....	45
Gambar 4.21 Grafik Skala Penggunaan Google Hangout Berdasarkan Pengelompokan Pekerjaan .....	45
Gambar 4.22 Grafik Skala Penggunaan Facebook Messenger Berdasarkan Pendapatan ...	45

Gambar 4.23 Grafik Skala Penggunaan WhatsApp Berdasarkan Pendapatan.....	46
Gambar 4.24 Grafik Skala Penggunaan Telegram Berdasarkan Pendapatan.....	46
Gambar 4.25 Grafik Penggunaan Line Berdasarkan Pengelompokan Pendapatan.....	47
Gambar 4.26 Grafik Penggunaan Google Hangout Berdasarkan Pengelompokan Pendapatan.....	47
Gambar 4.27 Grafik Penggunaan Facebook Messenger Berdasarkan Pulau .....	48
Gambar 4.28 Grafik Penggunaan WhatsApp Berdasarkan Pulau .....	48
Gambar 4.29 Grafik Penggunaan Telegram Berdasarkan Pulau.....	49
Gambar 4.30 Grafik Skala Penggunaan LINE Berdasarkan Pengelompokan Pulau.....	49
Gambar 4.31 Grafik Skala Penggunaan Google Hangout Berdasarkan Pengelompokan Pulau.....	50
Gambar 4.32 Grafik Skala Penggunaan FBM Berdasarkan Pengelompokan Sistem Operasi .....	50
Gambar 4.33 Grafik Skala Penggunaan WA Berdasarkan Pengelompokan Sistem Operasi .....	51
Gambar 4.34 Grafik Skala Penggunaan Telegram Berdasarkan Pengelompokan Sistem Operasi.....	51
Gambar 4.35 Grafik Skala Penggunaan LINE Berdasarkan Pengelompokan Sistem Operasi .....	52
Gambar 4.36 Grafik Skala Penggunaan Gooogle Hangout Berdasarkan Pengelompokan Sistem Operasi.....	52
Gambar 4.37 Grafik penyeberan Konten <i>Hoax</i> .....	53
Gambar 4.38 Grafik Penyebaran Konten Porno.....	53
Gambar 4.39 Grafik Penyebaran Konten Ujaran Kebencian .....	54
Gambar 4.40 Penyebaran Konten Penipuan.....	55

## Glosarium

APJII	- Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia
CA	- Cluster Analysis
CL	- Confidence Level
CN	- Communication Network
DSRS	- Disproportionate Stratified Random Sampling
PI	- Pesan Instan
PCA	- Principal Component Analysis
PSRS	- Proportionate Stratified Random Sampling



# BAB 1

## PENDAHULUAN

### 1.1 Latar Belakang

Aplikasi Pesan Instan (PI) merupakan salah satu media penyebaran informasi yang luas tanpa batas dan memungkinkan ragam aktivitas penggunaan dapat dilakukan. Meski pada awal perkembangannya PI muncul sebagai aplikasi penunjang dunia pendidikan pada sistem *Programmed Logic For Automatic Teaching Operations* (PLATO), namun seiring dengan perkembangan dunia teknologi dan ilmu pengetahuan, peran PI terus bertambah luas di masyarakat sejak pertama kali diperkenalkan kepada publik pada tahun 1980an.

Kini aplikasi PI termasuk kedalam kategori media sosial. Karakteristik aplikasi PI terletak pada kemampuannya untuk menggantikan kehadiran fisik, kecepatan interaksi, kemampuan pengguna melakukan multitasking (bekerja dan berkomunikasi), dan menjadi fasilitas yang sangat penting bagi komunikator (Fox et al., 2007b). Sukrillah, Ratnamulyani, & Kusumadinata (2017) mengatakan aplikasi PI dapat digunakan untuk penyebaran informasi kegiatan organisasi dan forum diskusi. Lalu Miladiyah, (2017) mengungkapkan aplikasi PI banyak digunakan sebagai media komunikasi karyawan. Sementara itu Priambada, (2015) menyatakan aplikasi PI dapat dimanfaatkan sebagai sarana pemasaran produk bagi pelaku usaha kecil. Dan di sisi lain, aplikasi PI juga dapat dimanfaatkan untuk penyebaran informasi kegiatan belajar mengajar dan informasi kegiatan kampus lainnya (Indaryani, E., & Suliworo, 2018).

Keunggulan dari PI adalah fitur-fitur yang tersedia untuk pengguna seperti kemudahan berbagi lokasi dan kemudahan dalam berinteraksi pada saat bepergian. Perkembangan aplikasi PI berdampak pada kemudahan penggunaannya untuk berkomunikasi dengan teman dekat atau keluarga pada saat berjauhan (Wang et al., 2015). Pada dasarnya penggunaan aplikasi PI berdasarkan fitur-fitur yang diberikan seperti WhatsApp, LINE, Telegram, Wechat, Facebook Messenger, dan Skype, penggunaan efektifnya adalah untuk personal chat, sharing file atau foto, layanan *free call*, stiker, *timeline*, dan grup (Suryadi, 2014).

Seiring berkembangnya teknologi yang mengikuti perkembangan akses internet di Indonesia, menurut data yang dimiliki APJII yang diterbitkan pada tahun 2017 pengguna jaringan internet di Indonesia sebanyak 143,26 juta jiwa dengan total penduduk Indonesia 262 juta jiwa, persentase penggunaan layanan internet di Indonesia sebesar 54,86% dan 87,13% aktivitas yang dilakukan oleh pengguna internet adalah mengakses layanan media

sosial (Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia, 2017). Jika dilihat dari segi usia, kalangan remaja mendominasi penggunaan media sosial khususnya aplikasi PI dibandingkan usia dewasa (APJII, 2019). Selanjutnya pada Februari 2022, Hootsuite We Are Social menerbitkan data survei 5 aplikasi PI paling populer di Indonesia yaitu WhatsApp, LINE, FB Messenger, Skype, dan WeChat. WhatsApp merupakan aplikasi terpopuler yang paling banyak digunakan di Indonesia setelah penggunaan Youtube dengan persentase sebesar 88% pengguna. Angka ini disusul oleh aplikasi lain yaitu Telegram dengan persentase 62.8%, Facebook Messenger 48.6%, Snapchat dengan persentase 17.7%, dan Skype dengan persentase 14.9% (Kemp, n.d.). Beberapa fitur utama yang ditawarkan kelima aplikasi PI terpopuler ini diantaranya adalah bertukar pesan (*chatting*), berbagi lokasi dan berkas, hingga melakukan panggilan suara dan video.

Pada penelitian ini difokuskan pada media sosial dengan kategori pesan instan saja, hal ini disebabkan oleh meningkatnya penggunaan aplikasi pesan instan yang menjadikan aplikasi pesan instan sebagai sarana komunikasi sehari-hari seperti bertukar kabar, panggilan suara, video, bertukar dokumen dan banyak lagi. Dari penelitian yang dilakukan hootsuite terlihat beberapa aplikasi pesan instan menjadi aplikasi yang populer digunakan di Indonesia, oleh karena itu penelitian ini dilakukan dan hanya berfokus pada aplikasi pesan instan untuk dapat mengetahui bagaimana penggunaan pesan instan serta konten yang tersebar di dalamnya.

Di Indonesia sendiri penelitian yang berkaitan dengan penggunaan layanan pesan instan sudah cukup banyak dilakukan. Namun data yang disajikan hanya berkisar pada penggunaan aplikasi PI terpopuler atau hanya satu jenis aplikasi PI saja yang diteliti. Oleh karena itu pada penelitian ini, peneliti menyajikan pemahaman penggunaan aplikasi PI yang ada dengan tidak hanya melihat urutan popularitas masing-masing, namun juga melengkapinya dengan informasi karakteristik profil pengguna aplikasi PI yang berbeda berdasarkan demografi (seperti usia, pendidikan, pekerjaan, pendapatan, dan Pulau) penggunaannya, motivasi, tujuan penggunaan masing-masing aplikasi PI dan penyebaran konten negatif seperti *hoax*, pornografi, ujaran kebencian, dan penipuan. Metode analisis yang digunakan pada penelitian ini adalah metode *Multiple correspondence Analysis* (MCA).

*Multiple correspondence Analysis* (MCA) adalah metode analisis data yang digunakan untuk menggambarkan, mengeksplorasi, meringkas, dan memvisualisasikan informasi yang terkandung dalam tabel data N individu yang dijelaskan oleh variabel kategori Q. metode ini sering digunakan untuk menganalisis data kusioner. MCA juga dianalogikan

sebagai *Principal Components Analysis* (PCA) untuk variabel kategori ( bukan variabel kuantitatif) atau sebagai level berikutnya dari *Correspondent Analysis* (CA) yang digunakan pada kasus yang memiliki variabel lebih dari dua kategori. Dalam penelitian ini MCA digunakan untuk mengetahui bagaimana profil dan karakteristik pengguna masing-masing aplikasi PI yang marak di Indonesia dan mengetahui pengaruh perbedaan usia, jenis kelamin, tingkat pendidikan dan faktor faktor demografis lainnya terhadap penggunaan Pesan Instan di Indonesia.

MCA digunakan pada penelitian ini karena 4 alasan yaitu : pertama MCA dirancang khusus untuk menganalisis nominal dan kategorikal data, seperti cara kerja *Principal Components Analysis* (PCA) yang digunakan untuk menganalisis data kontinu atau numerik. Kedua MCA dapat mendeteksi struktur yang mendasar pada sebuah dataset tanpa harus memberikan asumsi tertentu seperti dalam analisis regresi, ketiga MCA dapat lebih membantu karena memiliki visualisasi data dengan poin cloud individual in two-dimensional euclidean space produksi dengan MCA, analisis MCA dianalisis dengan menggunakan Bahasa R dan dijalankan pada Rstudio dibantu dengan paket *FactoMiner*, *Factoextra*, dan *FactoInvestigate* librari. pada penelitian ini variabel pesan instan merupakan kategori aktif sedangkan variabel lainnya adalah variabel suplementari seperti variabel demografi yang digunakan sebagai variabel pelengkap.

## **1.2 Rumusan Masalah**

Berdasarkan dari penjabaran latar belakang dan permasalahan yang telah dijabarkan, maka dapat dirincikan beberapa rumusan masalah sebagai berikut:

1. Bagaimana mengetahui ragam aplikasi Pesan Instan yang sering digunakan oleh pengguna, serta mengetahui faktor yang mempengaruhi penggunaan berdasarkan profil dan karakteristik pengguna aplikasi Pesan Instan ditinjau dari pengaruh usia, jenis kelamin, tingkat pendidikan, demografis, sosial, dan pekerjaan, yang mempengaruhi penggunaan aplikasi Pesan Instan di Indonesia?
2. Bagaimana penyebaran konten negatif Pada aplikasi Pesan instan dan faktor yang mempengaruhinya ?

## **1.3 Batasan Masalah**

Adapun batasan masalah pada penelitian ini untuk menjaga fokus pada penelitian, batasan masalahnya sebagai berikut:

1. Penelitian ini hanya untuk pengguna yang menggunakan aplikasi pesan instan pada ponsel pintar.

2. Data yang diambil merupakan hasil dari kuisioner yang disebar secara online.
3. Penelitian ini hanya menganalisa penggunaan aplikasi pesan instan yang marak digunakan di indonesia dan penyebaran konten negatif di dalamnya.

#### **1.4 Tujuan penelitian**

Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui aplikasi pesan instan apa saja marak digunakan di indonesia dan faktor yang mempengaruhi penggunaannya.

#### **1.5 Metodologi Penelitian**

Tahapan metodeologi yang dilakukan pada penelitian ini :

1. Studi Pustaka

Studi pustaka dilakukan dengan melakukan kajian terhadap penelitian ilmiah, buku, artikel dan literatur lainnya yang berkaitan dengan penelitian.

2. Persiapan Data

Pada tahap ini dipersiapkan alat dan data yang akan diolah untuk komputasi model.

3. Komputasi Model

Pada tahap ini dilakukan komputasi model menggunakan data yang telah disiapkan.

4. Evaluasi

Pada tahap ini analisa yang sudah dilakukan dengan metode MCA (*Multiple Correspondence Analysis*) untuk mengkalkulasi faktor yang mempengaruhi pengguna dalam penggunaan aplikasi pesan instan.

#### **1.6 Manfaat Penelitian**

Adapun manfaat dari penelitian ini lah sebagai berikut :

1. Mengetahui ragam aplikasi pesan instan yang sering digunakan oleh pengguna, serta mengetahui profil dan karakteristik penggunaan aplikasi Pesan Instan ditinjau dari peredaan usia, jenis kelamin, tingkat pendidikan, faktor demografis, sosial dan pekerjaan, yang mempengaruhi penggunaan aplikasi Pesan Instan di Indonesia.
2. Mengetahui penyebaran konten negatif pada aplikasi PI.

#### **1.7 Sistematika Penulisan**

Ada pun sistematika penulisan dalam laporan ini adalah sebagai berikut:

##### **BAB 1 Pendahuluan**

Pada Bab I ini dijelaskan tentang latar belakang penelitian yang memuat penjelasan penyebab penelitian ini muncul sekaligus pentingnya penelitian tersebut, rumusan masalah dan batasannya, tujuan penelitian, manfaat penelitian serta sistematika penulisan

##### **BAB 2 Studi Literatur**

Pada Bab 2 ini membahas tentang tinjauan pustaka dan teori dasar. Tinjauan pustaka memuat berbagai pandangan para peneliti sebelumnya mengenai topik yang dikerjakan, sedangkan teori dasar memuat teori-teori yang berhubungan dengan topik penelitian.

### **BAB 3 Metodologi Penelitian**

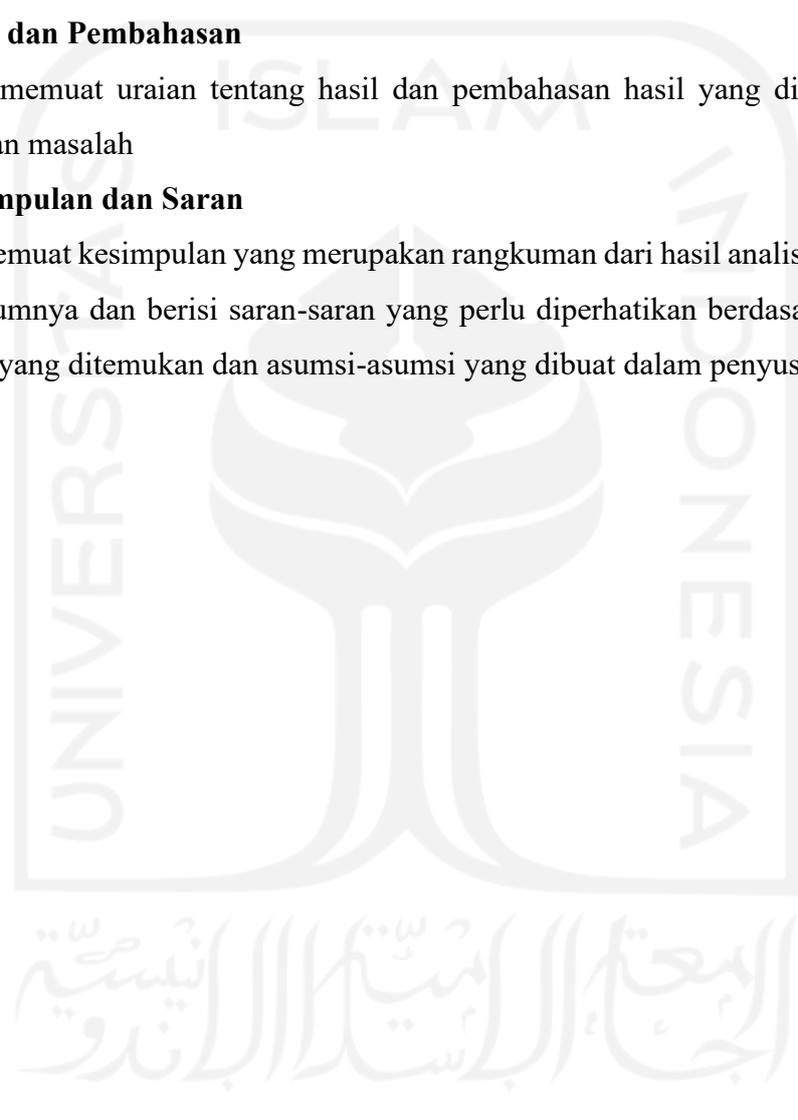
Pada Bab 3 menguraikan tentang langkah-langkah penyelesaian masalah dalam penelitian yang menjelaskan jenis penelitian, bagaimana data penelitian tersebut di dapat, bagaimana teknik analisis data dan hipotesis penelitian.

### **BAB 4 Hasil dan Pembahasan**

Pada Bab 4 memuat uraian tentang hasil dan pembahasan hasil yang diperoleh dalam menyelesaikan masalah

### **BAB 5 Kesimpulan dan Saran**

Bagian ini memuat kesimpulan yang merupakan rangkuman dari hasil analisis kinerja pada bagian sebelumnya dan berisi saran-saran yang perlu diperhatikan berdasar keterbatasan keterbatasan yang ditemukan dan asumsi-asumsi yang dibuat dalam penyusunan tesis.



## BAB 2

### Tinjauan Literatur

#### 2.1 Penggunaan Pesan Instan

Aplikasi Pesan Instan (PI) terus berkembang sesuai dengan perkembangan zaman. Dimulai dari *Talkomatic* yang menyediakan layanan chat yang bersifat privat dan fitur chat terintegrasi pada user yang terdaftar (Woolley, 1994). Kemudian dilanjutkan dengan *Cbsimulator*, dengan fitur *Multi-Chat User* program (Van Gelder, 1996). Selanjutnya tahun 1995 hadirnya IRC dengan tambahan fitur tampilan GUI, memudahkan pengguna dalam mengatur aplikasi chat, menyimpan data log chat, mengatur format tulisan, mengganti tema tampilan, dan dapat melakukan pengiriman file melalui protocol DCC (Steward, 2004).

Pada tahun 1996, aplikasi *online chat* berubah nama menjadi Pesan Instan yaitu ICQ yang menyediakan fitur pengiriman chat secara personal, grup, pengiriman file, dan kartu ucapan (T. Gross & Oemig, 2005). Kemudian fitur-fitur PI mulai berkembang dengan adanya penambahan fitur *video call*, kepemilikan ID bagi pengguna dalam menambah pertemanan seperti aplikasi *Yahoo!*, *MSN* yang kemudian berganti nama menjadi *Windows Live Messenger* (Fahmy, S., & Klassen, 2007; Yang, Jerry, 1997).

Pada tahun 2000, aplikasi PI berkembang sangat pesat dan berbagai ragam aplikasi baru yang bermunculan, seperti iChat, Google Hangout dan Skype dengan fitur *Multiuser video call* (Xu et al., 2012). Berikut ini beberapa aplikasi PI yang sangat populer digunakan pada masa kini, diantaranya WhatsApp, LINE, Wechat, Telegram, Facebook messenger dan Skype.

Pesan Instan (PI) merupakan bagian dari kategori aplikasi sosial media. Berdasarkan data dari Hootsuite We are social yaitu aplikasi Whatsapp merupakan aplikasi terpopuler yang paling banyak digunakan di Indonesia setelah penggunaan aplikasi Youtube (Kemp, 2019).

Karakteristik aplikasi Pesan Instan terletak pada kurangnya kehadiran fisik, kecepatan interaksi, kemampuan orang melakukan multitasking (bekerja dan berkomunikasi), dan menjadi fasilitas yang sangat penting bagi komunikator (Fox et al., 2007a). Hal ini dikarenakan aplikasi PI dirancang untuk membantu pengguna dalam berkomunikasi secara personal maupun kelompok dan dalam lingkup keterbatasan ruang dan waktu.

### 2.1.1 Penggunaan *Pesan Instan* berdasarkan segi usia

Aplikasi PI memberikan kesempatan pengguna untuk berinteraksi melalui pesan singkat, menerima dan menanggapi pesan dengan masing-masing gaya percakapan yang dimiliki (Green et al., 2005). Umumnya pengguna PI banyak dikalangan remaja, hal ini sesuai dengan hasil penelitian dari (E. F. Gross et al., 2002) yaitu 74% kalangan remaja menggunakan PI, dan setidaknya 68% menggunakan beberapa kali perminggu. Hal ini dikarenakan kalangan remaja menggunakan aplikasi PI untuk berkomunikasi dengan teman mereka.

Dalam temuannya, Budiarto menyebutkan kalangan usia lebih muda cenderung berpemikiran bebas tanpa memikirkan resiko, sedangkan usia tua cenderung berhati-hati terhadap kemungkinan-kemungkinan yang terjadi (Budiarto, 2017). Sejalan dengan data yang dimiliki APJII (Asosiasi Pengguna Jasa Internet Indonesia) tahun 2017, pengguna aplikasi *Pesan Instan* yang banyak dikalangan usia 15-19 tahun dan 20-24, dengan persentase 91% dan 88,5%.

Terdapat perbedaan karakteristik pengguna aplikasi Pesan Instan dari segi usia. (E. F. Gross et al., 2002) menyebutkan karakteristik dari penggunaan Pesan Instan dikalangan remaja terbagi dalam dua aspek, yaitu: 1) motif dan topik IM berkaitan dengan interaksi sosial dan personal seperti permasalahan teman, pacar, atau dikarenakan perasaan bosan; dan 2) partner PI berkaitan dengan perkenalan dengan teman sebaya (E. F. Gross et al., 2002).

Selanjutnya, kalangan mahasiswa juga merupakan pengguna terbanyak menggunakan aplikasi Facebook Messenger. Hal ini sejalan dengan hasil temuan Ellison, Steinfield, and Lampe bahwa, 94% mahasiswa adalah pengguna Facebook (FB) yang menghabiskan waktu sekitar 10 s/d 30 menit perhari. Bagi pengguna dengan usia yang lebih tua, cenderung mengalami kesulitan ketika menggunakan aplikasi PI versi terbaru. Hal ini dikarenakan adanya penurunan kemampuan memori dan kognitif yang berkaitan dengan usia dan mempengaruhi kemampuan mereka dalam mengaplikasikan PI (Budiarto, 2017).

