

SURVEI
APJII

**PROFIL INTERNET
INDONESIA 2025**

SURVEI PENETRASI INTERNET DAN PERILAKU PENGGUNAAN INTERNET

2025



Sebagai perwakilan **Pengurus APJII,** kami dengan bangga mempersembahkan **Profil Internet Indonesia 2025**

Menyajikan data dan wawasan strategis hasil kolaborasi dan inovasi untuk menghadapi tantangan sekaligus memanfaatkan peluang di era digital yang terus berkembang



Zulfadly Syam
Sekretaris Umum APJII

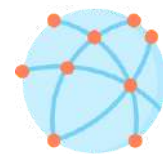
Muhammad Arif
Ketua Umum APJII

Arfizar Zulkarnaen
Bendahara Umum APJII

Daftar Isi



**Metodologi dan
Sebaran Responden**



**Penetrasi Penggunaan
Internet**



**Perilaku Penggunaan
Internet**



Internet Mobile



**Fixed Broadband &
Satellite Internet**



**Perilaku Akses
Konten Internet**



**Perilaku Akses
Konten Artificial
Intelligence (AI)**



Metodologi dan Sebaran Responden

Metodologi Survei

01



Waktu Survei

Survei
Dilaksanakan pada
tanggal 10 April
s.d 16 Juli 2025

02



Populasi Survei

WNI di seluruh
Indonesia yang
berusia minimal
13 tahun

03



Jumlah Responden

Jumlah responden
pada survei 8.700
disebar secara
proporsional 38
provinsi di Indonesia

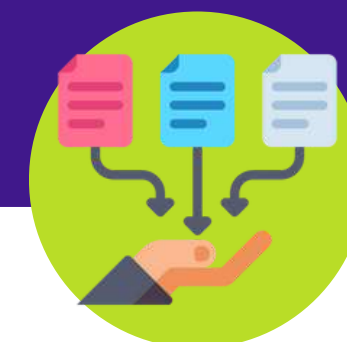
04



Metode Wawancara

Metode yang
digunakan adalah
wawancara tatap
muka dan dilakukan
oleh enumerator
terlatih

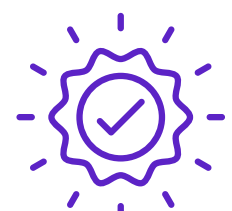
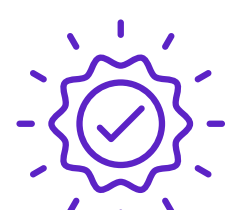
05



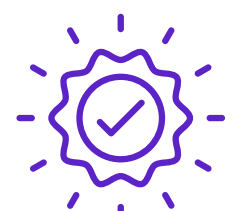
Metode Penentuan Sampel

Metode penentuan
sampel menggunakan
metode multistage
random sampling,
dengan Margin of
Error (MoE) $\pm 1.1\%$

Tingkat Penetrasi

-  **Tingkat Penetrasi Nasional :** Persentase penduduk yg sudah terkoneksi internet dibandingkan total jumlah penduduk secara nasional.
-  **Tingkat Penetrasi Wilayah :** Persentase penduduk di satu provinsi yang sudah terkoneksi internet, dibandingkan total jumlah penduduk di provinsi tersebut.
-  **Tingkat Penetrasi Suatu Segmen :** Persentase pertumbuhan pengguna pada satu segmen terhadap total pengguna internet pada segmen tersebut.
-  ***Catatan Khusus:** Jawaban responden yang berusia < 13 tahun, diperoleh melalui respon orangtua dari anak yang bersangkutan.

Tingkat Kontribusi

-  **Tingkat Kontribusi Wilayah :** Persentase jumlah pengguna internet dari suatu wilayah terhadap total pengguna internet nasional.
-  **Tingkat Kontribusi Suatu Segmen :** Persentase segmen tersebut terhadap total pengguna internet secara nasional.



