

ABSTRACT

The internet users should be realize about their needs when they use the internet or other technologies that described as Computer Mediated Communication (CMC). The user should be focus and strict to the point of purposes when they access the internet. On the contrary, the users are often to be distracted by the internet and lot of information inside it. They come and access other information outside their starting purposes before open the internet. So far, study in this field has not been found specifically. Therefore, this study is need to be done to see this phenomenon in details and comprehensively. This study aims to determine about why this phenomenon could be happens.

The research method of this research is nethnography studies which were analyzed qualitatively with 3 informants in this study. The informants are those who have in-depth information and knowledge associated to this research and have connection too with these technology for their daily activities. While data collection methods was using depth interviews (online conversation), categorizing the data, and anylzing the data. Of course, this research would be stand with referencing upon the selected theoritical basis and previous research; information bomb from Virillio, some of theory from Castells, theory extraction about user itself and neuroscience theory about human brain.

The results of this research shows that the phenomenon of user (between desires and distraction) is real. They were access many informations outside their needs. In general, it can be explained in several points; 1) the user desire/ interest/ curiosity about the information, 2) user unconsciousness when clicking links, 3) user do not want to miss information, 4) user want to to be good in socializing, 5) user want to be satisfied with all information accessed , 6) technology determination, and 7) the addiction and desires from user itself to access the information. However, the user still enjoys all the distractions that come to them until the time has runs out. Then, it is known that one of the causes of the distraction is due to the limited work of the human brain itself when receiving the information.

Keywords: user, CMC, distraction, desires, nethnography

ABSTRAK

Pengguna internet (*user*) harus menyadari tentang hal-hal apa saja yang menjadi kebutuhan mereka terhadap internet dan teknologi lainnya yang juga biasa disebut sebagai *Computer Mediated Communication* (CMC). Mereka juga seharusnya tetap berkonsentrasi dan fokus pada objek yang ingin mereka cari ketika mengakses informasi melalui internet. Akan tetapi, *user* seringkali menjadi terganggu dan teralihkan karena melihat banyaknya informasi yang ada dihadapannya. *User* kemudian mengakses informasi tersebut meskipun mereka tahu bahwa itu bukanlah informasi yang mereka cari sebelumnya. Sejauh ini belum banyak ditemukan kajian yang secara spesifik membahas fenomena ini. Oleh karena itu, guna mengupas fenomena ini secara rinci dan komprehensif, maka penelitian ini menjadi perlu untuk dilakukan. Hal tersebut dimaksudkan agar dapat diketahui hal apa yang sebenarnya menjadi penyebab terjadinya fenomena tersebut.

Adapun metode penelitian yang digunakan dalam riset ini adalah metode netnografi yang akan dianalisa secara kualitatif dengan 3 orang informan. Informan-informan tersebut adalah orang-orang yang memiliki informasi mendalam dan pengetahuan terkait penelitian ini. Tidak hanya itu, informan juga merupakan pihak yang ikut menggunakan CMC dalam kesehariannya. Dalam pengumpulan data sendiri, penelitian ini menggunakan wawancara mendalam (melalui percakapan *online*), observasi lapangan, mengelompokkan data, serta menganalisa data. Tentu saja hal tersebut tetap didasari oleh teori-teori yang menjadi pijakan dalam penelitian ini serta dari penelitian sebelumnya; *information bomb* dari Virillio, beberapa teori dari Castells, ekstraksi teori tentang *user* itu sendiri, serta teori neuroscience terkait dengan otak manusia.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa fenomena *user distraction* dan *user desires* itu memang nyata adanya. *User* mengakses banyak informasi diluar kebutuhan mereka. Secara garis besar hal tersebut dapat dijelaskan dalam beberapa poin; 1) besarnya keinginan/ ketertarikan/ rasa penasaran *user* terhadap banyaknya informasi yang berada dihadapannya, 2) ketidaksadaran *user* dalam mengeklik *link*, 3) tidak ingin ketinggalan informasi, 4) ingin dapat bersosialisasi dengan baik, 5) ingin merasa puas dengan seluruh informasi yang diaksesnya, 6) *technology determination*, serta 7) adanya kecanduan dan dorongan dari dalam diri *user* itu sendiri untuk mengakses informasi yang ada. Namun demikian, *user* tetap saja menikmati semua distraksi yang datang padanya hingga waktu bekerja/ beraktivitasnya pun habis tanpa ia sadari. Belakangan diketahui bahwa distraksi ini juga disebabkan oleh terbatasnya kerja otak manusia dalam menerima informasi.

Kata kunci: user, CMC, distraksi, *desires* (keinginan), netnografi.