Kalangan orang dewasa menggunakan PI untuk berkomunikasi dan berbagi informasi dengan teman dekat dan untuk berkumpul dengan teman lama (Kraut et al., 2006: 203). Hal ini dikarenakan orang dewasa memiliki keterbatasan waktu untuk berinteraksi atau sekedar bertemu dengan teman kelompok di Sekolah. Meskipun PI didesain untuk mendukung komunikasi antar personal, namun PI juga mendukung komunikasi antar beberapa orang, seperti *group chat room*. Penjelasan ini didukung oleh pendapat (Wang et

al., 2015), yaitu perkembangan aplikasi Pesan Instan memberikan kemudahan penggunaannya untuk berkomunikasi dengan teman dekat atau keluarga pada saat berjauhan.

### **2.1.2 Penggunaan Pesan instan berdasarkan Gender**

Dalam membandingkan gaya komunikasi pria dan wanita pada penulisan surat melalui email ataupun pesan singkat, Colley menemukan bahwa gaya bahasa yang digunakan pria lebih ofensif, sedangkan wanita menggunakan pertanyaan pribadi dan menggambarkan energi positif (Colley et al., 2004). Selanjutnya perbedaan yang ditemukan dalam kajian komunikasi online khususnya interaksi melalui PI menunjukkan pria lebih cenderung mendominasi dan mengontrol sedangkan wanita cenderung mencoba mempertahankan hubungan dalam berkomunikasi (Fox et al., 2007a).

Karakteristik gaya komunikasi antara pria dan wanita pada penggunaan aplikasi Pesan Instan yaitu wanita dikarakteristikan sebagai “banyak bicara” yang dibuktikan dengan rentang waktu percakapan yang lebih lama dan wanita lebih ekspresif dan sering menggunakan emotikon daripada pria (Baron, 2004) (Fox et al., 2007a). Kategori ekspresif meliputi penekanan variabel, tawa, emotikon, kata sifat, dan jumlah topik. Dengan demikian terlihat bahwa wanita lebih ekspresif dan lebih fokus dalam membangun serta memelihara hubungan dengan orang lain melalui PI.

Perbedaan lainnya, gender dapat memoderati efek kecemasan. Wanita cenderung menggunakan perasaan dan lebih sensitif dengan pengaruh lingkungan sosial (Budiarto, 2017). Selanjutnya berdasarkan data dalam kajian penelitian Lubis membahas bahwa 74% wanita dipengaruhi oleh teman-temannya di media sosial dan forum, 88% wanita menggunakan sosial media, 68% browsing, 68% membaca berita, 62% melihat video, dan 57% mengakses email (Lubis, 2014).

### **2.1.3 Ragam Jenis Penggunaan Aplikasi Pesan Instan**

Pesan Instan merupakan media yang digunakan untuk berkomunikasi secara online dan mempermudah pengguna berinteraksi satu sama lain dalam penyebaran informasi maupun bisnis. Berbagai macam aplikasi PI yang tersedia dan digunakan saat ini diantaranya: Whatsapp, Line, Telegram, Facebook Messenger, Wechat, Google Hangout, dan lain-lain.

Dalam hal ini (Sukrillah et al., 2017) membahas tentang karakteristik penggunaan aplikasi Whatsapp (WA) yang digunakan sebagai media informasi civitas, forum diskusi, dan forum penyampaian kebijakan bagi civitas. Aplikasi Whatsapp paling populer digunakan saat sekarang ini. Hal ini dikarenakan WA memiliki biaya yang rendah dikombinasikan dengan memiliki kemampuan pengiriman pesan tanpa batas, menjadi

bagian dari tren dikarenakan aplikasi ini banyak digandrungi khalayak umum, dan memiliki rasa privasi relatif dibanding aplikasi lainnya (Church & De Oliveira, 2013).

Selanjutnya Chang dan Chang menjelaskan terkait penggunaan Line sebagai bagian dari aplikasi PI yaitu sama halnya dengan aplikasi WA, pengguna Line dapat bertukar teks, video, gambar dan audio serta dapat melakukan *VoIP conversations* dan *video conferences* secara gratis (Chang & Chang, 2018). Aplikasi Line mulai diluncurkan sejak Juni 2011 di Jepang (Iqbal et al., 2015), yang menyediakan registrasi nomor telepon kepada penggunanya. Fitur lainnya yang dimiliki Line, seperti: obrolan grup, obrolan pribadi, stiker, dan *hidden message*.

Aplikasi Telegram dirancang sebagai aplikasi ringan, sangat cepat, dan andal yang menyediakan fitur obrolan dalam grup dengan jumlah anggota grup yang lebih banyak ( $\geq 5000$  peserta). Telegram juga menyediakan bot akun penjawab otomatis yang dapat merespon teks tertentu dengan memberikan Jawaban yang telah diformat sebelumnya. Aplikasi Telegram memiliki kemiripan dengan aplikasi WA dalam menyediakan ID pengguna dan kontak (Sutikno et al., 2016).

Nomor telepon digunakan sebagai identifikasi utama pengguna. Setelah terdaftar, pengguna dapat berkomunikasi dengan nomor yang ada di daftar kontak hp yang juga sudah menginstal aplikasi Telegram. Dengan demikian, memudahkan dalam menghubungi pengguna lainnya tanpa harus memasukkan nomor pengguna lainnya di dalam kontak Telegram. Kelebihan yang dimiliki Telegram yaitu: 1) dapat mengatur privasi nomor telepon bagi beberapa orang, 2) memiliki stiker yang bisa digunakan dalam obrolan selain teks, 3) dapat berbagi dokumen dengan variasi jenis file, berbagi gambar dan video tanpa batas ukuran, dan 4) memiliki arsip komunikasi yang disimpan di cloud, sehingga pengguna tidak perlu khawatir kelihatan chat setelah berganti hp (Job et al., 2016).

Aplikasi Facebook dikembangkan pada tahun 2004. Adapun fitur yang diberikan memungkinkan pengguna menambahkan teman, mengirim pesan melalui Facebook Messenger, memperbarui profil pribadi untuk memberitahu pengguna lainnya tentang diri mereka sendiri, membentuk dan bergabung dengan grup virtual, mengembangkan aplikasi, dan mengirim konten (Quan-Haase & Young, 2010).

Berdasarkan temuan Wang dkk, terdapat tiga alasan umum memilih aplikasi WeChat yaitu murah, nyaman, dan menyenangkan (Wang et al., 2015). Sama halnya dengan WA, penggunaan WeChat dapat beroperasi menggunakan jaringan apapun dan hanya perlu membayar menggunakan paket data yang sudah dimiliki. Fitur WeChat seperti obrolan

suara dan obrolan grup memiliki keunggulan, yaitu dapat menghemat waktu dan biaya komunikasi (Church & De Oliveira, 2013).

## **2.2 Dampak Penggunaan Pesan Instan**

Dengan adanya kemudahan bagi penggunaan PI dalam menyebarkan informasi diberbagai bidang dan ketersediaan fitur-fitur yang mendukung, menjadikan PI tidak hanya sebagai media komunikasi formal namun juga informal. Oleh karena itu, pengguna PI dituntut untuk lebih *aware* terhadap dampak yang akan ditimbulkan dari keluwasan dan kemudahan akses penggunaan aplikasi PI.

Hal ini sangat berpengaruh pada tingkat pengalaman seseorang dalam menggunakan aplikasi. Sebagaimana pendapat Budiarto yaitu semakin berpengalaman seseorang dalam menggunakan teknologi komunikasi, maka kekhawatiran terhadap resiko atau dampak yang ditimbulkan semakin kecil berbeda dengan yang belum berpengalaman cenderung memiliki kekhawatiran atau kecemasan yang lebih besar (Budiarto, 2017). Adanya pengalaman yang dibarengi dengan pengetahuan terhadap penggunaan aplikasi PI dapat meminimalisir dampak dari penggunaan PI di kehidupan sehari-hari.

Penggunaan aplikasi Pesan Instan memberikan kemudahan bagi pengguna dalam berinteraksi dengan saudara, teman, atau rekan kerja yang jauh menjadi dekat. Namun perlu diketahui, penggunaan PI juga memiliki dampak pada kehidupan sosial dan psikologis diantaranya; penyebaran berita *hoax*, sebagai media gosip, *hate speech*, dan penyebaran konten dewasa (Tutiasri et al., 2019)(Septanto, 2018)(Agustina & Hafiza, 2013).

### **2.2.1 Dampak Sosial**

Penggunaan aplikasi PI yang dilakukan secara ekstensif dalam kehidupan sehari-hari juga dapat memberikan peluang terjadinya tindak kejahatan, seperti *cyber bullying*, *cyber stalking*, *criminals' communication* (Chang & Chang, 2018). Hal ini terjadi dikarenakan adanya dukungan dari fitur-fitur yang disediakan dari masing-masing aplikasi PI, diantaranya: fasilitas untuk mengirim dan menerima pesan obrolan, gambar, audio, video secara *real time*.

Bouhnik and M. Deshen dalam penelitiannya menjelaskan, terdapat kelemahan yang dimiliki pada aplikasi WA yaitu membanjirnya pesan yang tidak relevan atau tidak masuk akal (*hoax*) dan penggunaan aplikasi WA bukan hanya untuk komunikasi formal (Bouhnik & Deshen, 2014). Hal senada yang juga disampaikan oleh Ilahi yaitu wanita terutama ibu-ibu lebih cepat terpancing untuk mempercayai dan menyebarkan berita *hoax*, apalagi berita

tersebut bersifat konten kemanusiaan (Ilahi, 2019). Hal ini dikarenakan wanita memiliki rasa empati yang tinggi, sehingga mudah terpengaruh pada konten kemanusiaan.

Tidak hanya kaum wanita yang dikategorikan mudah terpengaruh pada berita *hoax*, namun juga anak sekolah tingkat SMA. Berdasarkan hasil penelitian Henriette, S. C., & Windiani, (2018) menyebutkan, siswa pada jenjang SMA rentan terhadap penyebaran *hoax*, hal ini dikarenakan siswa SMA lebih cepat percaya berita tanpa menggali kebenaran berita tersebut. Pendapat tersebut sejalan dengan temuan Kertanegara, dkk bahwa faktor tingkat literasi media mempengaruhi perilaku tingkat penyebaran *hoax* (Kertanegara et al., 2020). Dengan demikian, pentingnya kesadaran untuk membaca informasi tidak hanya bagi diri sendiri, namun juga berkaitan dengan kepentingan umum.

Selanjutnya melalui kajian ilmiah yang dilakukan oleh Junaida bahwa pemanfaatan aplikasi PI juga dapat digunakan sebagai media gosip, salah satunya aplikasi Whatsapp yang digunakan sebagai interaksi komunikasi virtual sebagai ruang baru budaya gosip (Junaida, 2018). Dampak lainnya pada penggunaan aplikasi Line terutama pengguna Android yaitu dapat meninggalkan jejak digital pada memori *smartphone* dan memori server (Chang & Chang, 2018).

Senada dengan temuan Riadi, dkk menyebutkan bahwa aplikasi Line rentan terhadap ancaman, yaitu aplikasi Line dapat mengirim pesan yang tidak terenkripsi melalui internet (Jain et al., 2015). Dengan adanya kelemahan ini dapat memberikan peluang bagi tindak kejahatan dunia maya untuk melakukan pelanggaran hak cipta, penipuan, *hacking*, *cyberbullying*, and *stalking*.

### **2.2.2 Dampak Psikologis**

Banyak kasus dari penggunaan PI yang berdampak pada dunia nyata, seperti tidak sedikit peristiwa pemerkosaan yang terjadi pada wanita berawal dari perkenalan melalui Facebook Messenger (Lubis, 2014). Hal ini dikarenakan wanita cenderung ekspresif dan lebih sensitif dalam berkomunikasi serta mudah terpengaruh jika percakapan berkaitan dengan empati.

Studi lainnya terkait penggunaan teknologi komunikasi dapat menurunkan tingkat stress, yaitu wanita yang menggunakan teknologi komunikasi cenderung memiliki tingkat stress yang lebih rendah daripada wanita yang tidak menggunakan sama sekali (Hampton et al., 2015). Hal ini dikarenakan wanita cenderung berbagi perasaan dengan berbagai orang dibandingkan laki-laki. Dengan mengekspresikan perasaan, maka dapat mengurangi stress yang dialami bagi kalangan wanita.

Selanjutnya, *cyberbullying* memberikan dampak psikologis bagi pengguna Pesan Instan. Melalui *cyberbullying* korban mengalami depresi, berperilaku pasif, mengalami

kemurungan, dan sering merasakan kecemasan. Pelaku *cyberbullying* dapat menutupi identitasnya (anonimitas) dan menyerang korban dengan hal-hal yang tidak menyenangkan, menghina dan mengintimidasi melalui pemanfaatan perangkat teknologi berbasis online (Donegan, 2012). Bentuk *Cyberbullying* disebar melalui pesan teks, *e-mail*, Pesan Instan, *online grup*, dan *chatting* (Rachmatan & Ayunizar, 2017).

Berdasarkan hasil penelitian Macdonald dan Pittman menjelaskan, perbedaan tingkat *cyberbullying* antara laki-laki dan perempuan adalah sebanding (MacDonald & Roberts-Pittman, 2010). Pendapat ini sejalan dengan hasil penelitian Rachmatan dan Ayunizar, bahwa tidak terdapat perbedaan signifikan perilaku *cyberbullying* antara siswa laki-laki dan siswa perempuan (Rachmatan & Ayunizar, 2017). Dalam hal ini, perempuan ataupun laki-laki memiliki kesempatan yang sama untuk mengucilkan, mencemarkan nama baik, atau mengintimidasi individu dalam sebuah grup. Berbeda dengan pendapat Owens, Shute, dan Slee menjelaskan bahwa secara tidak langsung wanita cenderung berpartisipasi dalam *bullying* seperti bergosip (Marcum et al., n.d.)

### **2.3 Multiple Correspondence Analysis (MCA)**

MCA merupakan metode visualisasi data yang digunakan untuk mengetahui atau menganalisis data yang bersifat kategorikal yang memiliki hubungan dan pola antara beberapa variabel (Greenacre & Blasius, 2007). MCA kerap digunakan untuk menentukan karakteristik dari kelompok yang terbentuk. Karakteristik tersebut terbentuk dari kedekatan antara variabel dependen dan independen dalam plot korespondensi berganda.

Pada tahun 2018, sebuah penelitian yang menggunakan metode MCA (Multiple Correspondent Analysis) dengan judul penelitian "*Investigating Daily Mobile Device Use among University Students in Indonesia*" yang juga menjadi landasan untuk menggunakan metode MCA pada Penelitian ini, mengungkapkan bahwa penggunaan dari aplikasi Pendidikan pada perangkat seluler dapat menghabiskan waktu lebih dari lima jam perharinya namun penggunaan aplikasi *game* seluler dapat menghabiskan waktu lebih banyak pada perangkat seluler (Pratama, 2018). Penelitian ini juga mengemukakan lima prediktor yang signifikan perihal waktu yang dihabiskan mahasiswa pada penggunaan perangkat seluler seperti rutinitas penggunaan aplikasi media sosial dan *game* seluler, status ekonomi sosial, sikap negatif terhadap teknologi informasi, dan jenis kelamin.

Penelitian yang dilakukan oleh (Hermawansyah & Pratama, 2019) dengan judul "Analisis Profil dan Karakteristik Pengguna Media Sosial di Indonesia dengan metode EFA dan MCA" Pada penelitian ini, mengungkapkan bahwa penggunaan aplikasi media sosial di Indonesia rata-rata penggunanya menggunakan aplikasi media sosial yang marak

digunakan, dalam pengguna aplikasi media sosial juga terdapat pengguna yang rutin menggunakan minimal mingguan dan rutin harian. Temuan lain penelitian ini mengungkapkan bahwa Penggunaan media sosial memiliki dampak negatif yang sangat tinggi. Penelitian lain yang juga menggunakan metode MCA yang dilakukan oleh (Aristi & Pratama, 2021) dengan judul “ Peran *Digital Freelance Marketplace* dan Media Sosial untuk Jual Beli Jasa Profesional Lepas dalam *Gig Economy*” pengguna *gig economy* di indonesia didominasi oleh pengguna yang berada di provinsi Jakarta, dan *gig economy* sendiri menjadi pekerjaan sampingan bagi muda mudi yang berdomisili di pulau jawa.



## **BAB 3**

### **METODOLOGI**

#### **3.1 Objek Penelitian**

Pada penelitian ini objek yang akan dijadikan bahan penelitian sebanyak 386 responden yang didapat dari rumus *sample size*, responden pada penelitian merupakan netizen di seluruh Indonesia. Kriteria inklusi objek pada penelitian ini sebagai berikut:

1. Netizen yang berdomisili di Indonesia
2. Netizen yang menggunakan Aplikasi PI
3. Netizen yang berumur 13 tahun ke atas

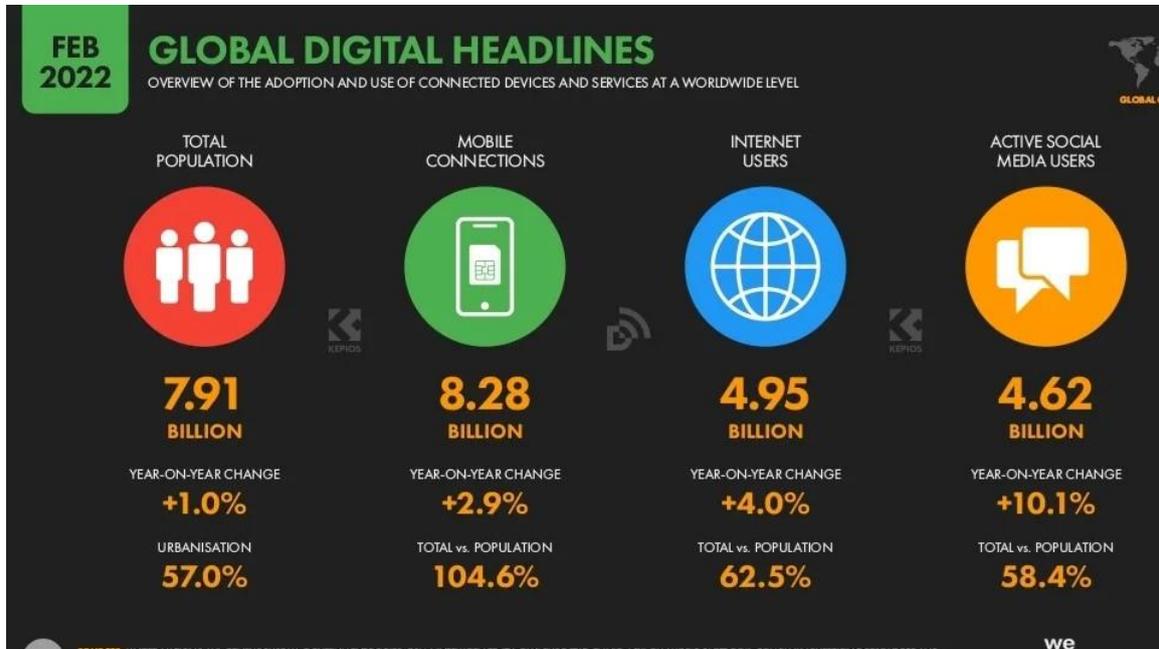
#### **3.2 Metode Pengumpulan dan Pengolahan Data**

##### **3.2.1 Metode Pengumpulan Data**

Penelitian ini merupakan penelitian *exploratory research* untuk memberikan pemahaman yang lebih baik dari persoalan yang ada. *Exploratory research* terbagi menjadi dua yaitu *primary research* dan *secondary research*. Pada *primary research* data berupa informasi yang didapatkan langsung dari subjek penelitian yang ada melalui survei, observasi, dan wawancara. Pengumpulan data dapat langsung dilakukan oleh peneliti atau mengandalkan pihak ketiga. Pada *secondary research* data informasi yang didapat merupakan hasil dari penelitian yang sudah ada sebelumnya. Informasi yang ada dapat diperoleh dari *online research*, studi pustaka, maupun studi kasus. Langkah yang digunakan dalam *exploratory research* merupakan indentifikasi masalah, pembuatan hipotesis dan penelitian yang lebih luas (bhat, 2019). Data yang dikumpulkan pada penelitian ini merupakan data *primary* yang diperoleh dari hasil pengisian kuisisioner *online* dengan responden dari pengguna aplikasi Pesan Instan dan didukung oleh *secondary* data dari sumber data statistik dan hasil dari penelitian yang relevan.

Dalam pengumpulan data yang digunakan pada penelitian ini, teknik pengambilan data menggunakan teknik sampling probabilitas, teknik sample probabilitas merupakan teknik pengambilan sampel yang menjadikan setiap populasi dapat peluang yang sama untuk dapat dipilih menjadi sampel. Pengambilan sampel pada penelitian ini menggunakan teknik *Cluster Sampling* (CS), (Hidayat, 2017). Teknik *Cluster Sampling* (CS) adalah teknik dimana anggota sampel yang terpilih akan bertindak sebagai kelompok. Survey yang dilakukan akan disebarluaskan melalui media sosial seperti facebook, twitter, dan linkedin serta melalui aplikasi pesan instan seperti WhatsApp, Telegram, dan Line. Dari data yang didapat melalui sistem survei *online* kemudian data dianalisis menggunakan

probabilitas statistik. Sampel dalam penelitian ini hanya mengambil dari pengguna layanan internet atau warganet di Indonesia, Berdasarkan data yang yang dijabarkan oleh (Kemp, n.d.) tentang jumlah pengguna layanan internet di Indonesia, pada tahun 2022 pengguna aktif layanan internet di Indonesia sebanyak 150 Juta, lebih jelasnya dapat dilihat pada Gambar 3.1.



Gambar 3.1 Pengguna Media Sosial di Indonesia (Kemp, n.d.).