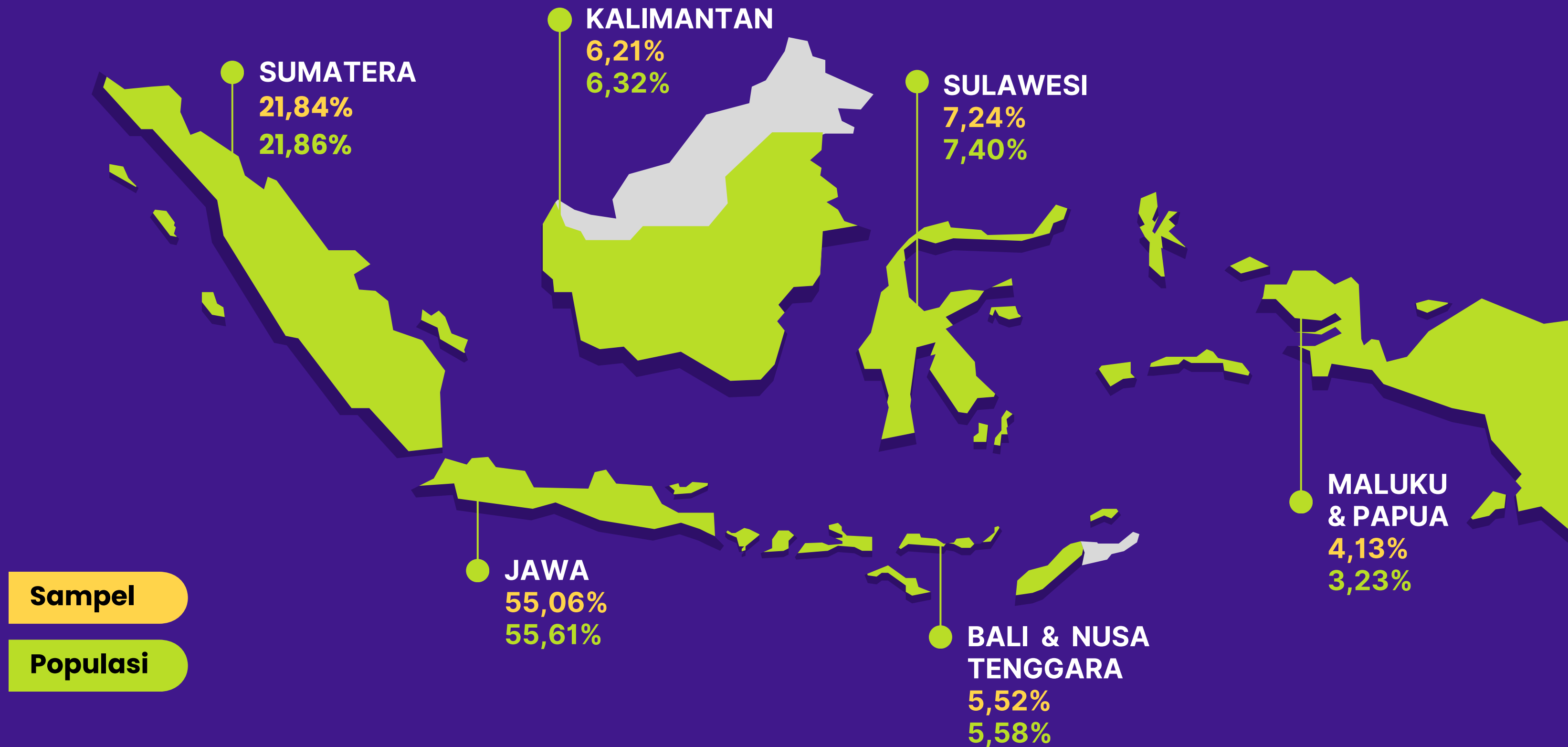
Sebaran Responden



Jumlah
8.700



Validasi Data Sampel Berdasarkan Wilayah



Sampel

Populasi

Validasi Data Sampel berdasarkan Provinsi

PROVINSI	RESPONDEN	POPULASI
ACEH	1,84%	1,95%
BALI	1,61%	1,57%
BANTEN	4,25%	4,41%
BENGKULU	0,80%	0,75%
DKI JAKARTA	4,02%	3,76%
DI YOGYAKARTA	1,38%	1,33%
GORONTALO	0,46%	0,44%
JAMBI	1,38%	1,33%
JAWA BARAT	16,90%	17,86%
JAWA TENGAH	13,79%	13,45%
JAWA TIMUR	14,71%	14,81%
KALIMANTAN BARAT	1,95%	2,03%
KALIMANTAN SELATAN	1,49%	1,52%
KALIMANTAN TENGAH	0,92%	1,00%
KALIMANTAN TIMUR	1,38%	1,50%

PROVINSI	RESPONDEN	POPULASI
KALIMANTAN UTARA	0,46%	0,26%
KEP BANGKA BELITUNG	0,57%	0,54%
KEPULAUAN RIAU	1,26%	0,78%
LAMPUNG	3,22%	3,35%
MALUKU	0,57%	0,69%
MALUKU UTARA	0,57%	0,48%
NUSA TENGGARA BARAT	1,95%	1,99%
NUSA TENGGARA TIMUR	1,95%	2,02%
PAPUA	0,46%	0,38%
PAPUA BARAT	0,46%	0,21%
PAPUA BARAT DAYA	0,46%	0,22%
PAPUA PEGUNUNGAN	0,57%	0,52%
PAPUA SELATAN	0,57%	0,19%
PAPUA TENGAH	0,57%	0,52%
RIAU	2,30%	2,40%

PROVINSI	RESPONDEN	POPULASI
SULAWESI BARAT	0,46%	0,54%
SULAWESI SELATAN	3,33%	3,36%
SULAWESI TENGAH	1,03%	1,11%
SULAWESI TENGGARA	0,92%	1,00%
SULAWESI UTARA	1,03%	0,96%
SUMATERA BARAT	1,95%	2,08%
SUMATERA SELATAN	3,10%	3,14%
SUMATERA UTARA	5,40%	5,55%