Rumus yang digunakan untuk melakukan perhitungan sampel pada penelitian ini dapat dilihat pada gambar 3.2. (Survey, n.d.).

$$n = \frac{\frac{z^2 \times p(1-p)}{e^2}}{1 + \left(\frac{z^2 \times p(1-p)}{e^2 N}\right)}$$

Gambar 3.2 Rumus Sample Size

n= jumlah sample, N=ukuran poulasi, e= margin of erorr, z=skor -z = jumlah standar deviasi yang diberikan proposri jauh dari rata-rata. Untuk menemukan skir -z yang tepat untuk digunakan dapat dilihat pada tabel 3.1:

Tabel 3.1 Skor -z.

No	Tingkat Kepercayaan	Skor -z
1	80%	1.28
2	85%	1.44
3	90%	1.65
4	95%	1.96

5	99%	2.58
---	-----	------

Dari perhitungan sample yang dibutuhkan pada penelitian ini yaitu dengan tingkat kepercayaan 95% *margin of error* 5% sehingga jumlah sample yang dibutuhkan sebanyak 385 individu pengguna layanan internet di Indonesia.

### 3.2.2 Metode Pengolahan Data

Pada penelitian ini analisis data menggunakan analisis statistik deskriptif dan inferensial. Alat yang digunakan dalam penelitian ini adalah Rstudio untuk melakukan analisis data yang dikumpulkan. Statistik deskriptif merupakan statistik yang digunakan untuk mendeskripsikan atau menggambarkan objek yang diteliti melalui data sampel yang telah dikumpulkan, tanpa analisis, dan kesimpulan yang berlaku untuk umum. Pada statistik deskriptif data yang disajikan berbentuk tabel, distribusi frekuensi, grafik garis atau batang, diagram lingkaran, pictogram, penjabaran kelompok dengan modus, median, mean, dan variasi kelompok dengan rentang dan simpangan baku. Statistik deskriptif hanya mendeskripsikan data yang ada tanpa menafsirkan informasi yang disajikan oleh data tersebut (Sugiyono, 2006). Pada penelitian ini statistik deskriptif digunakan untuk menjelaskan aplikasi Pesan Instan yang marak digunakan yang didapatkan pada hasil survei. Sedangkan untuk menjelaskan profil dan karakteristik pengguna aplikasi pesan singkat di Indonesia, serta pola penggunaan dan apa saja yang membuat pengguna aplikasi Pesan Instan tertarik untuk menggunakan salah satu aplikasi dari aplikasi Pesan Instan statistik deskriptif memerlukan bantuan dari statistik inferensial.

Statistik inferensial merupakan statistik yang digunakan untuk menarik kesimpulan yang bersifat umum dari kumpulan data yang telah disusun dan diolah. Penerapan statistik inferensial lebih luas dari pada statistik deskriptif dalam penarikan kesimpulan, penyusunan atau perkiraan, dan pendekatan. Statistik inferensial merupakan statistik yang digunakan untuk menganalisis data sampel, lalu hasilnya akan diinferensialkan pada populasi yang menjadi sampel dari penelitian. Statistik inferensial memiliki dua karakteristik yaitu statistik parametrik dan non parametrik. Statistik parametrik merupakan statistik yang menuntut terpenuhinya banyak hipotesis yaitu yang berhubungan dengan kenormalan data dan homogenitas data, pada statistik parametrik data yang dikeluarkan berupa interval atau rasio, sedangkan statistik non parametrik tidak memerlukan asumsi tersebut. Statistik inferensial menggunakan model statistik yang disebut *generalized linear model*, yaitu *t-test*, ANOVA, *chi-square test*, analisis regresi, dan lain-lain (Rosana & Setyawarno, 2016).

Teknik analisis data yang digunakan pada penelitian ini merupakan teknik analisis regresi. Teknik analisis regresi dilakukan ketika tujuan penelitian belum dapat diperoleh jika hanya dengan uji korelasi. Jika suatu variabel memiliki hubungan dengan variabel lainnya, maka dari itu analisis regresi dapat digunakan agar mengetahui prediksi dari suatu variabel terhadap variabel lainnya untuk mengetahui bagaimana hubungan sebab akibat antara variabel tersebut (Rangkuti, A. A., Psi, S., & Si, 2017). Pada penelitian ini yang menjadi variabel x merupakan faktor yang mempengaruhi penggunaan dari Pesan Instan seperti usia, jenis kelamin, pendidikan, demografis, sosial, keamanan, fitur dan lain. Sedangkan variabel Y merupakan Aplikasi Pesan Instan apa saja digunakan oleh pengguna seperti WhatsApp, LINE, Telegram, WeChat, Skype dan lain-lain.

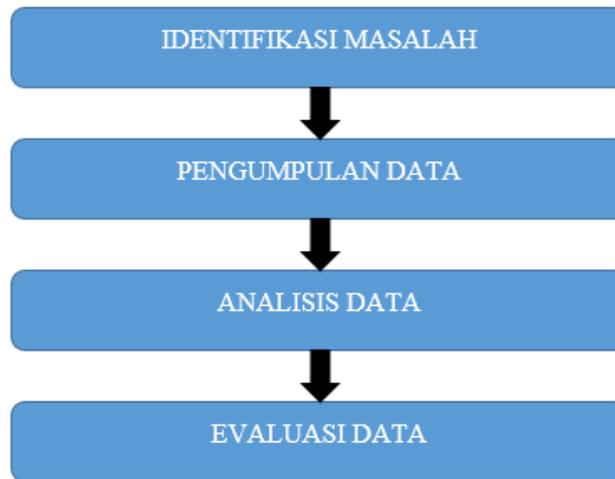
Penelitian eksplorasi data ini menggunakan teknik analisis *Multiple Correspondence Analysis* (MCA) dan *Clustering Analysis* (CA). MCA sendiri adalah metode analisis data yang digunakan untuk menggambarkan, mengeksplorasi, meringkas, dan memvisualisasikan informasi yang terkandung dalam tabel data N individu yang dijelaskan oleh variabel kategori Q. metode ini sering digunakan untuk menganalisis data kualitatif. MCA juga dianalogikan sebagai Principal Components Analysis (PCA) untuk variabel kategori (bukan variabel kuantitatif) atau sebagai level berikutnya dari Correspondent Analysis (CA) yang digunakan pada kasus yang memiliki variabel lebih dari dua kategori MCA digunakan untuk menampilkan sifat dari data kualitatif (yang berkemungkinan dikombinasikan dengan data kuantitatif). MCA mendeskripsikan data dalam bentuk geometrik seperti grafik dengan dimensi rendah (Costa, P. S., Santos, N. C., Cunha, P., Cotter, J., & Sousa, 2013).

### **3.3 Tahapan Penelitian**

Tahapan penelitian dibentuk untuk mendapatkan gambaran dalam menyelesaikan permasalahan yang ada. Pada penelitian ini tahapan dibentuk secara sistematis agar dapat menjadi pedoman dalam penyelesaian masalah, adapun tahapan pada penelitian ini terdiri dari:

1. Identifikasi masalah
2. Pengumpulan data
3. Analisis data
4. Evaluasi data

Tahapan pada penelitian ini dapat dilihat pada Gambar 2.1.



Gambar 3.3 Tahapan Penelitian

Tahapan penelitian terbagi menjadi 5 tahapan, yaitu :

1. Identifikasi Masalah

Pada tahapan ini identifikasi masalah dilakukan untuk memperoleh informasi berupa permasalahan penggunaan PI. Masalah yang diidentifikasi seperti penyebaran *hoax*, penipuan, pornografi dan ujaran kebencian, serta mengidentifikasi dampak positif dan negatif dari penggunaan PI.

2. Pengumpulan data

Pengumpulan data dilakukan dengan cara menyebarkan form pada netizen yang berada di Indonesia. Netizen yang mengisi form memiliki kriteria umur lebih dari 13 tahun. Data yang digunakan dalam penelitian sebanyak 388 data.

3. Analisis data

Analisis data dilakukan setelah semua data yang di perlukan terkumpul, data di olah untuk mengetahui penggunaan PI di Indonesia.

4. Evaluasi Data

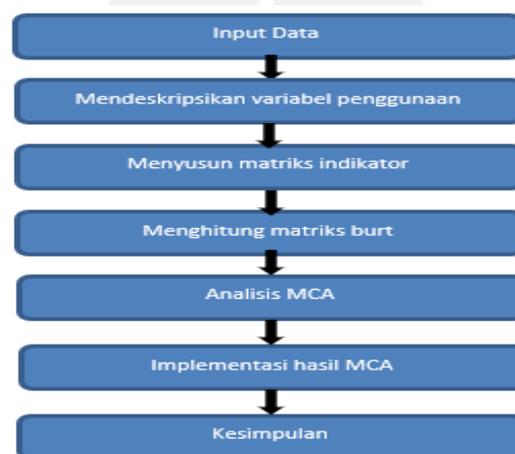
Evaluasi data dilakukan setelah semua data teranalisis, lalu di betuk menjadi data yang lebih mudah untuk dimengerti dan dipahami oleh pembaca.

**3.4 Multiple Correspondence Analysis (MCA)**

Pada penelitian ini teknik analisis yang digunakan adalah *Multiple correspondence Analysis* (MCA). MCA sendiri adalah metode analisis data yang digunakan untuk menggambarkan, mengeksplorasi, meringkas, dan memvisualisasikan informasi yang terkandung dalam tabel data N individu yang dijelaskan oleh variabel kategori Q. metode ini sering digunakan untuk menganalisis data kuisioner. MCA juga dianalogikan sebagai *Principal Components Analysis* (PCA) untuk variabel kategori ( bukan variabel kuantitatif)

atau sebagai level berikutnya dari *Correspondent Analysis* (CA) yang digunakan pada kasus yang memiliki variabel lebih dari dua kategori. Dalam penelitian ini MCA digunakan untuk mengetahui bagaimana profil dan karakteristik pengguna masing-masing aplikasi PI yang marak di Indonesia dan mengetahui pengaruh perbedaan usia, jenis kelamin, tingkat pendidikan dan faktor faktor demografis lainnya terhadap penggunaan Pesan Instan di Indonesia.

Metode MCA digunakan untuk mengetahui profil dan karakteristik pengguna Aplikasi PI yang marak digunakan di Indonesia dan pengaruh penggunaannya terhadap perbedaan usia, jenis kelamin, tingkat Pendidikan, dan faktor lain yang dapat mempengaruhi penggunaan PI di Indonesia. *Active variables* dalam penelitian ini adalah aplikasi PI sementara terdapat beberapa *supplementary variable* seperti usia, jenis kelamin, domisili, Pendidikan, pekerjaan, dan pendapatan bulanan. Tahapan analisis metode MCA dapat dilihat pada gambar 3.4.



Gambar 3.4 Tahapan Analisis MCA

### 3.5 Data Responden Aplikasi PI

Pada penelitian ini, peneliti menggunakan 8 jenis aplikasi PI yang populer digunakan pengguna di Indonesia, diantaranya: WhatsApp, Facebook Messenger, Telegram, LINE, Wechat, iMessage, Snapchat, Google Hangout/Duo. Berdasarkan data yang diperoleh dari 386 responden pengguna PI, WhatsApp diketahui sebagai aplikasi dengan penggunaan harian paling banyak dengan jumlah persentase 83,7%, diikuti Facebook Messenger sebagai aplikasi dengan penggunaan mingguan paling banyak dengan perolehan persentase sebesar 51,3%, dan Telegram dengan persentase 45,9%. Untuk lebih jelasnya tentang penggunaan aplikasi PI di Indonesia baik harian maupun minggunya dapat dilihat pada Tabel 2.1 dan 2.2.

Tabel 3.2 Demografi Responden

Kelompok	Kategori	N	%
Usia	13 s/d 18 Tahun	59	15.3
	19 s/d 24 Tahun	138	35.8
	25 s/d 30 Tahun	147	38.1
	> 31 Tahun	42	10.9
Jenis Kelamin	Pria	196	51
	Wanita	190	49
Pendidikan	Dasar Menengah	46	11.9
	Perguruan Tinggi	340	88.1
Pekerjaan	Tidak Bekerja	169	43.8
	Swasta	128	33.2
	Negeri	28	7.3
	Freelance	61	15.8
Pendapatan	<1 juta	118	30.6
	1 juta s/d 3 juta	138	35.8
	3 juta s/d 5 juta	62	16.1
	>5 juta	68	17.6
Pulau	Sumatera	174	45.1
	Jawa	159	41.2
	Kalimantan	22	5.7
	Sulawesi	20	5.8
	Lainya	11	2.8

Tabel 3.3 Responden Penggunaan Aplikasi PI

IM	Kategori Penggunaan	
	Harian	Mingguan
	N (%)	N (%)
WhatsApp	323(83,7%)	61(15,8%)
Facebook Messenger	72(18,7%)	198(51,3%)
Telegram	45(11,7%)	164(42,5%)
Line	43(11,1%)	187(48,4%)
Wechat	11(2,8%)	42(10,9%)
iMessage	7(1,8%)	53(13,7%)
Snapchat	7(1,8%)	76(19,7%)
Google Hangout	17(4,4%)	77(19,9%)

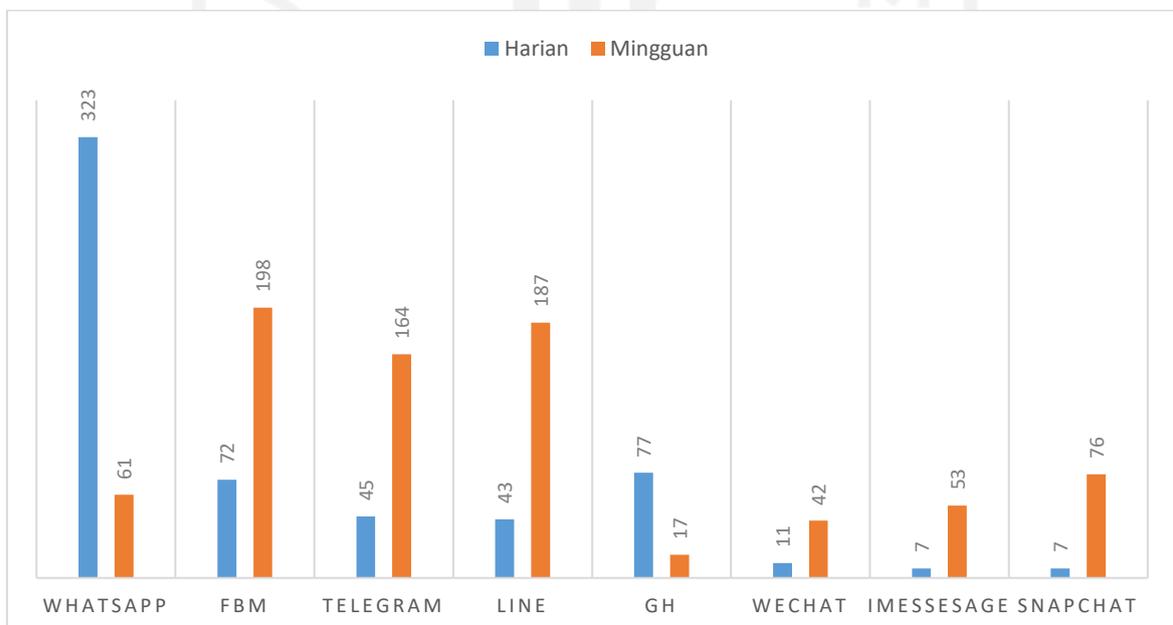
## BAB 4

### Hasil dan Pembahasan

#### 4.1 Penggunaan Pesan Instan di Indonesia

Terdapat 12 jenis aplikasi PI yang terdata digunakan di Indonesia, yaitu: Facebook Messenger (FBM), Google Hangout/Google Duo (GH/GD), ICQ, iMessage, KakaoTalk, LINE, MiChat, Skype, Snapchat, Telegram, WeChat, dan WhatsApp. Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan, terdapat 8 dari 11 aplikasi PI yang paling banyak digunakan, diantaranya: Whatsapp, Facebook Messenger, Telegram, Line, Google Hangout/Duo, iMessage, Snapchat dan Wechat. Adapun ruang lingkup yang dikaji terkait penggunaan PI yaitu segi gender, usia, demografi, pekerjaan, tingkat pendidikan, dan sistem operasi.

Berdasarkan pada Gambar 4.1 tentang penggunaan Pesan Instan harian dan minggunya, pada grafik harian aplikasi yang paling sering digunakan hingga yang paling sedikit digunakan jika diurutkan sebagai berikut : Whatsapp, FBM, Telegram, LINE, Google Hangout, Wechat, iMessage, Snapchat. Penggunaan minggunya jika diurutkan menurut penggunaannya sebagai berikut: FBM, LINE,Telegram, Snapchat, WhatsApp, iMessage, Wechat, Google Hangout/Duo.



Gambar 4.1 Grafik penggunaan *Pesan Instan* Harian dan Mingguan

Berikut ini pengelompokkan data penggunaan PI yaitu Facebook Messenger, Whatsapp, Telegram, LINE dan Google Hangout dikaji berdasarkan pengelompokkan jenis

kelamin, usia, pendidikan, pekerjaan, pendapatan, Pulau dan Sistem operasi yang digunakan, sebagai berikut:

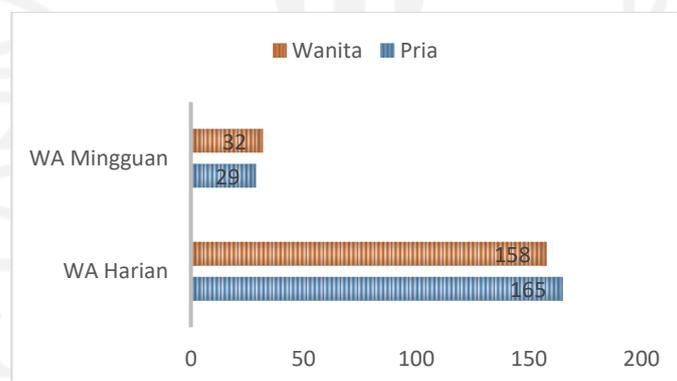
#### 4.1.1 Jenis Kelamin

Jika di lihat berdasarkan gambar 4.2, penggunaan Aplikasi FBM hariannya di dominasi oleh pengguna wanita dengan frekuensi 40 berbandi 32 dengan pria, sedangkan penggunaan mingguannya pengguna wanita juga mendominasi dengan frekuensi pemakaian 101 berbandi 97 dengan pengguna pria.



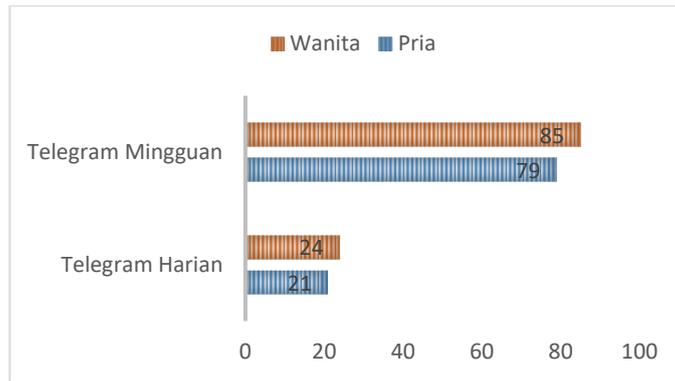
Gambar 4.2 Grafik Penggunaan FBM Berdasarkan pengelompokan Jenis Kelamin

Pada penggunaan aplikasi WhatsApp berdasarkan Gambar 4.3, Penggunaan hariannya di dominasi oleh pengguna pria dengan frekuensi pemakaian 165 berbandi 158 dengan pengguna wanita.



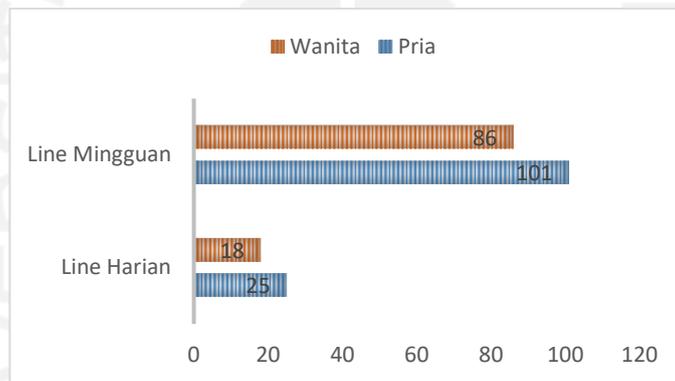
Gambar 4.3 Grafik Penggunaan WhatsApp Pengelompokan berdasarkan Jenis Kelamin

Penggunaan Aplikasi Telegram dapat dilihat pada Gambar 4.4, pada penggunaan hariannya pengguna Wanita lebih mendominasi dari pada pengguna Pria, dengan frekuensi pemakaian 24 berbanding 21 dengan pengguna pria. Pada penggunaan mingguan pengguna wanita juga mendominasi dengan frekuensi pemakaian 86 berbanding 79 dengan pengguna pria.



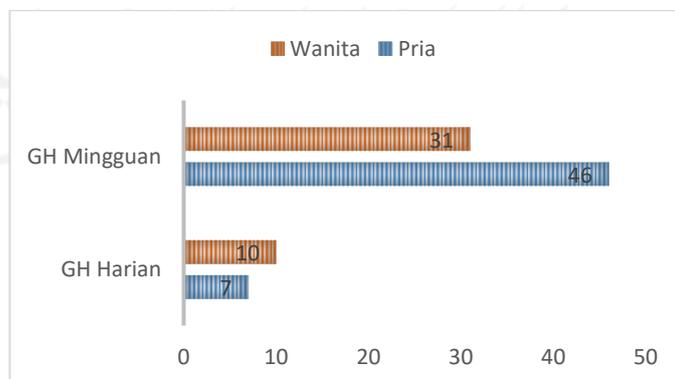
Gambar 4.4 Grafik penggunaan Telegram Berdasraka Pengelompokan Jenis Kelamin

Berdasarkan Gambar 4.5, Penggunaan aplikasi line hariannya banyak digunakan oleh pengguna pria dengan frekuensi pemakaian 25 benrbanding 18 dengan pengguna wanita, pada penggunaan mingguannya frekuensi pemakaian pengguna pria adalah 101 sedangkan pengguna wanita adalah 86.



Gambar 4.5 Grafik Penggunaan Line Pengelompokan berdasarkan Jenis kelamin

Pada penggunaan Aplikasi Google Hangout (GH) penggunaan hariannya relatif sedikit dan didominasi oleh pengguna wanita dengan frekuensi 10 dan pria 7, penggunaan mingguannya didominasi oleh pengguna pria dengan frekuensi 46 dan wanita 31.

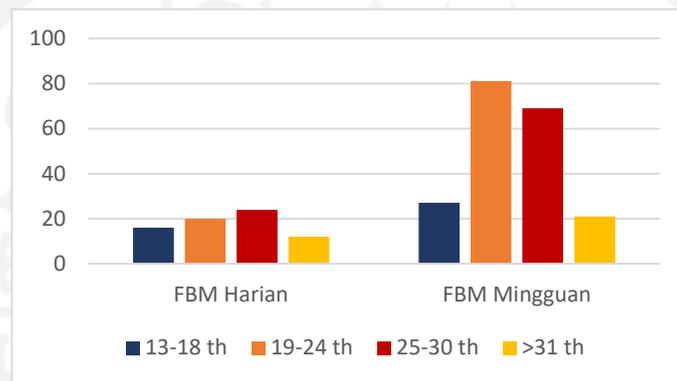


Gambar 4.6 Grafik Penggunaan Google Hangout Berdasarakan Pengelompokan Jenis Kelamin

#### 4.1.2 Usia

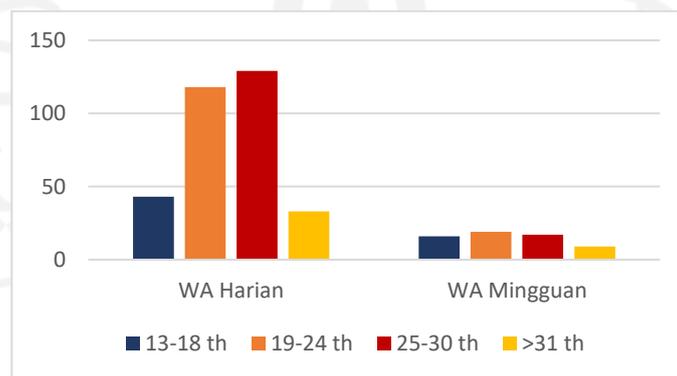
Pada Gambar 4.7, menunjukkan bahwa penggunaan FBM secara mingguan cenderung lebih banyak dilakukan oleh pengguna daripada FBM secara harian. Selanjutnya total pengguna FBM usia 25-30 tahun mencapai 147 pengguna lebih banyak dari pada usia 19-24 tahun sebanyak 138 pengguna.

Jika dikaji dari segi usia, pengguna FBM mingguan lebih ominan dilakukan oleh pengguna yang berusia 19-24 tahun. Sedangkan pengguna FBM harian cenderung diakses oleh pengguna rentang usia 25-30 tahun.



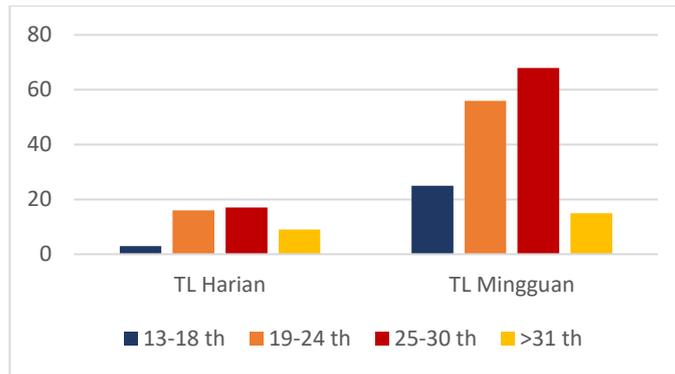
Gambar 4.7 Grafik Penggunaan Facebook berdasarkan pengelompokan usia

Penggunaan aplikasi WhatsApp (WA) yang dipaparkan pada Gambar 4.8, menunjukkan bahwa penggunaan WA harian cenderung lebih dominan dilakukan oleh pengguna dari semua kategori usia. Selanjutnya, usia 25-30 tahun berada pada frekuensi tertinggi pengguna WA harian daripada kategori usia yang lainnya. Sedangkan pengguna WA mingguan lebih dominan dilakukan pengguna rentang usia 19-24 tahun.



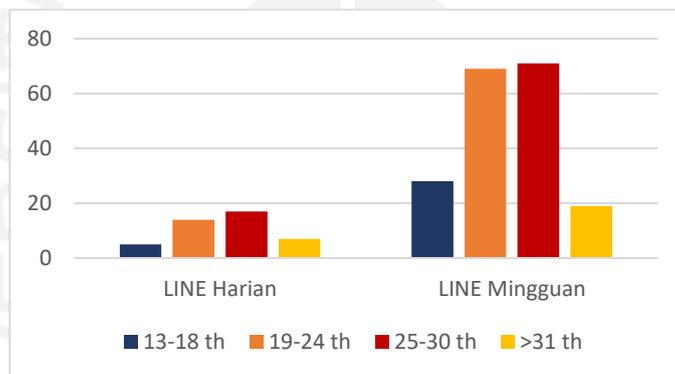
Gambar 4.8 grafik Penggunaan WhatsApp berdasarkan pengelompokan usia

Sedangkan penggunaan aplikasi Telegram (TL) yang tertera pada Gambar 4.9, menerangkan bahwa pengguna TL kategori usia 25-30 tahun cenderung menggunakan TL mingguan. Sedangkan usia 13-18 th, usia 19-24 th, dan usia >31 th memiliki frekuensi tertinggi dan termasuk pada kategori pengguna yang tidak pernah menggunakan telegram.



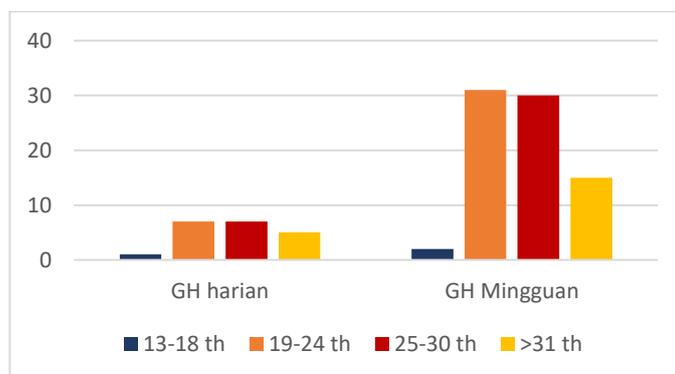
Gambar 4.9 Grafik penggunaan Telegram Berdasarkan Pengelompokan Usia

Dari yang dipaparkan pada Gambar 4.10, penggunaan aplikasi Line hariannya yang terbanyak frekuensi nya terdapat pada rentang usia 25-30 tahun., begitu juga dengan penggunaan mingguannya. Frekuensi terbanyak ke 2 penggunaan aplikasi Line merupakan rentang usia 19-24 tahun.



Gambar 4.10 Grafik Penggunaan Line Berdasarkan Pengelompokan Usia

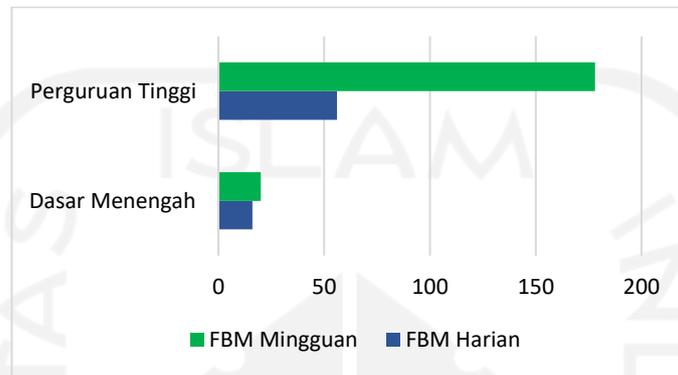
Pada penggunaan aplikasi google hangout/google duo perbedaan antar rentang umur 19-24 tahun dan 25-30 tahun tidak terlalu signifikan relatif sama pada penggunaan hariannya, sedangkan penggunaan mingguannya di dominasi oleh rentang usia 19-24 tahun.



Gambar 4.11 Grafik Penggunaan Google Hangout atau Google Duo Berdasarkan Pengelompokan Usia

### 4.1.3 Pendidikan

Pada Gambar 4.12, menjabarkan data pengguna Facebook Messenger berdasarkan tingkat pendidikan yaitu pengguna FBM cenderung digunakan pengguna secara mingguan. Khususnya pengguna yang berada pada tingkat pendidikan Perguruan Tinggi sebanyak 178 pengguna dari pada pengguna yang berada pada tingkat pendidikan dasar menengah dengan jumlah 20 pengguna.



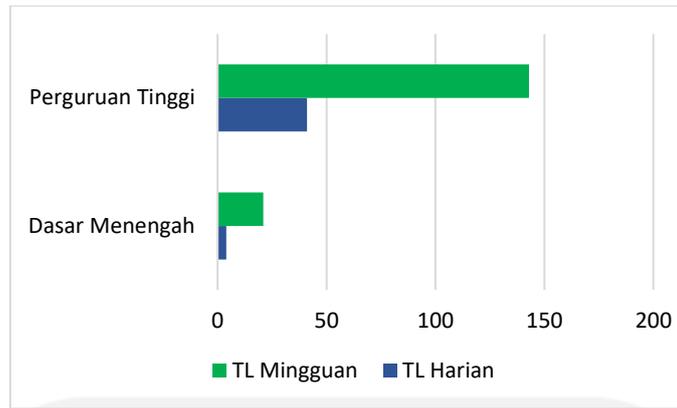
Gambar 4.12 Grafik Pengguna Facebook Messenger Berdasarkan Tingkat Pendidikan

Gambar 4.13 memaparkan data pengguna WhatsApp cenderung lebih banyak digunakan oleh pengguna pada tingkat pendidikan Perguruan Tinggi secara harian dengan jumlah 288 pengguna dibandingkan tingkat pendidikan dasar menengah sebanyak 35 pengguna.



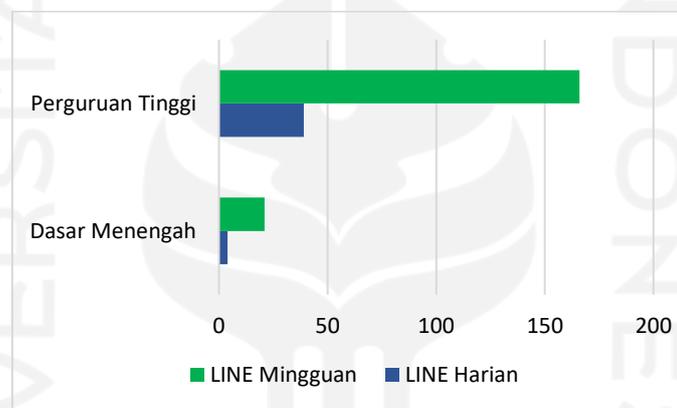
Gambar 4.13 Grafik Pengguna WhatsApp Berdasarkan Tingkat Pendidikan

Sama halnya dengan pengguna Telegram juga didominasi oleh pengguna tingkat pendidikan Perguruan Tinggi dengan kategori skala penggunaan mingguan sebanyak 143 pengguna dan harian dengan jumlah 41 pengguna.



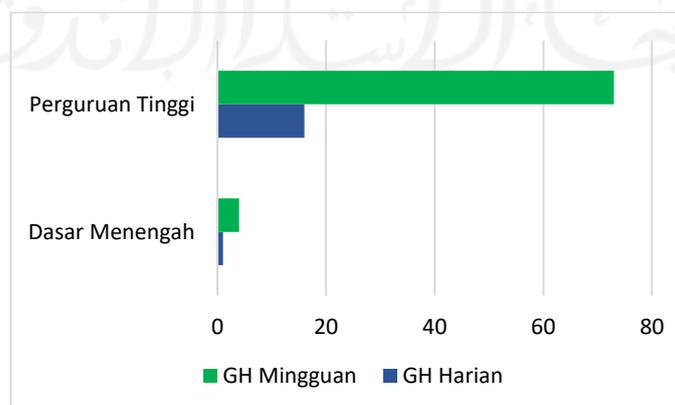
Gambar 4.14 Grafik Pengguna Telegram Berdasarkan Tingkat Pendidikan

Penggunaan aplikasi Line juga banyak didominasi oleh pengguna yang tingkat pendidikannya berada diperguruan tinggi, frekuensi penggunaan hariannya 39 dan penggunaan minggunya 166.



Gambar 4.15 Grafik Penggunaan Line Berdasarkan Pengelompokan Tingkat pendidikan

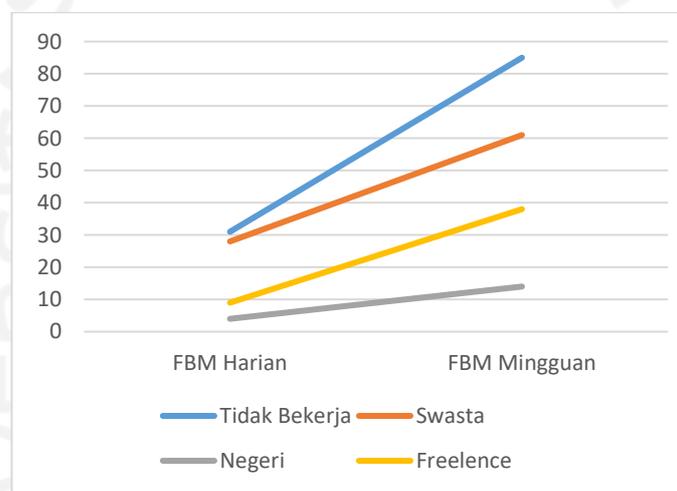
Aplikasi google hangout juga didominasi oleh pengguna yang tingkat pendidikannya berada diperguruan tinggi, frekuensi pemakaian harinaya 16 dan frekuensi penggunaan minggunya adalah 73, hal ini membuktikan bahaw pengguna yang memiliki tingkat pendidikan diperguruan tinggi lebih aktif menggunakan IM dari pada yang berada ditingkat pendidikan dasar menengah.



Gambar 4.16 Grafik Penggunaan Google Hangout Berdasarkan Pengelompokan Tingkat Pendidikan

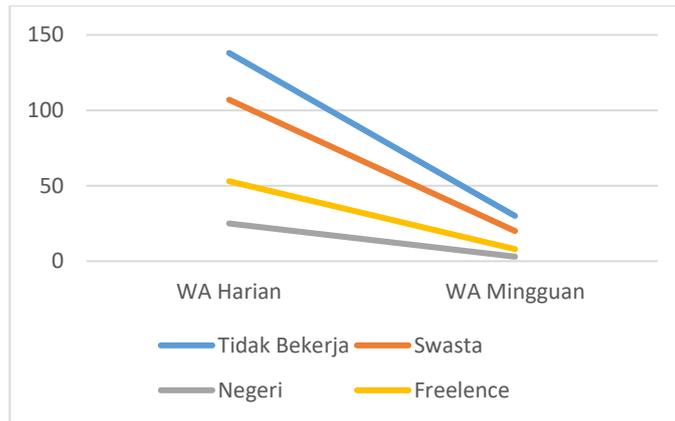
#### 4.1.4 Pekerjaan

Pengguna FBM jika dikelompokkan berdasarkan pekerjaan sebagaimana yang tertera pada Gambar 4.17 memaparkan yaitu kelompok pengguna yang tidak bekerja menduduki frekuensi tertinggi dari semua kelompok pengguna FBM, khususnya pada skala penggunaan FBM secara mingguan. Sedangkan pengguna FBM kelompok Negeri menduduki tingkat terendah dalam menggunakan FBM baik secara harian maupun mingguan.



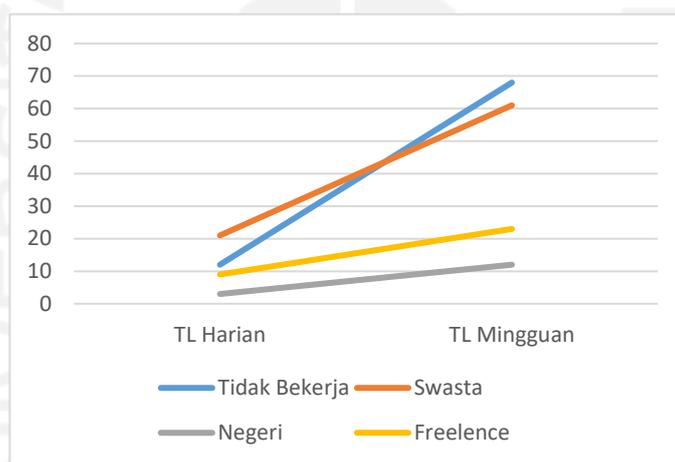
Gambar 4.17 Grafik Skala Penggunaan Facebook Messenger Berdasarkan Kategori Pekerjaan

Pada Gambar 4.18 menampilkan grafik pengguna WhatsApp pada kelompok pekerja. Berdasarkan data menunjukkan bahwa kelompok tidak bekerja menduduki frekuensi tertinggi dalam penggunaan WA, khususnya penggunaan WA harian dengan jumlah 138 pengguna. Sedangkan pekerja negeri menduduki tingkat terendah pada penggunaan WA harian.



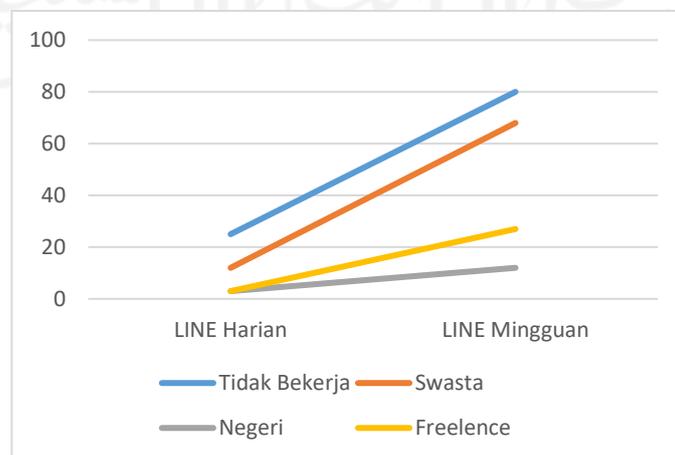
Gambar 4.18 Grafik Skala Penggunaan WhatsApp Berdasarkan Kategori Pekerjaan

Kelompok tidak bekerja menduduki tingkat teratas pada kategori pengguna aplikasi Telegram, terutama pada skala penggunaan tidak pernah dan mingguan. Sedangkan skala penggunaan harian cenderung dilakukan pada kelompok pekerja swasta.



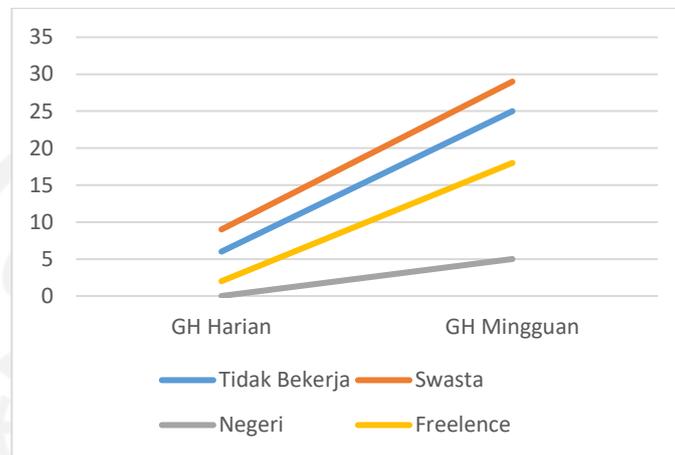
Gambar 4.19 Grafik Skala Penggunaan WhatsApp Berdasarkan Kategori Pekerjaan

Penggunaan Line juga didominasi oleh pengguna yang tidak bekerja baik dari penggunaan harian maupun mingguannya, frekuensi penggunaan hariannya adalah 25 dan frekuensi penggunaan mingguannya adalah 80.



Gambar 4.20 Grafik Skala Penggunaan Line Berdasarkan Pengelompokan Pekerjaan

Berbeda dengan penggunaan aplikasi Google Hangout penggunaan harian dan minggunya didominasi oleh pengguna yang bekerja pada perusahaan swasta dengan frekuensi hariannya adalah 9 dan minggunya adalah 29 grafiknya dapat kita lihat pada gambar 4.21.

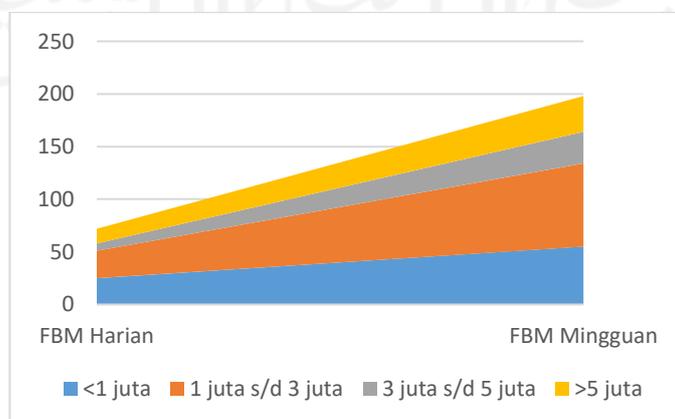


Gambar 4.21 Grafik Skala Penggunaan Google Hangout Berdasarkan Pengelompokan Pekerjaan

Dengan demikian dapat disimpulkan, pengguna PI lebih banyak didominasi oleh kelompok tidak bekerja, khususnya pada skala penggunaan FBM mingguan, dan WA harian.