Validasi Responden Berdasarkan Generasi

23,47%

23,46%



Kelahiran >2013/
Kurang dari 13th

23,49%

23,48%



Kelahiran 1997-2012/
13 - 28th

22,71%

22,72%



Kelahiran 1981-1996/
29 - 44th

18,41%

18,42%



Kelahiran 1965-1980/
45 - 60th

9,82%

9,83%



Kelahiran 1946-1964/
61 - 79th

2,10%

2,09%



Kelahiran <1945/
80th+

Sampel

Populasi



Validasi Data Sampel Berdasarkan Gender

50,00%

50,47%



Laki Laki

50,00%

49,53%



Perempuan

Validasi Data Sampel Berdasarkan Status Daerah

56,40%

56,45%



Daerah
Urban

43,60%

43,55%



Daerah
Rural

Validasi Data Sampel Berdasarkan Pendidikan

34,81%

34,85%



SD/
Sederajat

21,40%

17,46%



SMP/
Sederajat

32,89%

34,83%



SMA/
Sederajat

10,90%

12,86%



Perguruan
Tinggi

Sampel

Populasi

Demografi Responden

Gender



Laki-laki
50,00%

Perempuan
50,00%

Kelompok Generasi



Gen Alpha
 Kelahiran >2013 /
 Kurang dari 13th

23,47%*



Gen Z
 Kelahiran 1997-
 2012 / 13 - 28th

23,49%



Millenial
 Kelahiran 1981-
 1996 / 29 - 44th

22,71%



Gen X
 Kelahiran 1965-
 1980 / 45 - 60th

18,41%



Baby Boomers
 Kelahiran 1946-
 1964 / 61 - 79th

9,82%



Pre Boomers
 Kelahiran <1945/
 80th+

2,10%

*diambil dari responden utama yang memiliki anak usia 12 tahun ke bawah

Pendidikan Terakhir



Tidak Sekolah
/SD/Sederajat

34,81%



SMP/Sederajat

21,40%



SMA/Sederajat

32,89%



Perguruan Tinggi

10,90%



Aktivitas Harian



Bekerja

48,67%



Mengurus Rumah Tangga

25,88%



Sekolah/ Kuliah

14,01%



Tidak/Belum Bekerja

9,92%



Pensiunan

1,52%

Pengeluaran



Pekerjaan



Petani/Peter nak/Nelaya

17,33%



Buruh Kasar/Tak tetap

11,31%



Pedagang/ Pemilik Usaha Makanan

10,22%



Pegawai/ Pegawai Swasta

9,52%



Pedagang/ Pemilik Usaha Barang

8,79%



Buruh Tani/Ternak

7,06%



Wiraswasta Penyedia jasa

5,51%



Buruh Toko/Pabrik

5,27%



Guru/Dosen/ Pengajar

4,69%



Kepala Desa/RT/RW

4,03%



Wiraswasta Penghasil Barang

3,57%



Driver/Ojek/ sopir

3,27%



Tenaga Honorer

2,95%



Freelancer/ Paruh waktu

2,66%



Aparatur Sipil Negara

1,83%



Tenaga Professional

0,65%



Tenaga Kesehatan

0,46%



Pekerja Seni/Musisi

0,18%



Pejabat Tinggi Pemerintahan

0,11%



Ustadz/Pendeta /Bhiksu

0,11%



Atlet/ Olahragawan

0,02%



Lainnya

0,46%

21,58% Kurang dari Rp 1.000.000,-