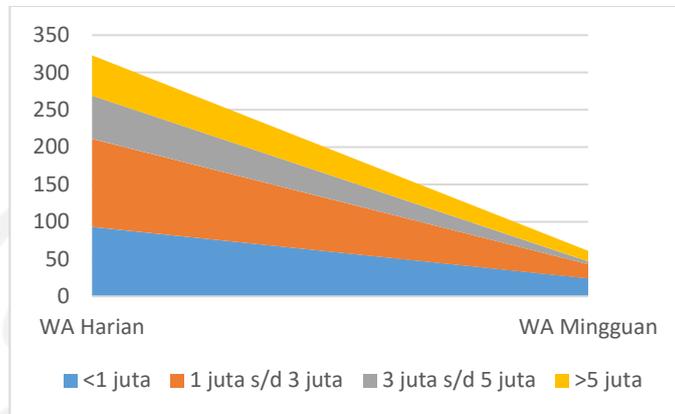
#### 4.1.5 Pendapatan

Penggunaan Facebook Messenger berdasarkan kategori pendapatan ditampilkan pada Gambar 4.22 yaitu pengguna dengan pendapatan rentang 1 juta s/d 3 juta cenderung menggunakan aplikasi FBM dengan skala penggunaan mingguan. Begitu juga dengan pengguna kategori pendapatan lainnya juga didominasi penggunaan FBM secara mingguan.



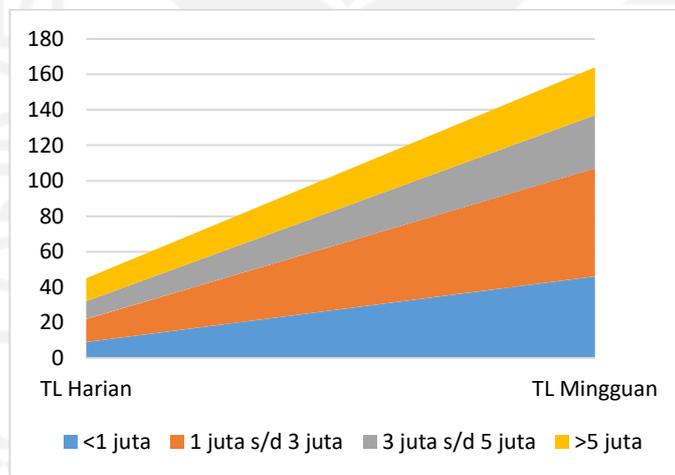
Gambar 4.22 Grafik Skala Penggunaan Facebook Messenger Berdasarkan Pendapatan

Pada penggunaan aplikasi WhatsApp juga didominasi oleh pengguna dengan kategori pendapatan 1 juta s/d 3 juta dengan skala penggunaan WA harian. Dilanjutkan dengan penggunaan WA harian oleh pengguna kategori pendapatan <1 juta, 3 juta s/d 5 juta, dan >5 juta yang dapat kita lihat pada gambar 4.23.



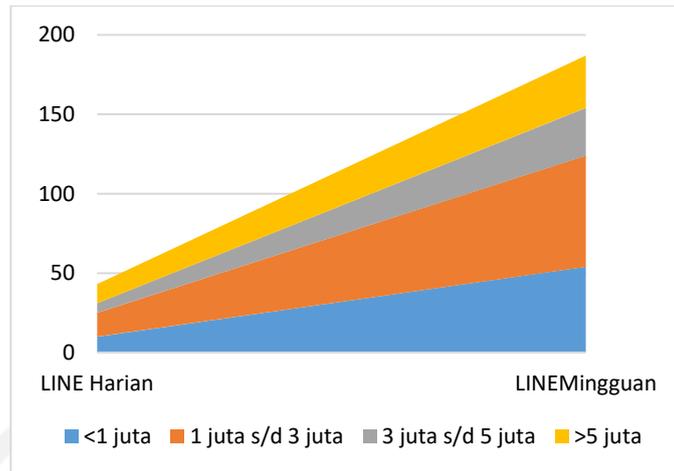
Gambar 4.23 Grafik Skala Penggunaan WhatsApp Berdasarkan Pendapatan

Sedangkan pada gambar 4.24 pengguna Telegram, didominasi oleh pengguna kategori pendapatan 1 juta s/d 3 juta dengan skala penggunaan TL tidak pernah. Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa aplikasi Telegram sangat minim digunakan oleh pengguna berdasarkan kelompok pendapatan.



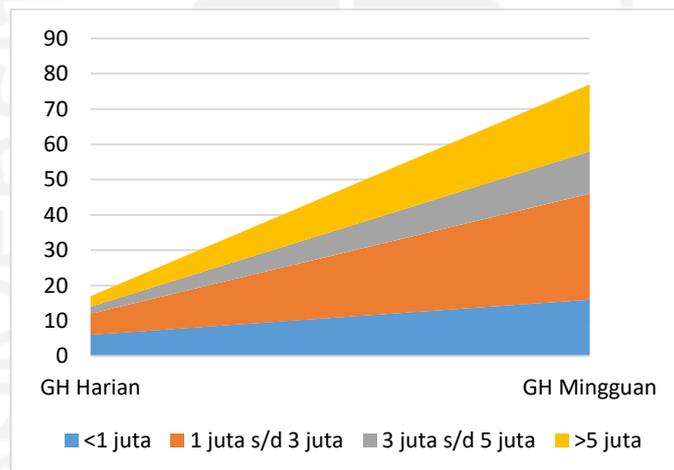
Gambar 4.24 Grafik Skala Penggunaan Telegram Berdasarkan Pendapatan

Pada gambar 4.25, skala penggunaan Line didominasi oleh pengguna yang pendapatannya 1 juta sampai dengan 3 juta rupiah, frekuensi penggunaannya hariannya adalah 13 dan penggunaan mingguan ya 61.



Gambar 4.25 Grafik Penggunaan Line Berdasarkan Pengelompokan Pendapatan

Penggunaan Google hangout didominasi oleh pengguna yang berpendapatan 1 juta sampai dengan 3 juta rupiah, frekuensi penggunaan hariannya adalah 6 dan frekuensi pemakaian minggunya adalah 30. Grafiknya dapat dilihat pada gambar 4.26.



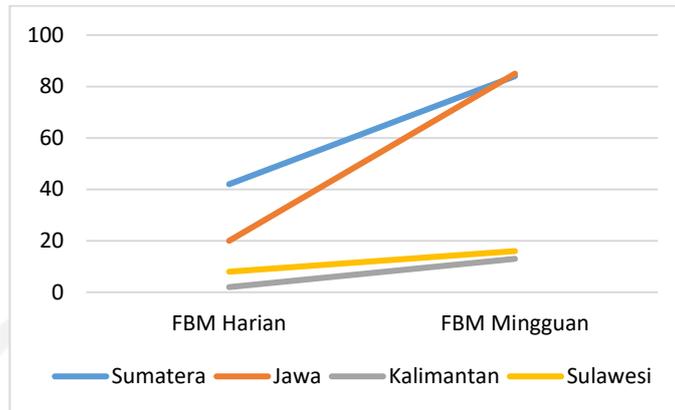
Gambar 4.26 Grafik Penggunaan Google Hangout Berdasarkan Pengelompokan Pendapatan

Berdasarkan data sebelumnya pada kelompok pendapatan, diperoleh kesimpulan yaitu pengguna aplikasi pesan instan pada kelompok ini didominasi oleh pengguna dengan kategori pendapatan 1 juta s/d 3 juta. Dengan rincian penggunaan aplikasi PI sebagai berikut: 1) aplikasi FBM didominasi dengan penggunaan secara mingguan, 2) aplikasi WA cenderung dilakukan secara harian, dan 3) Telegram lebih didominasi skala penggunaan tidak pernah dibandingkan penggunaan harian, 3) penggunaan aplikasi Line dan GH didominasi dengan pengguna yang berpendapatan 1 juta sampai 3 juta.

#### 4.1.6 Pulau

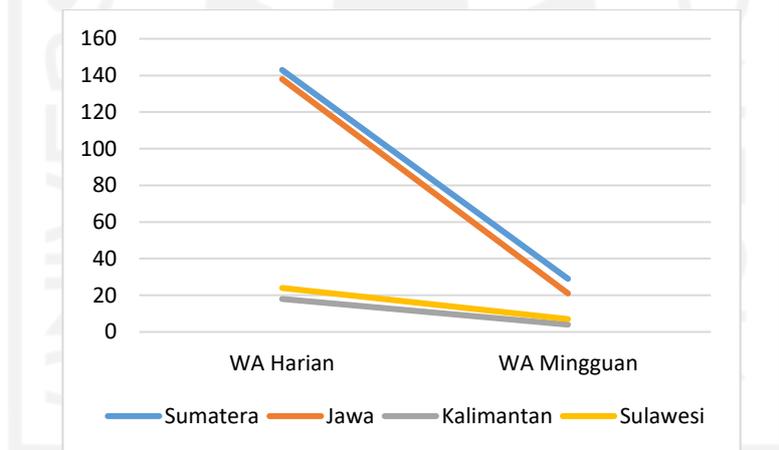
Pada kategori Pulau, pengguna aplikasi facebook messenger didominasi pengguna dari Pulau Jawa dengan skala penggunaan secara mingguan sebanyak 85 pengguna. Sedangkan

pengguna dari Pulau Kalimantan berada pada grafik terendah diantara Pulau lainnya yang dapat dilihat pada gambar 4.27.



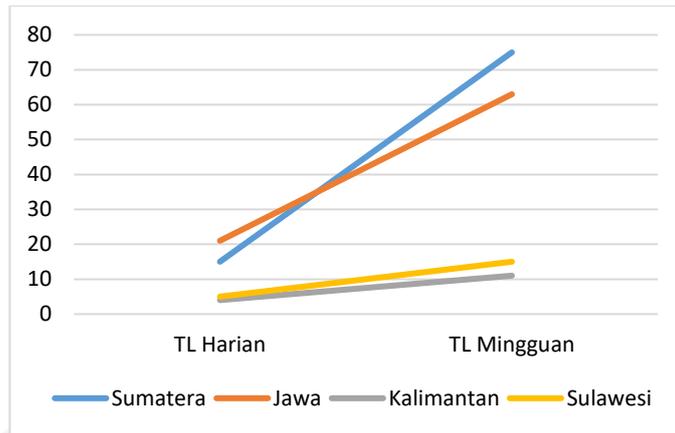
Gambar 4.27 Grafik Penggunaan Facebook Messenger Berdasarkan Pulau

Gambar 4.28 memaparkan grafik pengguna aplikasi WhatsApp berdasarkan kelompok Pulau. Pada grafik ini dapat dimaknai yaitu Pulau Sumatera cenderung lebih sering menggunakan aplikasi WA secara harian dibandingkan Pulau Kalimantan.



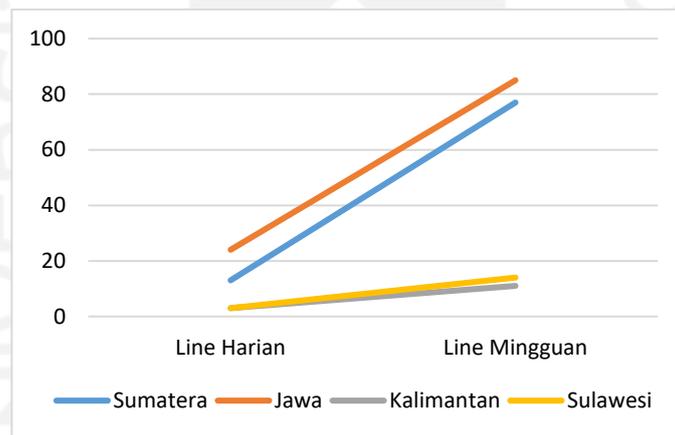
Gambar 4.28 Grafik Penggunaan WhatsApp Berdasarkan Pulau

Sedangkan pengguna Telegram juga didominasi oleh pengguna dari Pulau Sumatera dengan kategori skala penggunaan tidak pernah. Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa pengguna aplikasi PI didominasi oleh pengguna dari Pulau Sumatera dan Jawa. Dengan kategori penggunaan FBM Mingguan (Jawa), WA harian (Sumatera) dan TL tidak pernah (Sumatera) grafik penggunaan telegram dapat dilihat pada gambar 4.29.



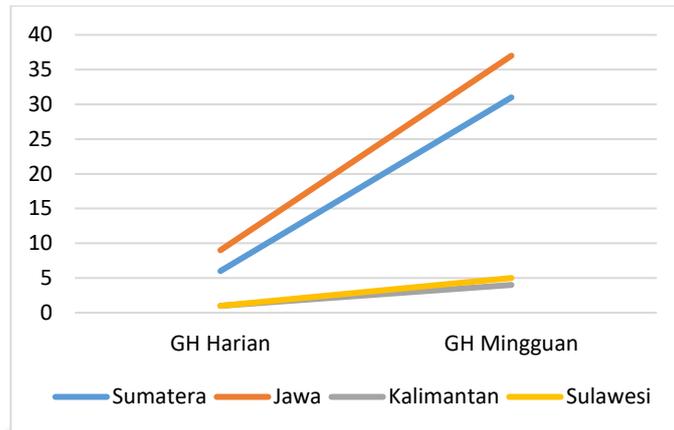
Gambar 4.29 Grafik Penggunaan Telegram Berdasarkan Pulau

Berbeda dari penggunaan Pesan instan yang lain pada aplikasi Line Penggunaan Harian dan minggunya didominasi oleh pengguna yang berada di Pulau Jawa, frekuensi penggunaan line hariannya adalah 24 dan frekuensi penggunaan minggunya adalah 58. Grafik penggunaan line dapat dilihat pada Gambar 4.30.



Gambar 4.30 Grafik Skala Penggunaan LINE Berdasarkan Pengelompokan Pulau

Berdasarkan Gambar 4.31 penggunaan Google Hangout juga didominasi oleh pengguna yang berada di Pulau Jawa baik harian maupun minggunya, frekuensi penggunaan hariannya adalah 9 dan penggunaan minggunya adalah 37. Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa pengguna Pesan instan terbanyak berada di Pulau Jawa dan di Pulau Sumatera.

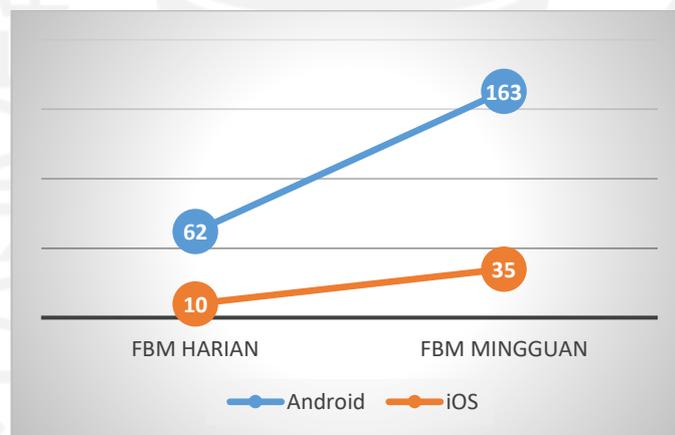


Gambar 4.31 Grafik Skala Penggunaan Google Hangout Berdasarkan Pengelompokan Pulau

Dapat dilihat pada gambar 4.31 penggunaan aplikasi berdasarkan pengelompokan demografis Pulau Jawa menempati posisi pertama pada penggunaan mingguannya.

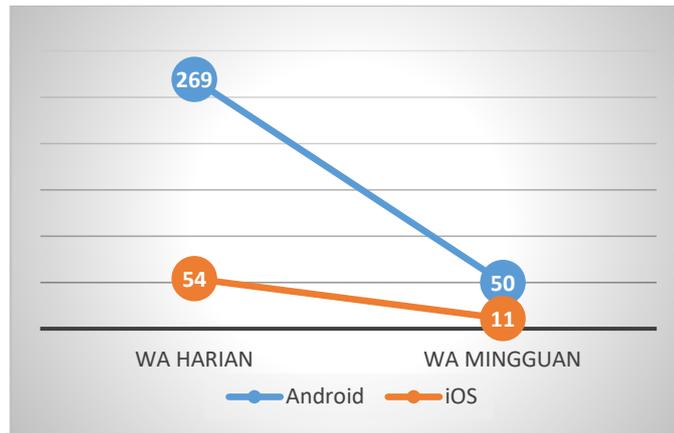
#### 4.1.7 Sistem Operasi

Penggunaan instant Messenger berdasarkan Os yang digunakan menurut Gambar 4.32, Penggunaan FBM didominasi oleh pengguna yang menggunakan OS Android dengan skala penggunaan hariannya adalah 62 dan mingguannya adalah 163.



Gambar 4.32 Grafik Skala Penggunaan FBM Berdasarkan Pengelompokan Sistem Operasi

Pada Gambar 4.33, Penggunaan aplikasi WhatsApp juga didominasi oleh pengguna yang menggunakan OS android, frekuensi pemakaian hariannya adalah 296 dan frekuensi penggunaan mingguannya adalah 50.



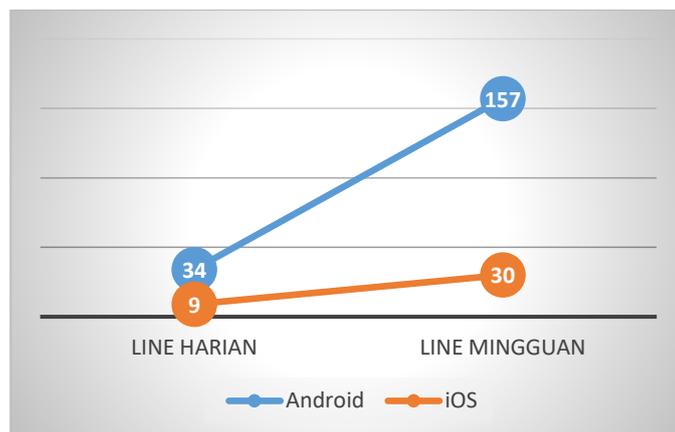
Gambar 4.33 Grafik Skala Penggunaan WA Berdasarkan Pengelompokan Sistem Operasi

Begitu juga dengan Telegram pada gambar 4.34, rata rata penggunanya menggunakan perangkat dengan OS android, frekuensi penggunaan harian telegram adalah 36 dan penggunaan mingguannya adalah 137.



Gambar 4.34 Grafik Skala Penggunaan Telegram Berdasarkan Pengelompokan Sistem Operasi

Pada penggunaan Aplikasi Line penggunaannya didominasi oleh pengguna yang menggunakan perangkat dengan sistem operasi android dengan frekuensi penggunaan sebanyak 34. Sedangkan penggunaan mingguannya juga didominasi oleh pengguna yang menggunakan perangkat android dengan frekuensi penggunaan 157. Lebih jelasnya dapat dilihat pada Gambar 4.35.



Gambar 4.35 Grafik Skala Penggunaan LINE Berdasarkan Pengelompokan Sistem Operasi

Berdasarkan Gambar 4.36 tentang Penggunaan aplikasi Google Hangout frekuensi penggunaan harian pada sistem operasi Android sebanyak 15 dan minggunya sebanyak 66, sedangkan pada sistem operasi iOS penggunaan hariannya 2 dan minggunya 11. Berdasarkan statistik tersebut pengguna aplikasi Google Hangout lebih banyak menggunakan sistem operasi android daripada iOS.

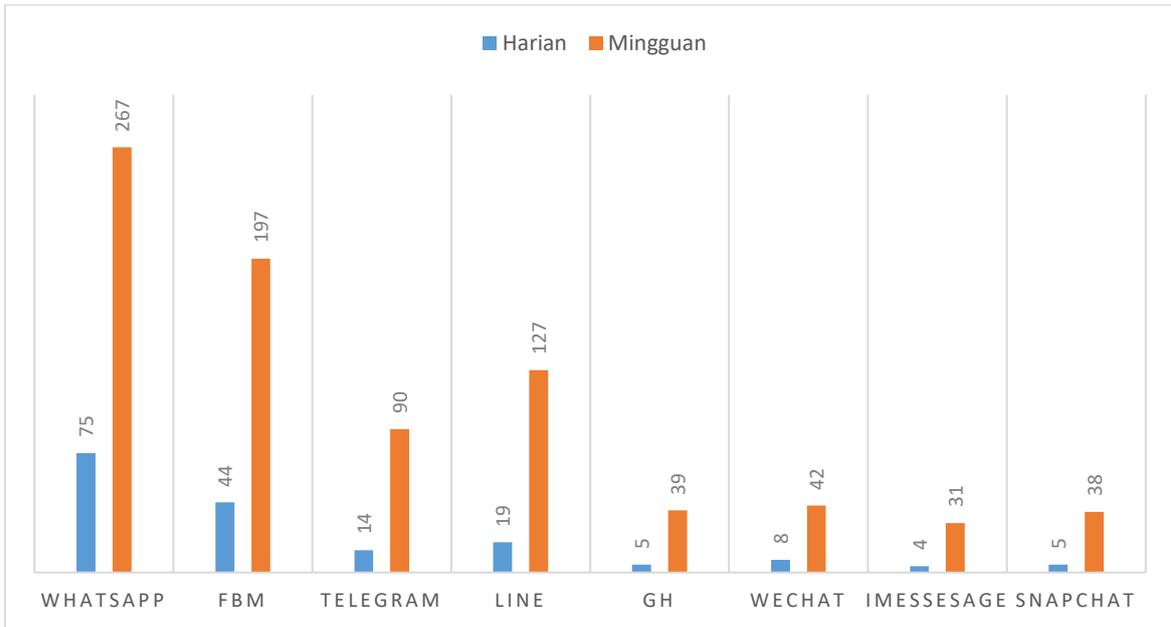


Gambar 4.36 Grafik Skala Penggunaan Google Hangout Berdasarkan Pengelompokan Sistem Operasi

#### 4.2 Penyebaran Konten Negatif pada Pesan Instan

Berdasarkan dari hasil penelitian yang terdapat tentang penyebaran konten negatif yang terdapat pada aplikasi PI, berikut grafik penyebaran konten negatif seperti konten *hoax*, pornografi, ujaran kebencian dan penipuan, konten-konten tersebut dijabarkan sebagai berikut :

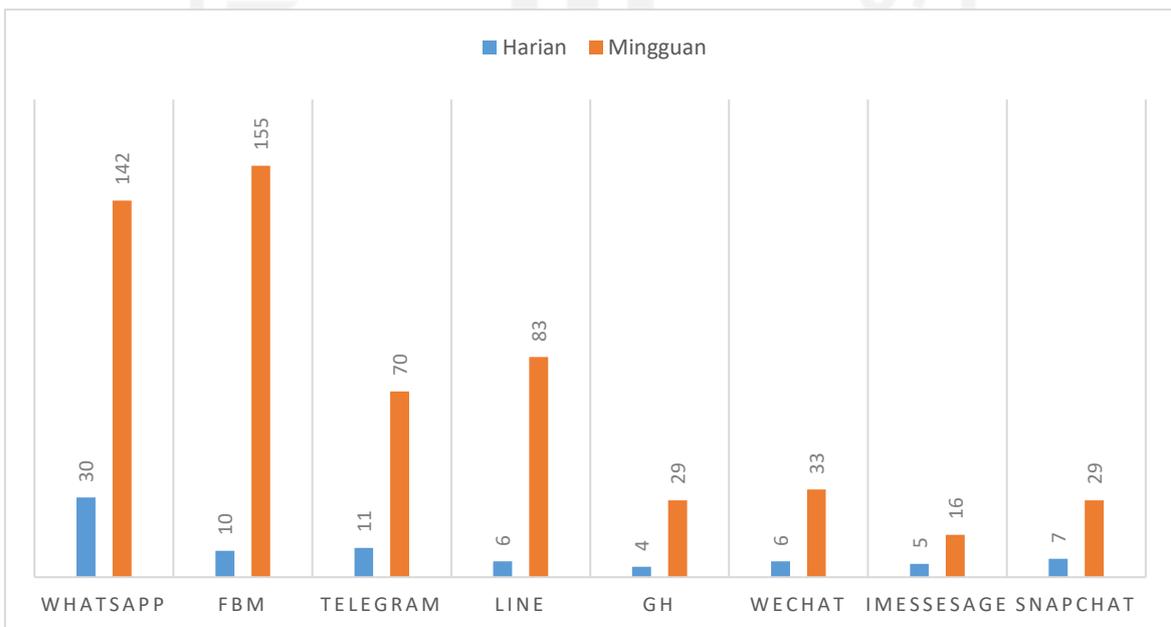
#### 4.2.1 Konten Hoax



Gambar 4.37 Grafik penyeberan Konten Hoax

Berdasarkan Gambar 4.37 penyebaran konten *hoax* pada aplikasi *Pesan Instan*, aplikasi Whatsapp menjadi yang terbanyak penyebarannya konten *hoax* baik harian maupun mingguannya dengan fekuensi harian 75 dan mingguannya 257. Selanjutnya aplikasi Facebook menjadi tempat penyebaran konten *hoax* terbanyak ke 2, diikuti LINE, Telegram, Wechat, Google hangout, Snapchat, iMessage.