22,05% Rp 1.000.001,- sd Rp 1.500.000,-

15,99% Rp 1.500.001,- sd Rp 2.000.000,-

13,94% Rp 2.000.001,- sd Rp 2.500.000,-

16,87% Rp 2.500.001,- sd Rp 3.500.000,-

8,25% Rp 3.500.001,- sd Rp 6.000.000,-

1,32% Di atas Rp 6.000.000,-



Asosiasi
Penyelenggara
Jasa
Internet
Indonesia

INDONESIA INTERNET SERVICE PROVIDER ASSOCIATION

SURVEI
APJII

**PROFIL INTERNET
INDONESIA 2025**



Penetrasi Penggunaan Internet

Tingkat Penetrasi Internet Indonesia 2025

Tingkat Penetrasi Internet di Indonesia

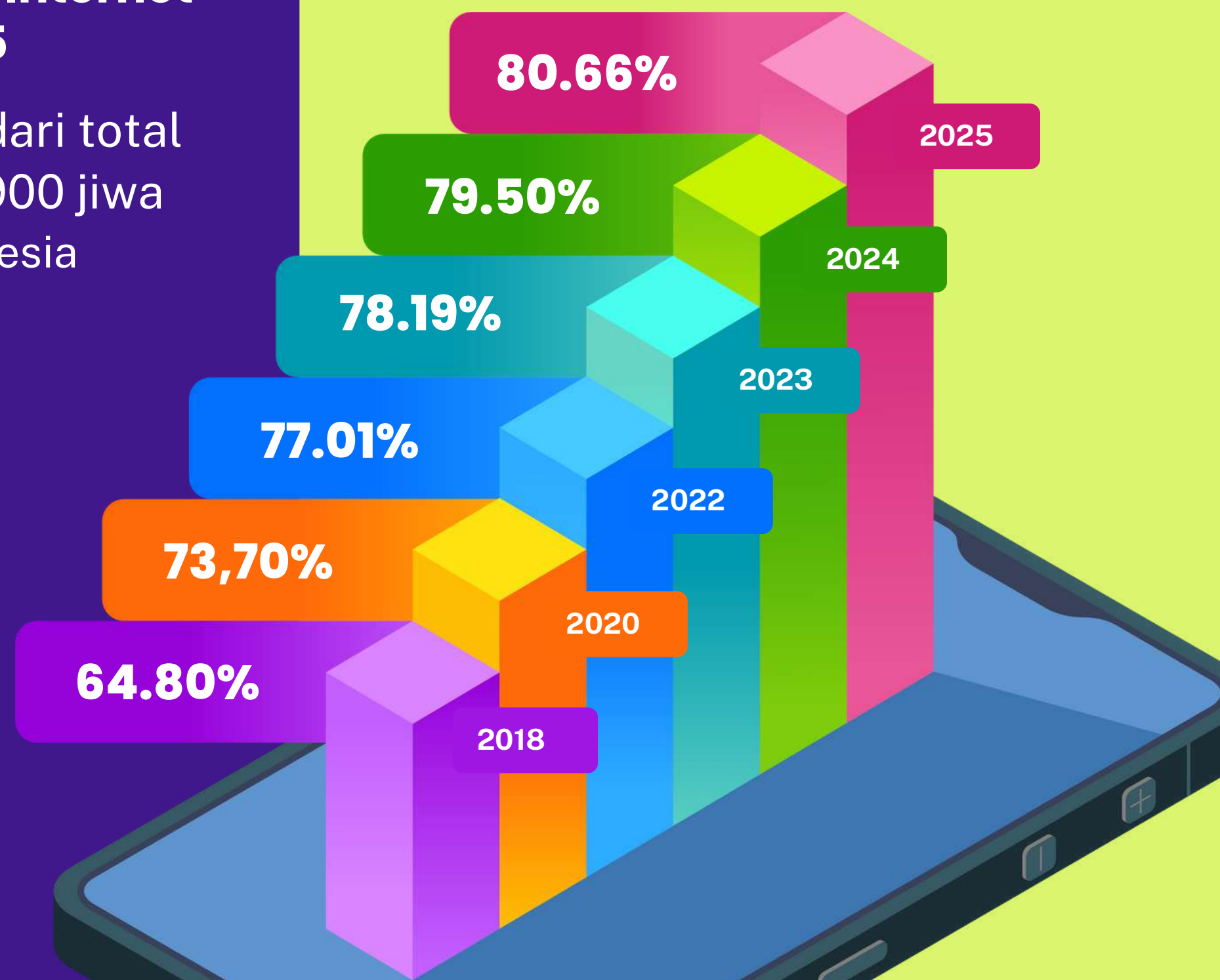
 **80,66%**



Jumlah Penduduk Terkoneksi Internet Tahun 2025

229.428.417 Jiwa dari total
populasi 284.438.900 jiwa
Penduduk Indonesia
Tahun 2025

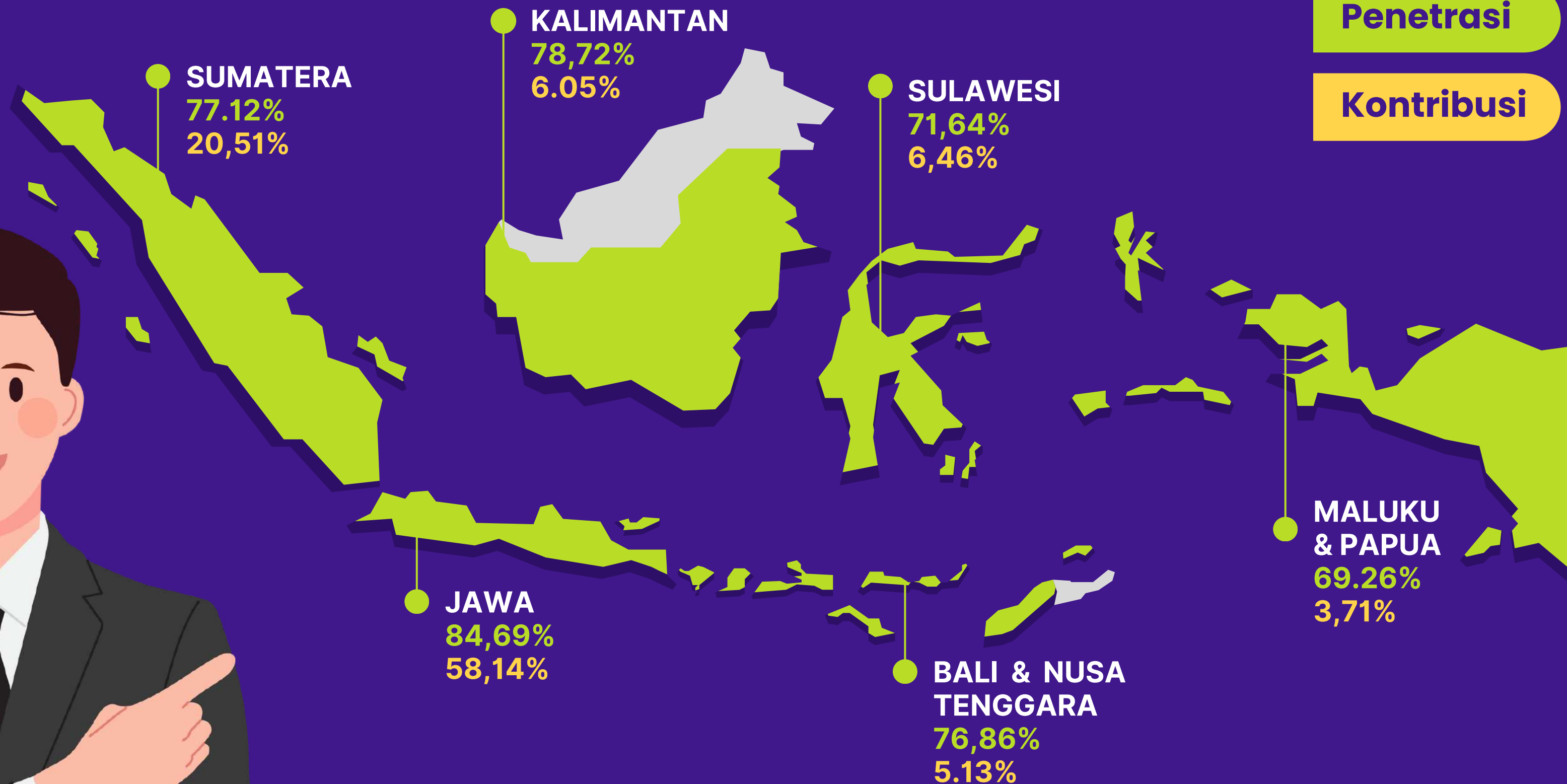
Pertumbuhan Tingkat Penetrasi Indonesia



Tingkat Penetrasi Internet Berdasarkan Pulau

Penetrasi

Kontribusi



Tingkat Penetrasi Internet Berdasarkan Pulau & Provinsi

Provinsi	Penetrasi	Kontribusi (Nasional)	MoE (Margin of Error)
ACEH	75,65%	1,68%	7,91%
BENGKULU	88,51%	0,76%	11,95%
JAMBI	87,71%	1,51%	9,13%
KEPULAUAN BANGKA BELITUNG	80,88%	0,52%	14,14%
KEPULAUAN RIAU	81,03%	1,36%	9,53%
LAMPUNG	78,26%	3,30%	5,98%
RIAU	80,81%	2,12%	7,07%
SUMATERA BARAT	76,45%	1,79%	7,67%
SUMATERA SELATAN	76,98%	2,91%	6,09%
SUMATERA UTARA	70,03%	4,56%	4,61%

Penetrasi

77,12%

Kontribusi

20,51%

Pulau Sumatera



Tingkat Penetrasi Internet Berdasarkan Pulau & Provinsi

Provinsi	Penetrasi	Kontribusi (Nasional)	MoE (Margin of Error)
BANTEN	84,99%	4,38%	5,20%
DAERAH ISTIMEWA YOGYAKARTA	91,18%	1,51%	9,13%
DKI JAKARTA	91,35%	4,69%	5,35%
JAWA BARAT	86,52%	17,72%	2,61%
JAWA TENGAH	82,57%	14,42%	2,89%
JAWA TIMUR	82,19%	15,43%	2,80%

Penetrasi

84,69%

Kontribusi

58,14%

Pulau Jawa



Tingkat Penetrasi Internet Berdasarkan Pulau & Provinsi

Provinsi	Penetrasi	Kontribusi (Nasional)	MoE (Margin of Error)
KALIMANTAN BARAT	79,37%	1,93%	7,67%
KALIMANTAN SELATAN	64,67%	1,15%	8,77%
KALIMANTAN TENGAH	89,57%	0,99%	11,18%
KALIMANTAN TIMUR	88,33%	1,54%	9,13%
KALIMANTAN UTARA	70,15%	0,44%	15,81%

Penetrasi
 78,72%

Kontribusi
 6,05%



Tingkat Penetrasi Internet Berdasarkan Pulau & Provinsi

Provinsi	Penetrasi	Kontribusi (Nasional)	MoE (Margin of Error)
BALI	90,59%	1,76%	8,45%
NUSA TENGGARA BARAT	72,88%	1,66%	7,67%
NUSA TENGGARA TIMUR	69,69%	1,71%	7,67%