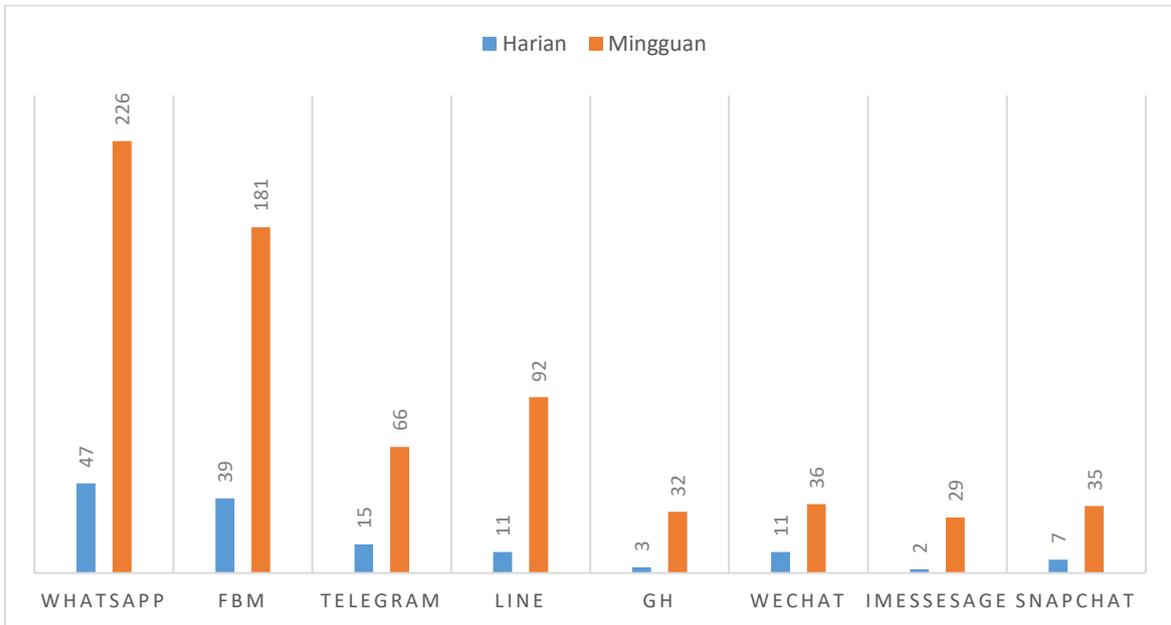
#### 4.2.2 Konten Porno



Gambar 4.38 Grafik Penyebaran Konten Porno

Pada penyebaran konten pronografi rata-rata pengguna Pesan Instan memilih aplikasi WhatsApp dengan frekuensi 30 pada penggunaan hariannya dan 142 untuk penggunaan minggunya, lebih jelasnya dapat dilihat pada gambar 4.38.

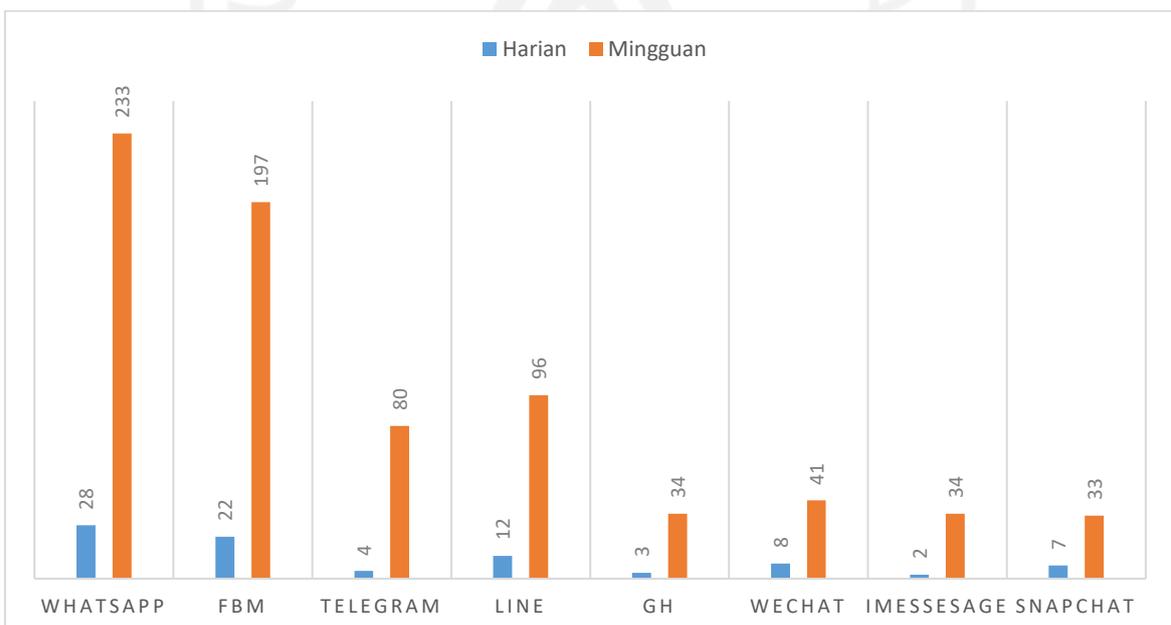
### 4.2.3 Konten Ujaran Kebencian



Gambar 4.39 Grafik Penyebaran Konten Ujaran Kebencian

Berdasarkan gambar 4.39 aplikasi WhatsApp menjadi pilihan paling banyak untuk penyebaran konten ujaran kebencian daripada aplikasi lain dalam akumulasi mingguan maupun harian. Sedangkan iMessage menjadi pilihan yang paling sedikit dalam kurun waktu harian maupun mingguan.

### 4.2.4 Konten Penipuan



#### Gambar 4.40 Penyebaran Konten Penipuan

Konten penipuan terjadi paling banyak di aplikasi WhatsApp dalam kurun harian dan minggunya yaitu sebanyak 233 frekuensi untuk mingguan dan 28 frekuensi untuk hariannya. Sedangkan aplikasi iMessage menjadi frekuensi paling sedikit dibandingkan dengan aplikasi lain, lebih jelasnya dapat dilihat pada gambar 4.40.

### 4.3 Analisis MCA (*Multiple Correspondent Ananlisy*)

#### 4.3.1 Pencarian Nilai Rata-Rata

Pada proses ini penulis melakukan pencarian nilai rata-rata pada setiap item yang sesuai dengan variabel laten, berdasarkan dari hasil nilai rata-rata tersebut penulis gunakan untuk melakukan analisis MCA dimana dalam penelitian ini digunakan untuk menentukan profil dan karakteristik dari masing masing pengguna aplikasi pesan instan. Adapun rumus dari perhitungan nilai rata-rata sebagai berikut :

$$x = \frac{1}{n} \sum_{i=1}^n x_i$$

X= rata-rata hitung (jumlah), xi= nilai sample ke-i dan n = jumlah sampel (Gio & Irawan, 2016).

Adapun pada proses konversi dari skala *likert* menjadi biner apabila nilai rata-rata dari setiap individu berada di atas 3.5 maka YA, sedangkan jika nilai rata-rata di bawah 3,5 maka Tidak. Nilai rata-rata 3.5 dari masing-masing individu digunakan karena secara matematis nilai tersebut dapat di anggap netral dan setuju karena nilai tersebut mendekati 4, sebaliknya apabila nilai rata-rata yang didapat dibawah 3.5 maka dapat dikatakan variabel tersebut dianggap tidak mencukupi dan paling tinggi adalah netral karena mendekati angka 3.

#### 4.3.2 Proses MCA

Proses analisis MCA pada penelitian ini menggunakan penggunaan aplikasi pesan instan sebagai *active variabels* untuk memetakan pola penggunaan masing-masing aplikasi pesan instan yang digunakan oleh responden. Analisis MCA dalam penelitian ini dilakukan sebanyak enam kali. Proses pertama yang dilakukan adalah mengetahui penggunaan harian yang memiliki intensitas tinggi dalam penggunaan aplikasi pesan instan. kedua, penggunaan rutin minimal mingguan yang menunjukkan penggunaan dengan intensitas menengah. Proses selanjutnya merupakan proses intensitas penyebaran konten negatif yang terdapat pada aplikasi pesan instan seperti *hoax*, pornografi, ujaran kebencian, dan penipuan.

Adapun proses MCA dalam menentukan pengaruh perbedaan faktor demografis yang menjadi *active variables* merupakan semua aplikasi pesan instan yang digunakan oleh responden pada penelitian ini. Sementara *supplementary variables* pada penelitian ini adalah usia, jenis kelamin, domisili, Pendidikan, sektor pekerjaan dan pendapatan perbulan. Pada penelitian alat yang digunakan untuk mendapatkan hasil MCA adalah paket *library R* seperti *FactoMiner*, *Factoextra* dan *FactoInvestigate*.

#### **4.4 Analisis Penggunaan Pesan Instan**

Dalam studi ini, peneliti melakukan dua jenis kategori analisis penggunaan PI yang populer di Indonesia. Dua jenis kategori itu merupakan penggunaan harian dan penggunaan minimal rutin mingguan. Untuk mengetahui profil dan karakteristik pengguna masing masing Aplikasi PI. Dari hasil klasifikasi menggunakan metode MCA, diperoleh 3 Klaster harian dan 5 klaster Mingguan Lebih jelasnya dapat dilihat pada tabel 4.1 dan 4.2.

##### **4.4.1 Penggunaan Harian**

Berdasarkan tabel 4.1 Klaster 1A merupakan pengguna yang aktif menggunakan Aplikasi PI Google hangout, iMessage, Telegram, Facebook Messenger dan WhatsApp. Klaster 2A Pengguna Aplikasi PI yang tidak termasuk sebagai pengguna rutin harian Aplikasi PI seperti Google Hangout, iMessage, Wechat, Telegram dan Snapchat. Klaster 3A merupakan pengguna rutin harian Aplikasi Wechat, Snapchat dan Telegram. Dan tidak termasuk pengguna harian Aplikasi WhatsApp

##### **4.4.2 Penggunaan Mingguan (Rutin Minimal Mingguan)**

Klaster 1B merupakan pengguna yang jarang menggunakan Aplikasi facebook messenger, Telegram dan WhatsApp. Klaster 2B Termasuk Pengguna yang jarang menggunakan Aplikasi PI seperti Google Hangout, iMessage, Wechat, Snapchat dan Line. Klaster 3B merupakan pengguna Aplikasi PI seperti Google Hangout, iMessage dan WhatsApp. Klaster 4B adalah individu yang menggunakan rutin setiap minggunya menggunakan Aplikasi pesang singkat seperti Wechat, Snapchat, Line dan Telegram. Klaster 5B merupakan individu yang rutin setiap minggunya menggunakan Aplikasi PI Facebook Messenger, Line dan telegram, Lebih jelasnya dapat dilihat pada tabel 4.2.

##### **4.4.3 Pengaruh Usia, Jenis kelamin, Tingkat Pendidikan dan Faktor-faktor Demografis**

Dari hasil analisis MCA mengenai perbedaan usia, jenis kelamin, pekerjaan, pendidikan dan faktor demografis yang mempengaruhi penggunaan Harian Aplikasi PI, hal tersebut dikelompokkan menjadi 3 klaster sesuai dengan hasil dari klaster 1A merupakan pengguna

yang sering menggunakan Aplikasi PI dengan demografi pekerjaan sebagai karyawan Swasta. Klaster 2A adalah pengguna rutin harian Aplikasi PI dengan demografi pekerjaan merupakan karyawan negara seperti ASN, TNI dan Polri, individu dengan Pendidikan lulusan Perguruan tinggi dan pendapatan sekitar 3 sampai 5 juta per bulan. Untuk pengguna rutin mingguan dari hasil analisis MCA terdapat 5 klaster yaitu, Klaster 1B terdapat pengguna yang rutin menggunakan Aplikasi PI mingguan dengan pekerjaan karyawan pada perusahaan swasta, klaster 2B merupakan individu dengan pekerjaan pegawai negeri ASN, TNI dan Polri, dengan jenjang Pendidikan perguruan tinggi dan pendapatan dari 3 juta sampai dengan 5 juta perbulan. Klaster 3B adalah individu dengan usia 31 tahun ke atas dan jenjang Pendidikan perguruan tinggi, sedangkan jenjang umur 13 sampai dengan 18 tahun serta pendidikan dasar menengah bukan merupakan pengguna rutin mingguan. Klaster 4B merupakan individu dengan rentang usia 13 tahun sampai dengan 18 tahun, Pendidikan sekolah dasar hingga menengah, pekerjaan belum bekerja dan pendapatan kurang dari 1 juta perbulan, dan terdapat pula individu yang tidak termasuk pengguna rutin mingguan dengan rentang usia 25 sampai 30 dengan Pendidikan di jenjang perguruan tinggi. Klaster 5B individu yang mempengaruhi penggunaan Aplikasi PI merupakan pengguna yang belum memiliki pekerjaan dan berada di Pulau Sulawesi, dan juga terdapat bukan pengguna rutin mingguan dengan jenjang Pendidikan perguruan tinggi, pekerjaan karyawan swasta dan rentan usia 19 tahun sampai dengan 24 tahun, lebih jelasnya dapat dilihat pada tabel 4.1 dan 4.2.

Tabel 4.1 Analisis MCA Penggunaan Pesan Instan Harian

Klaster	Aplikasi PI		Demografi	
1A	(+)	Google Hangout, iMessage, Telegram, FB Messenger, WhatsApp	(+)	Pekerjaan( Karyawan Swasta)
	(-)		(-)	
2A	(+)		(+)	Pekerjaan(Pegawai Negeri (ASN,TNI,POLRI)), Pendidikan (Perguruan Tinggi), Pendapatan (3-5 Juta)
	(-)	Google Hangout, iMessage, Wechat, Telegram, Snapchat	(-)	
3A	(+)	Wechat, Snapchat, Telegram	(+)	Pekerjaan(Belum Bekerja), Pulau (Sulawesi)

	(-)	WhatsApp	(-)	Pendidikan(Perguruan Tinggi), Pekerjaan(karyawan Swasta), Usia (19-24)
--	-----	----------	-----	--

Tabel 4.2 Analisis MCA Penggunaan Pesan Instan Mingguan

Klaster	Aplikasi PI		Demografi	
1B	(+)		(+)	Pekerjaan( Karyawan Swasta)
	(-)	FB Messenger, WhatsApp , Telegram	(-)	
2B	(+)		(+)	Pekerjaan (Pegawai Negeri (ASN,TNI,POLRI)), Pendidikan (Perguruan Tinggi), Pendapatan (3-5 Juta)
	(-)	Google Hangout, iMessage,Wechat, Snapchat, Line	(-)	
3B	(+)	Google Hangout, iMessage, WhatsApp	(+)	Usia (31+), Pendidikan(Perguruan Tinggi)
	(-)		(-)	Usia (13-18), Pendidikan(Dasar Menengah
4B	(+)	Wechat, Snapchat, Line, Telegram	(+)	Usia (13-18),Pendidikan(dasar menengah),Pekerjaan(tidak Bekerja), Pendapatan(<1juta)
	(-)		(-)	Usia (25-30), Pendidikan (Perguruan Tinggi)
5B	(+)	FB Messenger, Line, Telegram	(+)	Pekerjaan(Belum Bekerja), Pulau (Sulawesi)
	(-)		(-)	Pendidikan(Perguruan Tinggi), Pekerjaan(karyawan Swasta), Usia (19-24)

#### 4.5 MCA Penyebaran Konten Negatif

##### 4.5.1 MCA Penyebaran *Hoax* pada Aplikasi Pesan Instan

Pada Analisis MCA tentang penyebaran konten negatif terdapat 4 kategori yaitu Konten *Hoax*, konten porno, konten ujaran kebencian dan konten penipuan. Dari hasil analisis terdapat 6 klaster penyebaran konten *hoax* pada Aplikasi pesan instan, pada klaster 1 merupakan pengguna yang jarang mendapatkan atau menerima konten *hoax* pada aplikasi LINE, Wechat dan SnapChat, Klaster 2 termasuk pengguna aplikasi snapchat, iMessage dan Wechat yang jarang mendapatakan konten *hoax*, Klaster 3 merupakan pengguna aplikasi Wechat dan Snapchat yang jarang mendapatakan konten *hoax*, Klaster 4 pengguna aplikasi wechat dan snapchat yang sering minimal mingguan mendapatakan konten *hoax*,

pengguna FBM dan telegram yang setiap harinya mendapatkan konten *hoax* pada aplikasi tersebut. Klaster 5 adalah pengguna yang mendapatkan konten *hoax* rutin mingguan pada aplikasi FBM, Line, Telegram, iMessage, Snapchat, Wechat dan Google hangout, sedangkan pengguna aplikasi WhatsApp pada klaster ini merupakan pengguna yang jarang mendapatkan konten *hoax*. Klaster 6 pengguna aplikasi Snapchat, WeChat dan line yang setiap harinya mendapatkn konten *hoax* pada aplikasi tersebut, Lebih jelasnya dapat dilihat pada tabel 4.3.

#### **4.5.2 MCA Demografi Penyebaran Konten *Hoax***

Berdasarkan tabel 4.3, Hasil dari analisis MCA untuk demografi penyerbaran konten *Hoax* yang dilihat dari perbedaan usia, Jenis Kelamin, tingkat pendidikan dan faktor demografis lainnya dikelompokan menjadi 5 klaster yaitu, Klaster 1 adalah pengguna Aplikasi PI yang sering mendapatkan konten *Hoax* rata rata pengguna dengan pendapatan 5 juta ke atas, usia 31+, Pekerjaan pada sektor swasta, dan berjenis kelamin Wanita. Selanjutnya adalah pengguna Aplikasi PI yang jarang mendapatkan konten *Hoax* atau minimal seminggu sekali dengan rentang usia 13 sampai 18 tahun dan rentang usia 19 sampai 24 tahun dengan jenjang pendidikan dasar menengah, pendapatan 1 juta sampai dengan 3 juta perbulan dan pengguna yang memiliki pendapatan dibawah 1 juta ke bawah serta pengguna dengan pendapatan 3 juta sampai 5 juta perbulan, pengguna dengan jenis kelamin pria dan rata rata pengguna yang belum memiliki pekerjaan. Klaster 2 pengguna dengan rentang usia 25 sampai dengan 30 dengan jumlah pendapatan perbulan sekitar 3 juta sampai dengan 5 juta yang bekerja sebagai ASN, aparatur negara dan bekerja pada perusahaan swasta dengan jenjang pendidikan lulusan perguruan tinggi merupakan pengguna yang sering mendapatkan konten *Hoax* pada Aplikasi PI. Pengguna dengan usia 13 sampai 31 tahun ke atas memiliki pendapatan 1 juta kebawah dan berpendapatan 5 juta ke atas serta berpendidikan dasar menengah dengan rata rata pengguna yang belum memiliki pekerjaan merupakan pengguna yang jarang atau minimal sekali seminggu mendapatkan konten *Hoax* pada Aplikasi PI. Klaster 3 merupakan pengguna dengan demografi dengan kelompok usia 13 sampai dengan 18 tahun, dengan kelompok pendapatan satu juta kebawah dan yang berpendapatan satu sampai 3 juta, dengan kelompok pendidikan perguruan tinggi kelompok pekerjaan freelance dan belum bekerja dan berdomisili di Pulau Jawa merupakan pengguna yang sering menerima konten *Hoax* Pada PI. Sedangkan Usia (25-30), Pendapatan (5Juta ke atas), Pendapatan ( 3 juta s/d 5 juta), Pendidikan(Dasar Menengah), Usia (13-18), Usia (31 +), Pekerjaan(Swasta), Pekerjaan(Pegawai Negeri (ASN,TNI,POLRI)). Klaster 4 Usia (13-18) Pendidikan (dasar menengah),

Pekerjaan(Belum Bekerja), Pendapatan(<1juta), Pulau (Sumatera) sering mendapatkan konten *hoax* setiap harinya. Usia (25-30), Usia (19-24), Pendidikan (Perguruan Tinggi), Pendapatan ( 1 juta s/d 3 juta), Pekerjaan(Swasta), Pendapatan (5 juta ke atas), Pendapatan (3 s/d 5Juta), Pekerjaan(freelance), Pulau (Jawa) jarang mendapatkan konten *hoax*. Klaster 5 Pendidikan (Perguruan Tinggi) sering mendapatkan konten *hoax* dan Pendidikan(Dasar Menengah) jarang mendapatkan konten *hoax*, Kalaster 6 tidak ada demografi yang mempengaruhi penerimaan konten *hoax* pada PI.