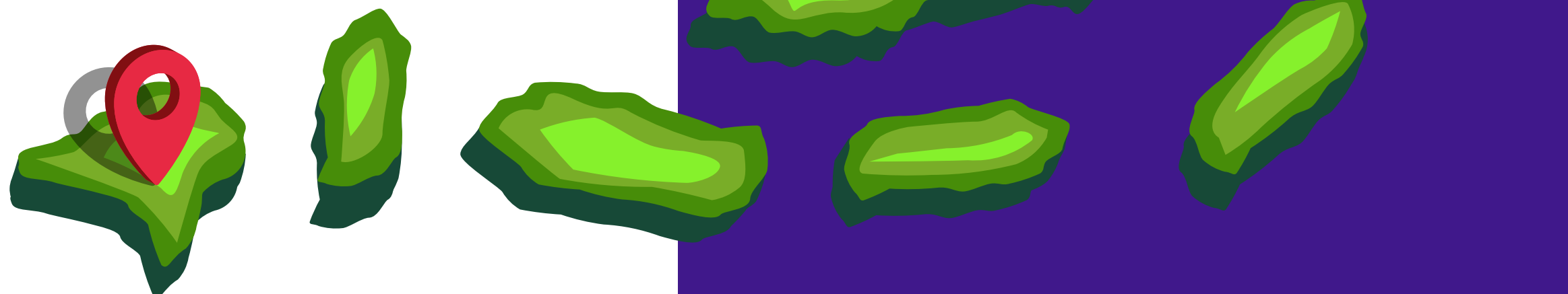
Penetrasi

76,86%

Kontribusi

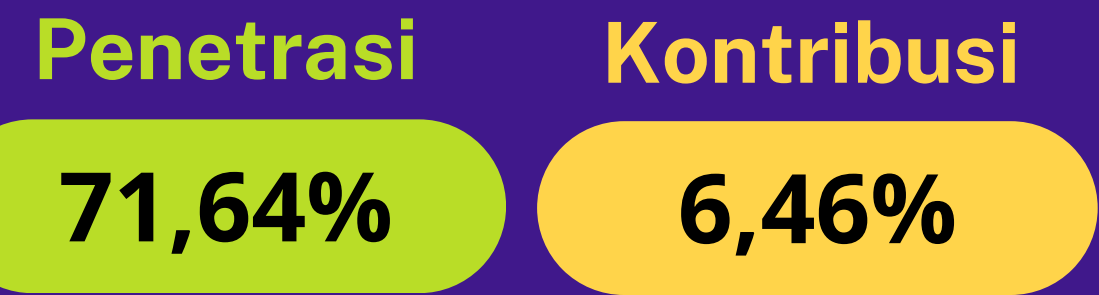
5,13%

Pulau Bali & Nusa Tenggara



Tingkat Penetrasi Internet Berdasarkan Pulau & Provinsi

Provinsi	Penetrasi	Kontribusi (Nasional)	MoE (Margin of Error)
GORONTALO	72,41%	0,40%	15,81%
SULAWESI BARAT	53,03%	0,34%	7,67%
SULAWESI SELATAN	76,03%	3,22%	5,87%
SULAWESI TENGAH	63,57%	0,84%	10,54%
SULAWESI TENGGARA	72,82%	0,73%	11,18%
SULAWESI UTARA	73,48%	0,94%	10,54%



Pulau Sulawesi



Tingkat Penetrasi Internet Berdasarkan Pulau & Provinsi

Provinsi	Penetrasi	Kontribusi (Nasional)	MoE (Margin of Error)
MALUKU	65,48%	0,53%	14,14%
MALUKU UTARA	67,47%	0,54%	14,14%
PAPUA	78,26%	0,35%	15,81%
PAPUA BARAT	75,10%	0,37%	15,81%
PAPUA BARAT DAYA	71,10%	0,45%	15,81%
PAPUA PEGUNUNGAN	57,50%	0,44%	14,14%
PAPUA SELATAN	78,79%	0,51%	15,81%
PAPUA TENGAH	68,47%	0,52%	14,14%

Penetrasi

69,26%

Kontribusi

3,71%

Pulau Papua & Maluku



Tingkat Penetrasi Internet Indonesia

Gender



Laki-laki

Penetrasi
82,73%

Kontribusi
51,50%



Perempuan

Penetrasi
78,57%

Kontribusi
48,50%

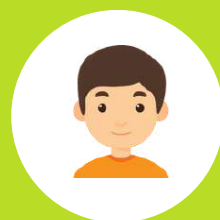


Kelompok Generasi



Gen Alpha
(Kelahiran >2013/
Kurang dari 13th)

79,73%
23,19%



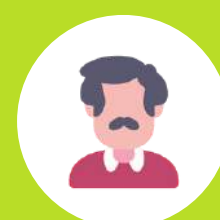
Gen Z
(Kelahiran 1997-
2012/ 13-28th)

87,80%
25,54%



Millennial
(Kelahiran 1981-
1996/ 29-44th)

89,12%
25,17%



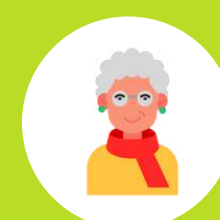
Gen X
(Kelahiran 1965-
1980/45-60th)

79,48%
18,15%



Baby Boomers
(Kelahiran 1946-
1964/61-79th)

59,40%
7,53%



Pre Boomer
(Kelahiran <1945
/ 80th++)

20,88%
0,42%

■ Penetrasi
 ■ Kontribusi

Daerah Urban



Penetrasi
83,53%

Kontribusi
58,24%

Daerah Rural



Penetrasi
76,96%

Kontribusi
41,76%

Kelompok Pendidikan



73,62%
42,66%
Tidak Lulus
SD/SD/Sederajat



81,26%
18,53%
SMP/Sederajat



89,22%
28,15%
SMA/Sederajat



91,27%
10,66%
Perguruan Tinggi

■ Penetrasi
 ■ Kontribusi



Tingkat Penetrasi Internet Indonesia

Aktivitas



Bekerja

83,66%

52,52%



Mengurus Rumah Tangga

77,57%

23,49%



Tidak/Belum Bekerja

67,22%

7,47%



Sekolah/Kuliah

86,30%

14,81%



Pensiunan

77,22%

1,71%

Pengeluaran



Di bawah 1 juta

70,73%

17,80%

1 juta s.d 1,5 juta

78,06%

20,97%

1,5 juta s.d 2 juta

81,42%

15,75%

2 juta s.d 2,5 juta

84,38%

14,65%

2,5 juta s.d 3,5 juta

87,63%

19,04%

3,5 juta s.d 6 juta

89,87%

10,00%

Di atas 6 juta

91,47%

1,79%

Daerah Tertinggal



80,55%

1,91%

Daerah Tidak Tertinggal



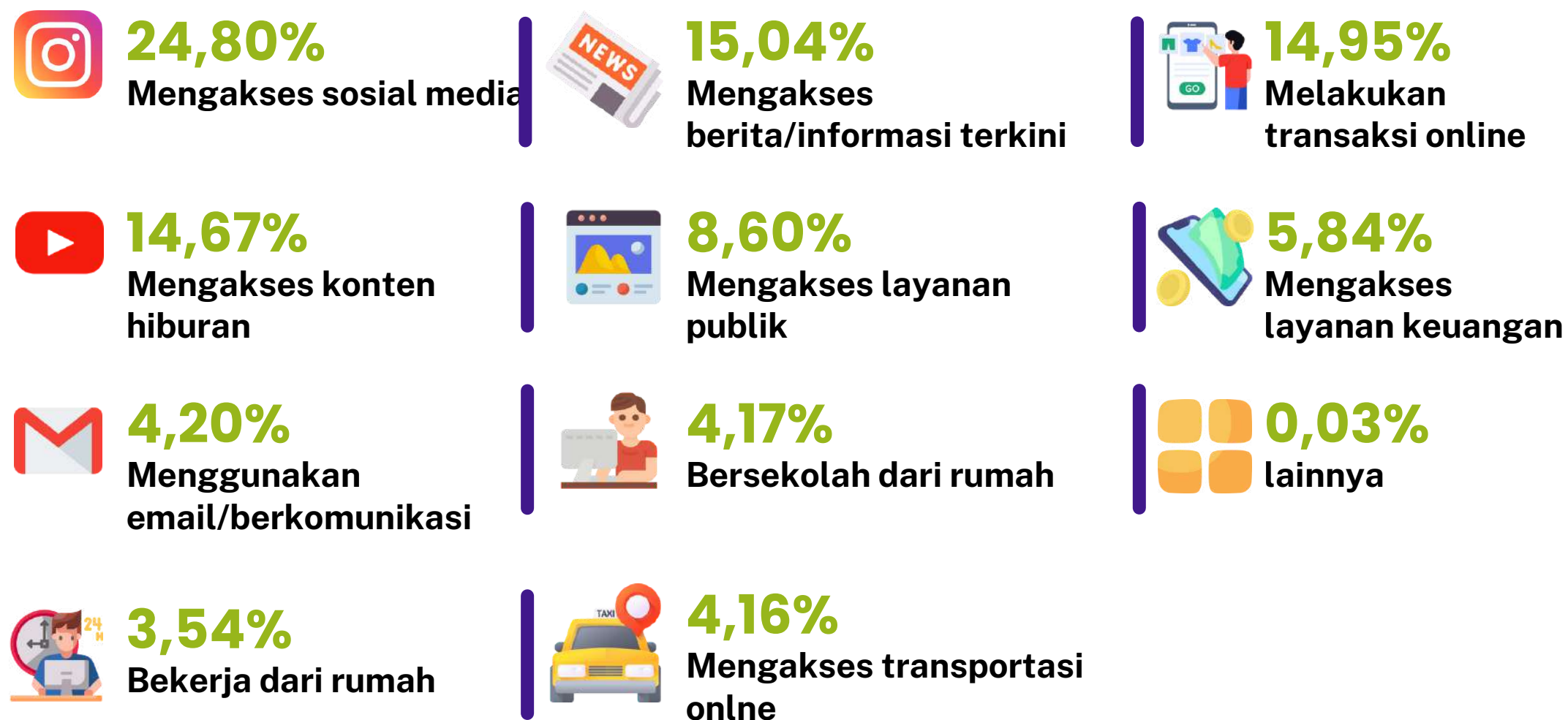
80,95%

98,09%

Kontribusi

Penetrasi

Alasan Terkoneksi Internet



* Pertanyaan merupakan multiple answer, artinya responden dapat memilih lebih dari satu jawaban.