Tabel 4.3 MCA Konten *Hoax*

Klaster	Instant Messeger	Demografi
1	(+)	(+) Pendapatan (5Juta ke atas), Usia (31+), Pekerjaan(Swasta), Jenis Kelamin (Wanita)
	(-)LINE(Mingguan), Wechat(Mingguan), Snapchat(Mingguan)	(-)Usia (19-24), Usia (13-18), Pendidikan (Dasar Menengah), Pendapatan ( 1 juta s/d 3 juta), Pendapatan ( 1 juta Kebawah), Pendapatan ( 3 juta s/d 5 Juta), Jenis Kelamin (Pria), Pekerjaan(Belum Bekerja)
2	(+)	(+) Usia (25-30), Pendapatan ( 3 juta s/d 5 Juta), Pekerjaan(Pegawai Negeri (ASN,TNI,POLRI)), Pekerjaan(Swasta), Pendidikan (Perguruan Tinggi)
	(-)Snapchat (Mingguan), iMesseage(Mingguan), Wechat(Mingguan),	(-) Usia (19-24), Pendapatan ( 1 juta Kebawah), Pekerjaan(Belum Bekerja), Usia (13-18), Usia (31 +), Pendidikan (Dasar Menengah), Pendapatan (5Juta ke atas)
3	(+)	(+) Usia (13-18), Pendapatan ( 1 juta s/d 3 juta), Pendidikan(PerguruanTinggi), Pekerjaan(freelance), Pekerjaan(Belum Bekerja), Pulau (Jawa), Pendapatan ( 1 juta Kebawah)
	(-) Wechat(mingguan), Snapchat(Mingguan)	(-) Usia (25-30), Pendapatan (5Juta ke atas), Pendapatan ( 3 juta s/d 5 juta), Pendidikan(Dasar Menengah), Usia (13-18), Usia (31 +), Pekerjaan(Swasta), Pekerjaan(Pegawai Negeri (ASN,TNI,POLRI))

4	(+) Wechat(mingguan), Snapchat(Mingguan),F BM(Harian), Telegram(Harian)	(+) Usia (13-18),Pendidikan(dasar menengah),Pekerjaan(Belum Bekerja), Pendapatan(<1juta), Pulau (Sumatera)
	(-)	(-) Usia (25-30), Usia (19-24), Pendidikan (Perguruan Tinggi), Pendapatan ( 1 juta s/d 3 juta), Pekerjaan(Swasta), Pendapatan (5 juta ke atas), Pendapatan (3 s/d 5Juta), Pekerjaan(freelance), Pulau (Jawa)
5	(+)FBM(Mingguan), Line(Mingguan),Teleg ram(Mingguan), iMesseage(Mingguan), Snapchat(Mingguan), Wechat (Mingguan),Google Hangout (Mingguan)	(+) Pendidikan (Perguruan Tinggi)
	(-)WhatsApp(Harian)	(-)Pendidikan(Dasar Menengah),
6	(+) Snapchat (Harian), Wechat (Harian), Line(Harian)	(+)
	(-)	(-)

#### 4.5.3 MCA Penyebaran Konten Pornografi pada Aplikasi Pesan Instan

Dapat dilihat pada tabel 4.4, pada klaster 1 terdapat pengguna aplikasi PI WeChat (Mingguan), Snapchat (Mingguan), WhatsApp (Mingguan) Klaster 2 Line (Mingguan) Klaster 3 Snapchat(Mingguan), Wechat(Mingguan) Klaster 4 merupakan pengguna aplikasi FBM (Mingguan), Google Hangout (Harian), WhatsApp (Harian), Telegram (Harian) rutin mendapatkan konten pornografi. Klaster 5 adalah pengguna Aplikasi WhatsApp (Mingguan), FBM (Mingguan) yang jarang atau maksimal sekali seminggu mendapatkan konten pornografi pada IM tersebut. Klaster 6 pengguna Aplikasi Snapchat (Mingguan), Wechat (Mingguan), Line(Mingguan), Google Hangout (Mingguan), FBM (Harian), Telegram(Mingguan), WhatsApp (Harian), Wechat (Harian) yang sering mendapatkan konten atau minimal sekali seminggu mendapatkan konten pornografi.

#### 4.5.4 MCA Pengaruh Demografi Penyebaran Konten Pornografi

Berdasarkan tabel 4.4, Pada Klaster 1 pengguna dengan kelompok Usia (25-30), Pendapatan (3 juta s/d 5 juta), Pendidikan (Perguruan Tinggi), Pekerjaan (Swasta), Pekerjaan (Pegawai Negeri (ASN,TNI,POLRI)) merupakan demografi pengguna yang sering mendapatkan konten pornografi, sedangkan kelompok Usia (19-24), Usia (13-18), Pendapatan (1 juta Kebawah), Usia (31+), Pendidikan (Dasar Menengah), Pekerjaan (Freelance), Pekerjaan (Belum Bekerja) termasuk demografi yang jarang atau maksimal seminggu sekali mendapatkan konten pornografi. Klaster 2 merupakan kelompok pengguna dengan Usia (31+), Pendapatan (>5 Juta) yang sering sering mendapatkan konten pornografi, sedangkan kelompok Usia (19-24), Pendapatan (1 juta s/d 3 juta), Pendapatan (1 juta Kebawah), Pekerjaan(freelance), Usia (25-30), Usia (13-18) adalah pengguna yang jarang mendapatkan konten pronografi . Klaster 3 pengguna dengan kelompok Usia (19-24), Pendapatan ( 1 juta s/d 3 juta), Pendidikan(PerguruanTinggi), Pekerjaan(freelance), Pekerjaan (Belum Bekerja), Pendapatan (1 juta Kebawah) merupakan kelompok demografi yang sering mendapatkan konten pronografi dan kelompok Usia (25-30), Pendapatan (5 juta ke atas), Pendapatan (3 juta s/d 5 juta), Pendidikan (Dasar Menengah), Usia (13-18), Usia (31+), Pekerjaan (Swasta), Pekerjaan (Pegawai Negeri (ASN,TNI,POLRI)) merupakan kelompok yang jarang mendapatkan konten pornografi. Klaster 4 tidak memiliki demografi spesifik. Pada Klaster 5 kelompok Usia (13-18), Pendidikan (Dasar Menengah), Pendapatan (<1juta), Pulau (Sulawesi) adalah kelompok yang sering mendapatkan konten pornografi sedangkan kelompok demografi dengan Pendidikan (Perguruan Tinggi), Usia (25-30), Usia (19-24), Pekerjaan (Swasta), Pendapatan (1 juta s/d 3 juta), Pendapatan (5 juta ke atas), Pendapatan (3 juta s/d 5 juta), Pekerjaan (Freelamce). Klaster 6 Usia (13-18), Pendidikan (Dasar Menengah), Pekerjaan (Belum Bekerja) sering, jarang Pendidikan (Perguruan Tinggi), Pendapatan (5 juta ke atas) merupakan kelompok yang jarang mendapatkan konten pornografi.

Tabel 4.4 MCA Konten Porno

Klaster	Instant Messeger	Demografi
1	(+)	(+) Usia (25-30), Pendapatan (3 juta s/d 5 juta), Pendidikan (Perguruan Tinggi), Pekerjaan(Swasta), Pekerjaan(Pegawai Negeri (ASN,TNI,POLRI))

	(-) Wechat(Mingguan), Snapchat(Mingguan), WhatsApp (Mingguan)	(-) Usia (19-24), Usia (13-18), Pendapatan (1 juta Kebawah), Usia (31+), Pendidikan (Dasar Menengah), Pekerjaan(Freelance), Pekerjaan(Belum Bekerja)
2	(+)	(+) Usia (31+), Pendapatan (>5 Juta),
	(-) Line(Mingguan)	(-) Usia (19-24), Pendapatan (1 juta s/d 3 juta), Pendapatan (1 juta Kebawah), Pekerjaan(freelance), Usia (25-30), Usia (13-18),
3	(+)	(+) Usia (19-24), Pendapatan (1 juta s/d 3 juta), Pendidikan(PerguruanTinggi), Pekerjaan(freelance), Pekerjaan(Belum Bekerja), Pendapatan (1 juta Kebawah)
	(-) Snapchat(Mingguan), Wechat(Mingguan)	(-) Usia (25-30), Pendapatan (5Juta ke atas), Pendapatan (3 juta s/d 5 juta), Pendidikan(Dasar Menengah), Usia (13-18), Usia (31+), Pekerjaan(Swasta), Pekerjaan(Pegawai Negeri (ASN,TNI,POLRI))
4	(+) FBM(Mingguan), Google Hangout (Harian), WhatsApp(Harian), Telegram(Harian),	(+)
	(-)	(-)
5	(+) WhatsApp(Mingguan), FBM(Mingguan),	(+) Usia (13-18), Pendidikan (Dasar Menengah), Pendapatan(<1juta), Pulau(Sulawesi)
	(-)	(-) Pendidikan(Pergurua Tinggi), Usia (25-30), Usia (19-24), Pekerjaan(Swasta), Pendapatan (1 juta s/d 3 juta), Pendapatan (5 Juta ke atas), Pendapatan (3 juta s/d 5 juta), Pekerjaan(Freelamce)

6	(+) Snapchat (Mingguan), Wechat (Mingguan), Line(Mingguan), Google Hangout (Mingguan), FBM (Harian), Telegram(Mingguan), WhatsApp (Harian), Wechat (Harian)	(+) Usia (13-18), Pendidikan (Dasar Menengah), Pekerjaan(Belum Bekerja)
	(-)	(-) Pendidikan(Perguruan Tinggi), Pendapatan (5 Juta ke atas)

#### 4.5.5 MCA Penyebaran Konten Ujaran Kebencian Pada Aplikasi PI

Berdasarkan tabel 4.5, Klaster 1 merupakan pengguna aplikasi Google Hangout (Mingguan), Wechat(Mingguan), Snapchat(Mingguan), iMessage (Mingguan), Telegram(Mingguan), Line(Mingguan) yang jarang atau maksimal 1 kali seminggu mendapatkan konten ujaran kebencian. Klaster 2 adalah pengguna aplikasi WhatsApp (Harian), Wechat (Harian), Wechat (Mingguan), Snapchat (Mingguan), iMessage (Mingguan), FBM (Harian), Line (Mingguan) yang sering atau minimal sekali seminggu mendapatkan konten ujaran kebencian. Klaster 3 pengguna aplikasi WhatsApp (Harian), Wechat (Harian), Google Hangout (Mingguan), Wechat(Mingguan), Snapchat (Mingguan), iMessage (Mingguan), FBM (Harian), Line (Mingguan), Telegram (mingguan), Telegram (Harian), Snapchat (Harian), adalah pengguna yang sering atau minimal mingguan mendapatkan konten ujaran kebencian.

#### 4.5.6 MCA Pengaruh Demografi Penyebaran Konten Ujaran Kebencian

Klaster 1 kelompok demografi dengan Usia (25-30), Pendidikan (Perguruan Tinggi), adalah kelompok yang sering mendapatkn konten ujaran kebencian dan kelompok Usia (13-18), Pendapatan ( 1 juta Kebawah), Usia (31 +), Pendidikan (Dasar Menengah), Pekerjaan(Belum Bekerja) merupakan kelompok yang Jarang mendapatkan konten ujaran kebencian. Klaster 2 merupakan kelompok Usia (19-24), Pendapatan ( 1 juta s/d 3 juta), Pekerjaan(freelance), Usia (25-30), Pekerjaan(Swasta), Pendidikan(PerguruanTinggi), ( 3 juta s/d 5 juta), yang jarang mendapatkan konten ujaran kebencian. Klaster 3 adalah kelompok Pulau (Sumatera), Pendidikan(Dasar Menengah), yang sering mendapatkan konten ujaran kebencian, lebih jelasnya dapat dilihat pada tabel 4.5.

Tabel 4.5 MCA Konten Ujaran Kebencian

Klaster	Instant Messeger	Demografi
---------	------------------	-----------

1	(+)	(+) Usia (25-30), Pendidikan (Perguruan Tinggi),
	(-)Google Hangout (Mingguan), Wechat(Mingguan), Snapchat(Mingguan), iMesseage (Mingguan), Telegram(Mingguan), Line(Mingguan)	(-)Usia (13-18), Pendapatan ( 1 juta Kebawah), Usia (31 +), Pendidikan (Dasar Menengah), Pekerjaan(Belum Bekerja)
2	(+) WhatsApp (Harian), Wechat (Harian), Wechat(Mingguan), Snapchat(Mingguan), iMesseage (Mingguan), FBM(Harian), Line(Mingguan)	(+) Usia (13-18), Pendapatan (1 juta Kebawah ), Pendidikan (Dasar Menengah), Pekerjaan(Belum Bekerja)
	(-)	(-) Usia (19-24), Pendapatan ( 1 juta s/d 3 juta), Pekerjaan(freelance), Usia (25-30), Pekerjaan(Swasta), Pendidikan(PerguruanTinggi), ( 3 juta s/d 5 juta),
3	(+) WhatsApp (Harian), Wechat (Harian), Google Hangout (Mingguan), Wechat(Mingguan), Snapchat(Mingguan), iMesseage (Mingguan), FBM(Harian), Line(Mingguan), Telegram(mingguan), Telegram(Harian), Snapchat(Harian),	(+)

(-)	(-)Pulau (Sumatera), Pendidikan(Dasar Menengah),
-----	--

#### 4.5.7 MCA Penyebaran Konten Penipuan

Dari tabel 4.6, Klaster 1 merupakan pengguna aplikasi Google Hangout (Mingguan), Wechat (Mingguan), Snapchat (Mingguan), iMessage (Mingguan) yang jarang atau maksimal sekali seminggu mendapatkan konten penipuan. Klaster 2 pengguna aplikasi Snapchat (Mingguan), Line (Mingguan) yang jarang atau maksimal seminggu sekali mendapatkan konten penipuan. Klaster 3 adalah pengguna aplikasi Telegram (mingguan), Snapchat (Mingguan) yang jarang mendapatkan konten penipuan. Pada Klaster 4 pengguna Wechat (mingguan), Snapchat (Mingguan), Line (Mingguan), WhatsApp (mingguan), Telegram (Mingguan), Wechat (Harian) adalah pengguna yang sering atau minimal sekali seminggu mendapatkan konten penipuan. selanjutna Klaster 5 adalah pengguna aplikasi FBM (Mingguan), Line (Mingguan), Telegram (Mingguan), iMessage (Mingguan), Snapchat (Mingguan), Wechat (Mingguan), Google Hangout (Mingguan), Line (Harian) yang sering atau minimal mingguan mendapatkan konten penipuan. Klaster 6 adalah pengguna aplikasi Snapchat (Harian), Wechat (Harian), Line (Harian), Google Hangout (Harian), FBM (Harian), Telegram (Harian), WhatsApp (Harian), iMessage (Harian) yang sering atau yang setiap harinya mendapatkan konten penipuan pada aplikasi PI.

#### 4.5.8 MCA Pengaruh Demografi Penyebaran Konten Penipuan

Pada Klaster 1 penyebaran konten penipuan kelompok Usia (25-30), Pendapatan (3 juta s/d 5 juta), Pendidikan (Perguruan Tinggi), Pekerjaan (Swasta) merupakan kelompok yang sering mendapatkan konten penipuan dan kelompok Usia (19-24), Usia (13-18), Pendapatan (1 juta Kebawah), Usia (31 +), Pendidikan (Dasar Menengah), Jenis Kelamin (Pria), Pekerjaan (Belum Bekerja) adalah kelompok yang jarang mendapatkan konten penipuan. Klaster 2 merupakan kelompok demografi dengan Usia (31+), Pendapatan (>5 Juta), Pekerjaan (Swasta) sering, Usia (19-24), Pendapatan (1 juta s/d 3 juta), Pendapatan (1 juta Kebawah), Pekerjaan (freelance), Usia (25-30), Usia (13-18), (1 juta s/d 3 juta), yang jarang mendapatkan konten penipuan. Klaster 3 adalah kelompok demografi Usia (19-24), Pendapatan (1 juta s/d 3 juta), Pendidikan (PerguruanTinggi), Pekerjaan (freelance), Pekerjaan (Belum Bekerja), Pulau (Jawa), Pendapatan (1 juta Kebawah) yang sering mendapatkan konten penipuan dan kelompok demografi Usia (25-30), Pendapatan (5Juta ke atas), Pendapatan (3 juta s/d 5 juta), Pendidikan(Dasar Menengah), Usia (13-

18), Usia (31+), Pekerjaan (Swasta), Pekerjaan(Pegawai Negeri (ASN,TNI,POLRI)) adalah kelompok yang Jarang mendapatkan konten penipuan . Klaster 4 merupakan kelompok demografi dengan Usia (13-18), Pendapatan (1 juta Kebawah), Pendidikan (dasar menengah),Pekerjaan (Belum Bekerja), Pendapatan (<1juta), Pulau (Sumatera) yang Sering mendapatkan konten penipuan sedangkan kelompok demografi dengan Usia (25-30), Usia (19-24), Pendidikan (Perguruan Tinggi), Pendapatan (1 juta s/d 3 juta), Pekerjaan (Swasta), Pendapatan (5 juta ke atas), Pendapatan (3 s/d 5Juta) adalah kelompok yang Jarang mendapatakan konten penipuan. Pada Klaster 5 kelompok demografi dengan Pendidikan (Perguruan Tinggi), Pendapatan (<1juta), yang sering sering mendapatkan konten penipuan dan kelompok demografi dengan Pendapatan (<1juta), Pendidikan (Dasar Menengah) meurpakan kelompok yang jarang mendapatkan konten penipuan. Klaster 6 tidak ada demografi yang mempengaruhi penyebaran konten penipuan, lebih lengkapnya dapat dilihat pada tabel 4.6.

Tabel 4.6 MCA Konten Penipuan

<b>Klaster</b>	<b>Instant Messeger</b>	<b>Demografi</b>
1	(+)	(+) Usia (25-30), Pendapatan (3 juta s/d 5 juta), Pendidikan (Perguruan Tinggi), Pekerjaan(Swasta),
	(-)Google Hangout (Mingguan), Wechat(Mingguan), Snapchat(Mingguan), iMesseage (Mingguan)	(-) Usia (19-24), Usia (13-18), Pendapatan ( 1 juta Kebawah), Usia (31 +), Pendidikan (Dasar Menengah), Jenis Kelamin (Pria), Pekerjaan(Belum Bekerja)
2	(+)	(+) Usia (31+), Pendapatan (>5 Juta), Pekerjaan(Swasta)
	(-)Snapchat (Mingguan), Line(Mingguan)	(-) Usia (19-24), Pendapatan ( 1 juta s/d 3 juta), Pendapatan ( 1 juta Kebawah), Pekerjaan(freelance), Usia (25-30), Usia (13-18), ( 1 juta s/d 3 juta),
3	(+)	(+) Usia (19-24), Pendapatan ( 1 juta s/d 3 juta), Pendidikan(PerguruanTinggi), Pekerjaan(freelance), Pekerjaan(Belum Bekerja), Pulau (Jawa), Pendapatan ( 1 juta Kebawah)

	(-) Telegram(mingguan), Snapchat(Mingguan)	(-) Usia (25-30), Pendapatan (5Juta ke atas), Pendapatan ( 3 juta s/d 5 juta), Pendidikan(Dasar Menengah), Usia (13-18), Usia (31 +), Pekerjaan(Swasta), Pekerjaan(Pegawai Negeri (ASN,TNI,POLRI))
4	(+) Wechat(mingguan), Snapchat(Mingguan),Line(Mingguan), WhatsApp(mingguan), Telegram(Mingguan), Wechat(Harian)	(+) Usia (13-18), Pendapatan ( 1 juta Kebawah), Pendidikan(dasar menengah),Pekerjaan(Belum Bekerja), Pendapatan(<1juta), Pulau (Sumatera)
	(-)	(-) Usia (25-30), Usia (19-24), Pendidikan (Perguruan Tinggi), Pendapatan ( 1 juta s/d 3 juta), Pekerjaan(Swasta), Pendapatan (5 juta ke atas), Pendapatan (3 s/d 5Juta)
5	(+)FBM(Mingguan), Line(Mingguan),Telegram(Mingguan), iMesseage(Mingguan),Snapchat(Mingguan), Wechat (Mingguan),Google Hangout (Mingguan), Line(Harian)	(+) Pendidikan (Perguruan Tinggi), Pendapatan(<1juta),
	(-)	(-) Pendapatan(<1juta),Pendidikan(Dasar Menengah),
6	(+) Snapchat (Harian), Wechat (Harian), Line(Harian), Google Hangout (Harian), FBM (Harian), Telegram (Harian), WhatsApp (Harian), iMesseage (Harian)	(+)
	(-)	(-)

#### 4.6 Analisis Pendapat Pengguna Tentang Pesan Instan

Gambaran data tentang pendapat penggunaan PI dalam penelitian ini dijabarkan melalui *mean* (rata-rata) dan *standard deviation* (simpang baku) pada setiap variabel pendapat penggunaan PI (dilihat tabel 4.7). Perhitungan *mean* dan *standard deviation* didasarkan pada skala *Likert*. Skor yang digunakan untuk setiap pertanyaan yang diberikan kepada responden bernilai 1 sampai 5, dapat diketahui bahwa *mean* yang baik untuk setiap variabel dalam data tersebut dengan mengguakan persamaan 1.

$$x = \frac{1 + 2 + 3 + 4 + 5}{5} = 3 \quad (1)$$

Perhitungan *mean* pada skala *likert* ini dijadikan batas minimal yang digunakan untuk mengetahui seberapa baik variabel-variabel pertanyaan yang telah diberikan kepada responden dalam penelitian ini yang memberikan kontribusi pendapat tentang penggunaan PI dalam hal pertukaran informasi, akurasi informasi, bisnis komersial, aktivitas edukasi dan Pendidikan, aktivitas hiburan, serta penyebaran konten negatif dalam Aplikasi PI. Berdasarkan data dari tabel 4.7 dapat dilihat *mean* dari rata-rata nilai setiap variable berada di atas angka 3. Hal ini dapat menunjukkan bahwa variabel pertanyaan tentang penggunaan Aplikasi PI dalam penelitian ini telah memberikan kontribusi yang baik untuk menentukan faktor yang dapat mempengaruhi penggunaan masing-masing Aplikasi PI di Indonesia.