Alasan Tidak Terkoneksi Internet

43,62%

Tidak memiliki perangkat yang dapat terhubung ke internet



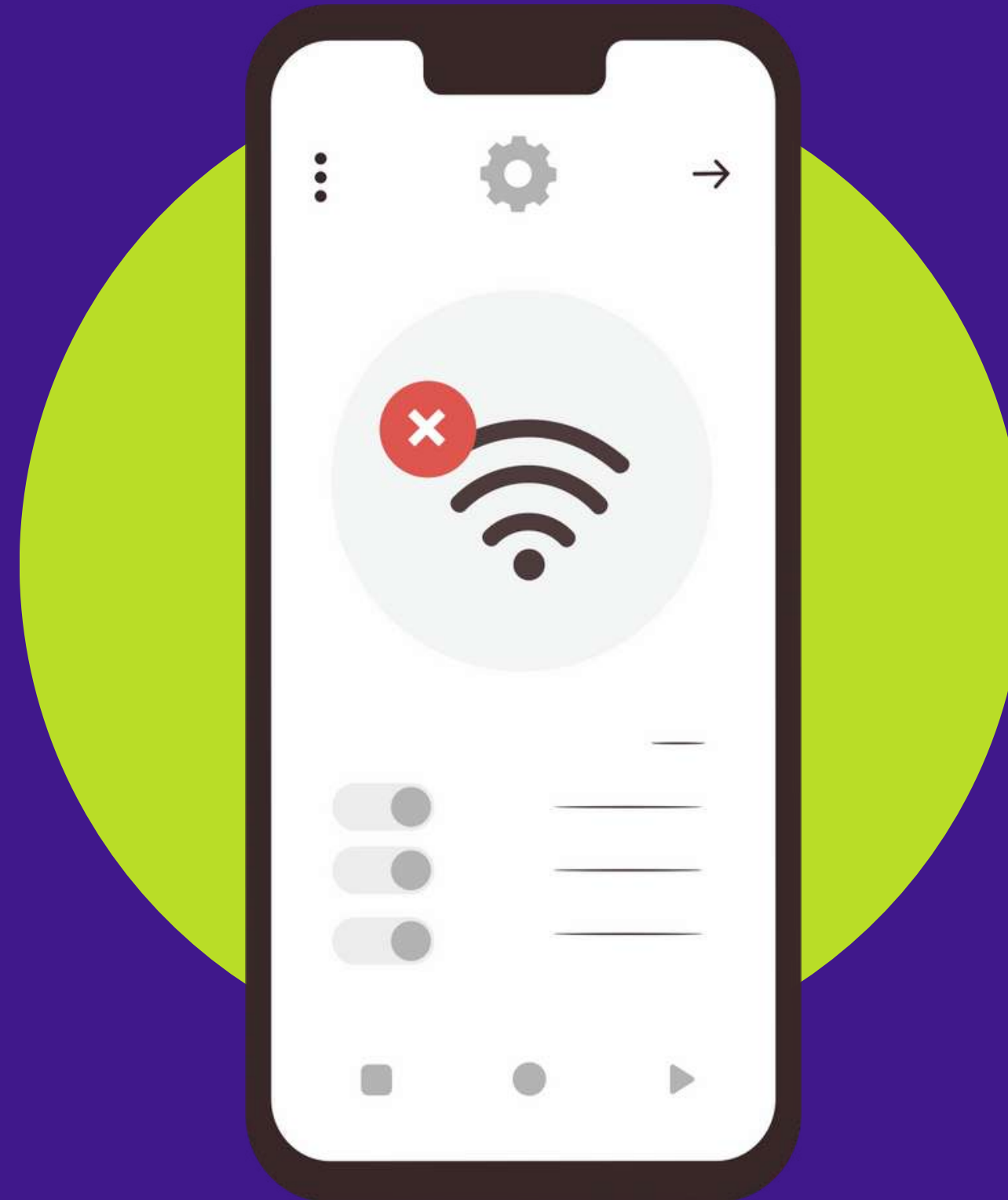
40,77%

Tidak tahu bagaimana menggunakan perangkat yang dapat terkoneksi dengan internet



3,24%

Tidak melihat manfaat menggunakan internet



2,88%

Membeli kuota terlalu mahal



2,59%

Tidak ada sambungan internet



2,14%

Keterbatasan fisik



4,76%

Lainnya

Alasan Tidak Terkoneksi Internet

Berdasarkan Jenis Kelamin

Tidak memiliki komputer atau gadget yang dapat terhubung ke internet

41,85%
58,15%

Tidak tahu bagaimana menggunakan perangkat yang dapat terkoneksi dengan internet

45,92%
54,08%

Membeli kuota terlalu mahal

85,19%
14,81%

Di wilayah tidak ada sambungan internet

8,22%
91,78%

Tidak melihat manfaat menggunakan internet

76,92%
23,08%

Keterbatasan fisik untuk menggunakan internet

53,33%
46,67%

Lainnya

45,86%
54,14%



Laki-laki



Perempuan





Alasan Tidak Terkoneksi Internet Berdasarkan Generasi

	Tidak memiliki komputer atau gadget yang dapat terhubung ke internet	Tidak tahu bagaimana menggunakan perangkat yang dapat terkoneksi dengan internet	Membeli kuota terlalu mahal	Di wilayah tidak ada sambungan internet	Tidak melihat manfaat menggunakan internet	Keterbatasan fisik untuk menggunakan internet	Lainnya
Gen Z	16,78%	14,81%	38,75%	30,14%	23,33%	5,08%	32,33%
Milenial	18,00%	14,64%	15,00%	28,76%	17,78%	3,39%	29,32%
Gen X	30,28%	26,21%	26,25%	35,62%	35,56%	18,65%	24,82%
Baby Boomer	28,07%	33,74%	18,75%	5,48%	16,66%	57,63%	13,53%
Pre Boomer	6,87%	10,60%	1,25%	0,00%	6,67%	15,25%	0,00%