Tabel 4.7 rata rata simpang baku motivasi penggunaan PI

Variabel	IM	Rerata (Simpang Baku)
Pertukaran Informasi	Kemudahan mendapatkan informasi	4,16± (0,96)
	Kemudahan menyebarkan informasi	4,12± (0,92)
	Kemudahan bertukar informasi	4,23± (0,91)
Akurasi informasi	Kemudahan mendapatkan informasi yang akurat dan terpercaya	3,27± (1,06)
	Kemudahan mengetahui kebenaran suatu informasi	3,21± (1,06)
	Kemudahan mengetahui pengguna yang menggunakan akun IM asli atau palsu	3,32± (1,16)
	Kemudahan membedakan akun IM yang dikendalikan oleh bot atau manusia	3,28± (1,20)
Bisnis komersial	Kemudahan berinteraksi	3,92± (0,99)
	Kemudahan melakukan promosi	3,86± (0,92)
	Kemudahan berkomunikasi dengan rekan atau mitra kerja	3,92± (0,97)
	Kemudahan menjalin komunikasi dengan mitra kerja	4,04± (0,94)
Aktivitas pendidikan	Kemudahan memperoleh pembelajaran	3,86± (1,02)
	Kemudahan bertukar informasi tentang pelajaran	3,97± (0,92)

	Kemudahan melakukan pengembangan diri	3,77± (0,98)
Aktivitas hiburan	Kemudahan agar tidak merasa bosan	3,64± (1,17)
	Kemudahan mendapatkan hiburan tanpa harus keluar rumah	3,63± (1,3)
	Kemudahan memperoleh kebahagiaan.	3,36± (1,19)
Penyebaran konten negatif	Kemudahan menerima informasi <i>Hoax</i>	4,13± (0,97)
	Kemudahan menyebarkan informasi <i>hoax</i>	4,08± (0,99)
	Kemudahan mendapatkan konten dewasa	4,10± (1,00)
	Kemudahan menyebarkan konten dewasa	3,79± (1,09)
	Kemudahan Melakukan penipuan online	4,09± (0,99)
	Kemudahan menjadi korban penipuan online	3,91± (1,04)
	Kemudahan melakukan ujaran kebencian	3,94± (1,06)
	Kemudahan mendapatkan ujaran kebencian	4,01± (1,02)



## BAB 5

### Kesimpulan Dan Saran

#### 5.1 Kesimpulan

Penggunaan aplikasi pesan singkat merupakan suatu kegiatan yang sangat digemari di dunia, terutama di Indonesia. Hal ini dapat dibuktikan dari hasil penelitian ini yang menunjukkan gambaran profil pengguna dan pendapat pengguna tentang motivasi penggunaan PI. Semakin berkembang teknologi informasi maka semakin luas dan semakin cepat penyebaran informasi yang dapat kita peroleh. Hal ini dapat kita alami seperti saat sekarang ini yaitu sebagian besar informasi yang diperoleh melalui akses internet.

Pesan Instan merupakan jenis Aplikasi yang membutuhkan akses internet dan digunakan oleh pengguna untuk saling bertukar informasi, memberi kabar, melakukan aktivitas pendidikan, bisnis komersial, dan hiburan. Beberapa contoh Aplikasi PI yang paling dominan digunakan oleh pengguna diantaranya: Facebook Messenger, WhatsApp, Telegram, google hangout, Snapchat, Line, WeChat dan iMessage. Aplikasi WhatsApp memiliki persentase sebesar 83,7% lebih besar dibandingkan Facebook Messenger, Telegram, google hangout, Snapchat, Line, WeChat dan iMessage pada kategori skala penggunaan harian dan FBM unggul dalam penggunaan minggunya.

Berdasarkan hasil grafik MCA, karakteristik profil pengguna PI dikelompokkan ke dalam 3 Klaster harian dan 5 klaster mingguan, klaster 1A pengguna harian merupakan pengguna aplikasi WhatsApp, FBM, Telegram, iMesseage dan Google Hangout yang memiliki demografi sebagai kariawan swasta, Klaster 2A bukan pengguna harian aplikasi Google Hangout, iMesseage, Whechat, Telegram dan Snapchat. Klaster 3A Pengguna harian aplikasi Whechat, Snapchat, Telegram dengan demografi pengguna yang belum memiliki pekerjaan, berdomisili di pulau sulawesi. Pengguna rutin mingguan Klaster 3B merupakan pengguna aplikasi Google Hangout, iMesseage dan Whatsapp dengan usia 31 tahun ke atas, dan pendidikan berada diperguruan tinggi, klaster 4B pengguna rutin aplikasi Wechat, Snapchat, Line dan telegram dengan rentang usia 13-18 tahun meliliki pendidikan dasar menengah, belum bekerja dan berpendapatan 1juta kebawah. Klaster 5B pengguna rutin mingguan aplikasi FBM, Line dan Telegram, dengan demografi belum memiliki pekerjaan dan berdomisili di pulau sulawesi. Sedangkan hasil analisis pendapat pengguna terhadap motivasi penggunaan Pesan Instan dapat diurutkan berdasarkan tingkat rata-rata dari penilaian terendah-tertinggi yaitu akurasi informasi, hiburan, pendidikan,

bisnis komersial, penyebaran konten negatif dan pertukaran informasi. Akurasi informasi memperoleh rata-rata terendah dari kategori motivasi penggunaan PI.

Terdapat beberapa konten negatif yang dianalisis penyebarannya pada penelitian ini yaitu : konten *Hoax*, Pornografi, Ujaran Kebencian dan Penipuan. Dilihat dari hasil MCA konten *Hoax* penyebaran hariannya pada aplikasi FBM, Telegram dan penyebran mingguanya pada aplikasi Wechat dan snapchat dipengaruhi demografi dengan rentang usia 13-18 tahun, pendidikan dasar menengah, belum memiliki pekerjaan berpendapatan dibawah 1 juta perbulan dan berdomisili di pulau sumatra, aplikasi Whatsapp penyebaran konten *hoax* hariannya dipengaruhi oleh pengguna dengan pendidikan dasar menengah. Penebran konten *hoax* Mingguan aplikasi FBM, Line, Telegram, iMesseage, Snapchat, Wechat dan google hangout dipengaruhi oleh pengguna yang memiliki pendidikan perguruan tinggi. Penyebaran konten Pornografi pada setiap aplikasi kebanyakan dipengaruhi oleh pengguna Remaja dengan rentang usia 13-18 dan belum bekerja dengan penyebaran pada aplikasi Whatsapp dan FBM baik penyebaran harian maupun mingguan. Penyebran konten ujaran kebencian juga banyak dipengaruhi oleh pengguna remaja dengan rentang umur 13-18 tahun sedangkan konten penipuan dipengaruhi hampir semua kalangan usia baik remaja, dewasa, dan usia lanjut

## **5.2 Saran**

Semakin luasnya penggunaan teknologi informasi khususnya Aplikasi Pesan Instan, maka pengguna PI dari berbagai demografi (usia, pekerjaan, pendidikan, pendapatan, dan Pulau) dituntut untuk dapat lebih kritis dan selektif. Karena hal ini dapat membantu pengguna dari pengaruh konten, berita, atau informasi yang bersifat tidak benar atau *hoax* di berbagai Aplikasi Pesan Instan.

Penelitian ini hanya berfokus pada satu negara, akan tetapi penelitian ini juga menarik jika dilakukan di negara lain bukan hanya di negara berkembang seperti Indonesia, penelitian ini bisa juga dilakukan pada negara-negara maju yang memanfaatkan aplikasi pesan singkat lebih baik. Hasil dari survei penelitian ini juga menunjukkan beberapa area eksproasi penelitian yang menarik kedepanya seperti keamanan aplikasi pesan singkat dan konten konten positif yang ada didalamnya.

## Daftar Pustaka

- Agustina, I., & Hafiza, F. (2013). Religiositas Dan Perilaku Cybersex Pada Kalangan Mahasiswa. *Psikologika : Jurnal Pemikiran Dan Penelitian Psikologi*, 18(1), 15–23. <https://doi.org/10.20885/psikologika.vol18.iss1.art3>
- APJII. (2019). Penetrasi & Profil Perilaku Pengguna Internet Indonesia Tahun 2018. *Apjii*, 51. [www.apjii.or.id](http://www.apjii.or.id)
- Aristi, N. M., & Pratama, A. R. (2021). Exploring Familiarity and Participation in Online Gig Economy Among Indonesians. *IOP Conference Series: Materials Science and Engineering*, 1077(1), 012066. <https://doi.org/10.1088/1757-899x/1077/1/012066>
- Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia. (2017). *Penetrasi & Perilaku Pengguna Internet Indonesia 2017. Penetrasi Dan Perilaku Pengguna Internet Indonesia*, 1– 39.
- Baron, N. S. (2004). See you online: Gender issues in college student use of instant messaging. *Journal of Language and Social Psychology*, 23(4), 397–423. <https://doi.org/10.1177/0261927X04269585>
- bhat, A. (2019). *Exploratory Research: Definition, Methods, Types and Examples Retrieved from QuestionPro: https://www.questionpro.com/blog/exploratory-research/*.
- Bouhnik, D., & Deshen, M. (2014). WhatsApp Goes to School: Mobile Instant Messaging between Teachers and Students. *Journal of Information Technology Education: Research*, 13, 217–231. <https://doi.org/10.28945/2051>
- Budiarto, R. (2017). Analisis faktor adopsi aplikasi mobile berdasarkan pengalaman, usia dan jenis kelamin menggunakan UTAUT2. *Register: Jurnal Ilmiah Teknologi Sistem Informasi*, 3(2), 114. <https://doi.org/10.26594/register.v3i2.830>
- Chang, M. S., & Chang, C. Y. (2018). Forensic analysis of LINE messenger on android. *Journal of Computers (Taiwan)*, 29(1), 11–20. <https://doi.org/10.3966/199115992018012901002>
- Church, K., & De Oliveira, R. (2013). What's up with WhatsApp? Comparing mobile instant messaging behaviors with traditional SMS. *MobileHCI 2013 - Proceedings of the 15th International Conference on Human-Computer Interaction with Mobile Devices and Services*, 352–361. <https://doi.org/10.1145/2493190.2493225>
- Colley, A., Todd, Z., Bland, M., Holmes, M., Khanom, N., & Pike, H. (2004). Style and content in e-mails and letters to male and female friends. *Journal of Language and*

- Social Psychology*, 23(3), 369–378. <https://doi.org/10.1177/0261927X04266812>
- Costa, P. S., Santos, N. C., Cunha, P., Cotter, J., & Sousa, N. (2013). The Use of Multiple Correspondence Analysis to Explore Associations between Categories of Qualitative Variables in Healthy Ageing. *Journal of Aging Research*.
- Donegan, R. (2012). Bullying and Cyberbullying: History, Statistics, Law, Prevention and Analysis. *The Elon Journal of Undergraduate Research in Communications*, 3(1), 33–42.
- Fahmy, S., & Klassen, G. (2007). Scheme for sharing IM message history. *U.S. Patent Application No. 11/185,192*.
- Fox, A. B., Bukatko, D., Hallahan, M., & Crawford, M. (2007a). The Medium Makes a Difference: Gender Similarities and Differences in Instant Messaging. *Journal of Language and Social Psychology*, 26(4), 389–397. <https://doi.org/10.1177/0261927x07306982>
- Fox, A. B., Bukatko, D., Hallahan, M., & Crawford, M. (2007b). The Medium Makes a Difference. *Journal of Language and Social Psychology*, 26(4), 389–397. <https://doi.org/10.1177/0261927x07306982>
- Gio, P. U., & Irawan, D. E. (2016). Belajar Statistika dengan R. *USU Press*, 262.
- Green, M. C., Hilken, J., Friedman, H., Grossman, K., Gasiewski, J., Adler, R., & Sabini, J. (2005). Communication via instant messenger: Short- and long-term effects. *Journal of Applied Social Psychology*, 35(3), 445–462. <https://doi.org/10.1111/j.1559-1816.2005.tb02130.x>
- Greenacre, M., & Blasius, J. (2007). Multiple correspondence analysis and related methods. In *Psychometrika* (Vol. 72, Issue 2). <https://doi.org/10.1007/s11336-006-1579-x>
- Gross, E. F., Juvonen, J., & Gable, S. L. (2002). Internet use and well-being in adolescence. *Journal of Social Issues*, 58(1), 75–90. <https://doi.org/10.1111/1540-4560.00249>
- Gross, T., & Oemig, C. (2005). PRIMI - An open platform for the rapid and easy development of instant messaging infrastructures. *Software Engineering and Advanced Applications, 2005. 31st EUROMICRO Conference, 2005*, 460–467. <https://doi.org/10.1109/EUROMICRO.2005.46>
- Hampton, K., Rainie, L., Lu, W., Shin, I., & Purcell, K. (2015). Social Media And The Cost Of Caring. *Pew Research Center Internet & Technology*.
- Henriette, S. C., & Windiani, R. (2018). PEMBERDAYAAN LITERASI MEDIA DAN INFORMASI (LMI) UNESCO SEBAGAI SARANA PENCEGAHAN

- PENYEBARAN HOAX. *Jurnal Litbang Provinsi Jawa Tengah*, 53(9), 1689–1699.  
<https://doi.org/10.1017/CBO9781107415324.004>
- Hermawansyah, A., & Pratama, A. R. (2019). *Analisis Profil dan Karakteristik Pengguna Media Sosial di Indonesia*.
- Hidayat, A. (2017). Penjelasan Teknik Sampling Dalam Penelitian. *Diambil Kembali Dari Statistikian*: <https://www.statistikian.com/2017/06/teknik-sampling-dalam-penelitian.html>.
- Ilahi, H. N. (2019). Women and Hoax News Processing on WhatsApp. *Jurnal Ilmu Sosial Dan Ilmu Politik*, 22(2), 98. <https://doi.org/10.22146/jsp.31865>
- Indaryani, E., & Suliworo, D. (2018). Dampak pemanfaatan WhatsApp dalam meningkatkan motivasi belajar siswa pada pelajaran fisika. *In Quantum: Seminar Nasional Fisika, Dan Pendidikan Fisika*.
- Iqbal, A., Alobaidli, H., Almarzooqi, A., & Jones, A. (2015). LINE IM app Forensic Analysis. *12th International Conference on High-Capacity Optical Networks and Enabling/Emerging Technologies (HONET-ICT 2015) Poster, IM*.
- Jain, V., Sahu, R., & Singh Tomar, D. (2015). Evidence Gathering of Line Messenger on iPhones. *International Journal of Innovations in Engineering and Management*, 4(2), 2319–3344.
- Job, J., Naresh, V., & Chandrasekaran, K. (2016). A modified secure version of the Telegram protocol (MTPProto). *2015 IEEE International Conference on Electronics, Computing and Communication Technologies, CONECCT 2015*, 1–6.  
<https://doi.org/10.1109/CONECCT.2015.7383884>
- Junaida, D. S. (2018). E-Gossip: Studi Kasus Budaya Gosip Pengguna Whatsapp. *Walusuji : Jurnal Sejarah Dan Budaya*, 9(2), 435–445.  
<https://doi.org/10.36869/wjsb.v9i2.59>
- Kemp, S. (n.d.). *hootsuite (We are social) Digital-2022-Indonesia February 2022*.
- Kemp, S. (2019). Digital 2019: Indonesia. *Global Digital Insights*, 77.  
<https://doi.org/https://datareportal.com/reports/digital-2019-indonesia>
- Kertanegara, M. R., Nabila, A., Berlian, C. N., Jeaniffer, E., Dwi, F., & Sabrina, I. (2020). Pengaruh Tingkat Literasi Media terhadap Perilaku Penyebaran Hoax di Kalangan Generasi Z (Studi pada Siswa SMA Negeri 4 Depok). *Jurnal Konvergensi*, 2(1), 80–161.
- Kraut, R., Brynin, M., & Kiesler, S. (2006). *Computers, Phones, and the Internet: Domesticating Information Technology*. Oxford University Press.

- Lubis, E. E. (2014). Potret media sosial dan perempuan. *Paralella, Volume I N*, 97–106.
- MacDonald, C. D., & Roberts-Pittman, B. (2010). Cyberbullying among college students: Prevalence and demographic differences. *Procedia - Social and Behavioral Sciences*, 9, 2003–2009. <https://doi.org/10.1016/j.sbspro.2010.12.436>
- Marcum, C. D., Higgins, G. E., Freiburger, T. L., & Ricketts, M. L. (n.d.). Battle of the sexes: An examination of male and female cyberbullying. *International Journal of Cyber Criminology*, 6(1), 904–911.
- Miladiyah, A. (2017). *Pemanfaatan WhatsApp Messenger info dalam pemberian informasi dan peningkatan kinerja pada sub bagian program pemerintah dan peningkatan kinerja pada sub bagian program pemerintah propinsi Sulawesi Selatan*.
- Pratama, A. R. (2018). Investigating Daily Mobile Device Use among University Students in Indonesia. *IOP Conference Series: Materials Science and Engineering*, 325(1). <https://doi.org/10.1088/1757-899X/325/1/012004>
- Priambada, S. (2015). Manfaat penggunaan media sosial pada usaha kecil menengah (UKM). *SESINDO 2015*,.
- Quan-Haase, A., & Young, A. L. (2010). Uses and Gratifications of Social Media: A Comparison of Facebook and Instant Messaging. *Bulletin of Science, Technology & Society*, 30(5), 350–361. <https://doi.org/10.1177/0270467610380009>
- Rachmatan, R., & Ayunizar, S. R. (2017). Cyberbullying Pada Remaja SMA di Banda Aceh. *Jurnal Insight Fakultas Psikologi Universitas Muhammadiyah Jember*, 13(2), 67–79.
- Rangkuti, A. A., Psi, S., & Si, M. (2017). *Statistika Inferensial untuk Psikologi dan Pendidikan*. kencana.
- Rosana, D., & Setyawarno, D. (2016). *Statistik Terapan untuk Penelitian Pendidikan disertai dengan analisis dengan aplikasi SPSS versi 22*. 1–252. [http://staffnew.uny.ac.id/upload/198810132015041004/pendidikan/ilovepdf\\_merged.pdf](http://staffnew.uny.ac.id/upload/198810132015041004/pendidikan/ilovepdf_merged.pdf)
- Septanto, H. (2018). Pengaruh Hoax dan Ujaran Kebencian Sebuah Cyber Crime dengan Teknologi Sederhana di Kehidupan Sosial Masyarakat. *Jurnal Sains Dan Teknologi*, 5(2), 157–162.
- Steward, S. (2004). *PDF Hacks: 100 Industrial-strength Tips & Tools*. O'Reilly Media, Inc.
- Sugiyono, D. R. (2006). *Statistika untuk penelitian*. CV.Afabeta.
- Sukrillah, A., Ratnamulyani, I., & Kusumadinata, A. (2017). PEMANFAATAN MEDIA

SOSIAL MELALUI WHATSAPP GROUP FEI SEBAGAI SARANA KOMUNIKASI UTILIZATION. *Jurnal Komunikatio*, 3(2), 95–104. <https://doi.org/10.24036/ld.v2i2.3525>

Survey, M. (n.d.). *Sample Size Calculator*. 2020.

Suryadi, M. T. (2014). *The Best Android Apps for Chatting*. Andi Offset.

Sutikno, T., Handayani, L., Stiawan, D., Riyadi, M. A., & Subroto, I. M. I. (2016). WhatsApp, viber and telegram: Which is the best for instant messaging? *International Journal of Electrical and Computer Engineering*, 6(3), 909–914. <https://doi.org/10.11591/ijece.v6i3.10271>

Tutiasri, R. P., Kusuma, A., & Sumardijati, S. (2019). Perilaku Remaja dalam Penyebaran Hoax di Grup WhatsApp. *Jurnal Ilmu Komunikasi*, 2(1). <https://doi.org/10.33005/jkom.v2i1.36>

Van Gelder, L. (1996). The Strange Case of the Electronic Lover. *Computerization and Controversy*, 533–546. <https://doi.org/10.1016/b978-0-12-415040-9.50124-x>

Wang, Y., Li, Y., & Tang, J. (2015). Dwelling and fleeting encounters: Exploring why people use WeChat - A mobile instant messenger. *Conference on Human Factors in Computing Systems - Proceedings*, 18, 1543–1548. <https://doi.org/10.1145/2702613.2732762>

Woolley, D. R. (1994). PLATO: The emergence of online community. *Social Media Archeology and Poetics*, MIT Press, Cambridge.

Xu, Y., Yu, C., Li, J., & Liu, Y. (2012). Video telephony for end-consumers: Measurement study of Google+, iChat, and Skype. *Proceedings of the ACM SIGCOMM Internet Measurement Conference, IMC*, 371–384. <https://doi.org/10.1145/2398776.2398816>

Yang, Jerry, and W. J. P. (1997). *Yahoo!* National Humanities Center.