Perilaku Penggunaan Internet

Cara Mengakses Internet



Mobile data dari operator seluler

68,02%

74,27%



Wifi yang terpasang di rumah

28,43%

22,38%



Wifi yang terpasang di kantor/sekolah/kampus

1,75%

1,68%



Wifi yang terpasang di ruang publik

1,07%

1,03%



Hotspot/tethering melalui handphone teman/keluarga

0,73%

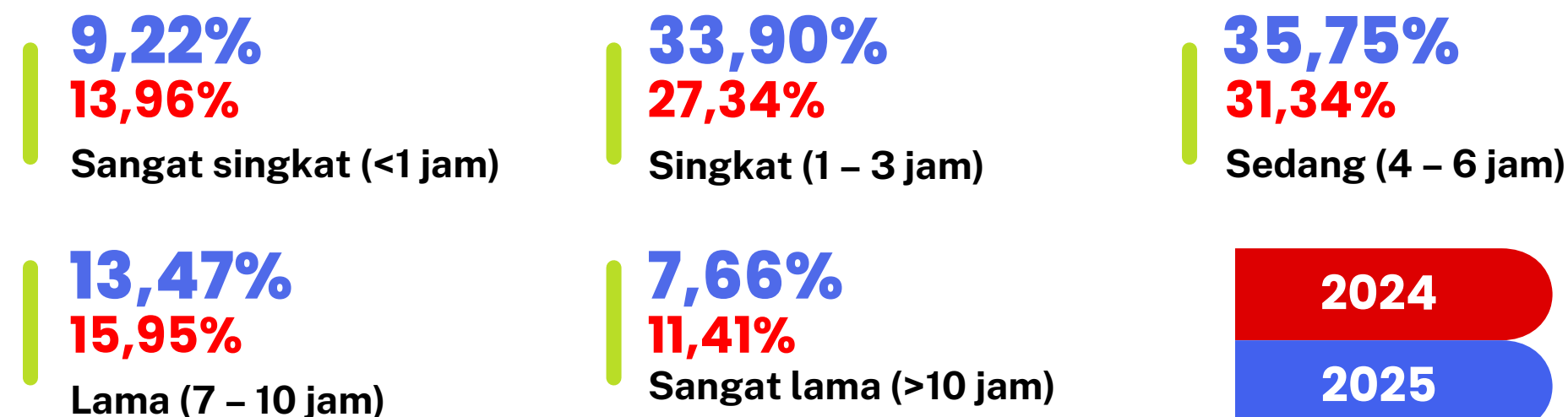
0,64%

2024

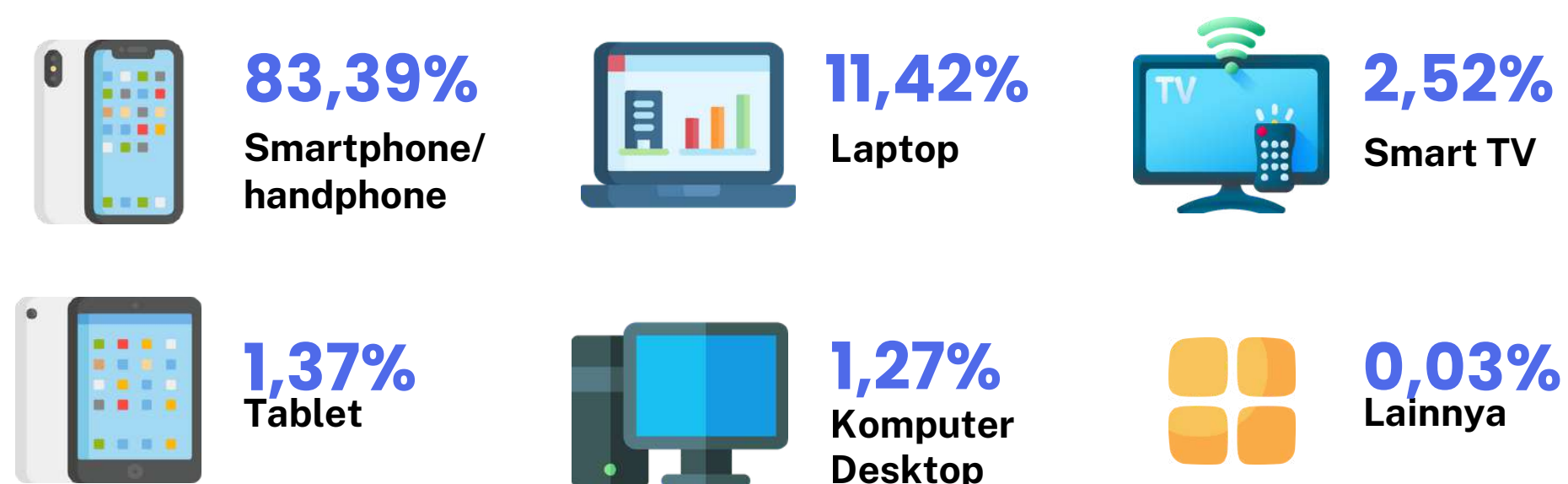
2025



Durasi Mengakses Internet



Perangkat untuk Mengakses Internet



* Pertanyaan merupakan multiple answer, artinya responden dapat memilih lebih dari satu jawaban.



Perangkat yang Digunakan Mengakses Internet

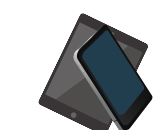
Kelompok Generasi

82,85% 14,12% 3,03% Gen Z (13 - 28 tahun)	83,79% 11,73% 4,48% Millennial (29 - 44 tahun)	87,70% 8,90% 3,40% Gen X (45 - 60 tahun)	91,13% 4,89% 3,98% Baby Boomer (61 - 79 tahun)	100,00% 0,00% 0,00% Pre - Boomer (80+ tahun)
--	---	---	---	---

- Smartphone/handphone
- Laptop
- Smart TV



Ijazah

				
	SD	SMP	SMA	KULIAH
	91,41%	90,06%	85,08%	67,60%
	5,04%	7,32%	11,17%	27,30%
	3,55%	2,62%	3,75%	5,10%

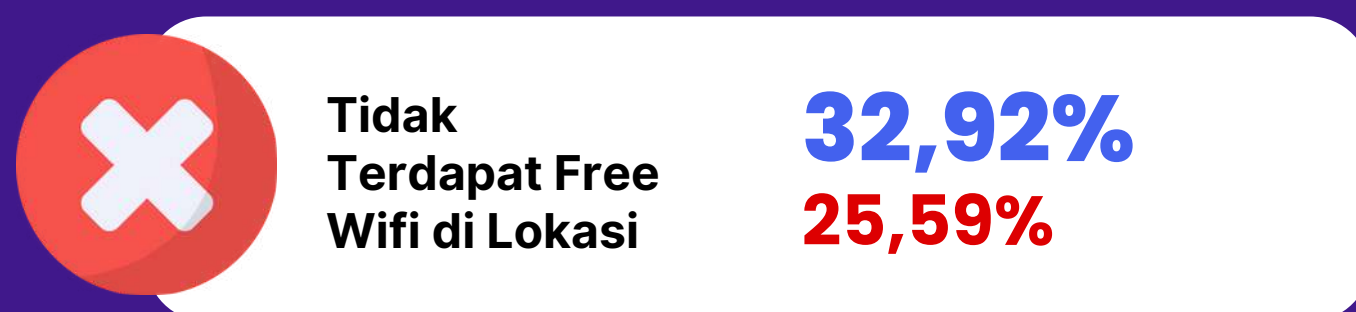
Pengeluaran

- Smartphone/Handphone
- Laptop
- Smart TV

Kurang dari Rp.1.000.000,-	Rp. 1.000.001,- sd Rp. 1.500.000,-	Rp. 1.500.000,- sd Rp. 2.000.000,-	Rp. 2.000.001,- sd Rp. 2.500.000,-	Rp. 2.500.000,- sd Rp. 3.500.000,-	Rp. 3.500.001,- sd Rp. 6.000.000,-	Diatas Rp. 6.000.000,-
86,56%	88,02%	85,18%	86,70%	82,97%	77,02%	67,17%
10,85%	9,49%	11,62%	9,51%	13,14%	15,87%	23,13%
2,59%	2,50%	3,20%	3,79%	3,87%	7,11%	9,70%



Menggunakan Free Wifi



Alasan Menggunakan Free Wifi



Menghemat penggunaan kuota data pribadi

38,26%
 0,00%



Bekerja/belajar

14,71%
 22,49%



Mengunduh atau mengunggah file yang berukuran besar

10,56%
 21,29%



Mengatasi permasalahan koneksi paket data pribadi

9,05%
 0,00%



Lainnya

0,26%
 9,08%



Streaming film/video

13,14%
 30,01%



Bermain Game

10,56%
 11,24%



Meeting Online

2,92%
 5,89%



Berkomunikasi dan bermedia sosial

0,54%
 0,00%

2024

2025

* 0,00% menunjukkan opsi pertanyaan belum tercantum pada tahun 2024

* Pertanyaan merupakan multiple answer, artinya responden dapat memilih lebih dari satu jawaban

Alasan Tidak Menggunakan Free Wifi



Merasa tidak perlu/tidak
ada kebutuhan

33,83%



Free wifi sering memerlukan
registrasi/login sebelum
digunakan

9,80%



Merasa tidak aman
menggunakan free wifi (Takut
terkena serangan hacker)

7,21%



Sudah mempunyai paket
data sendiri

27,81%



Kecepatan paket data pribadi
lebih tinggi dibandingkan
dengan kecepatan free wifi

14,02%



Waktu menggunakan free wifi
seringkali dibatasi

4,75%



Tidak tahu

1,98%



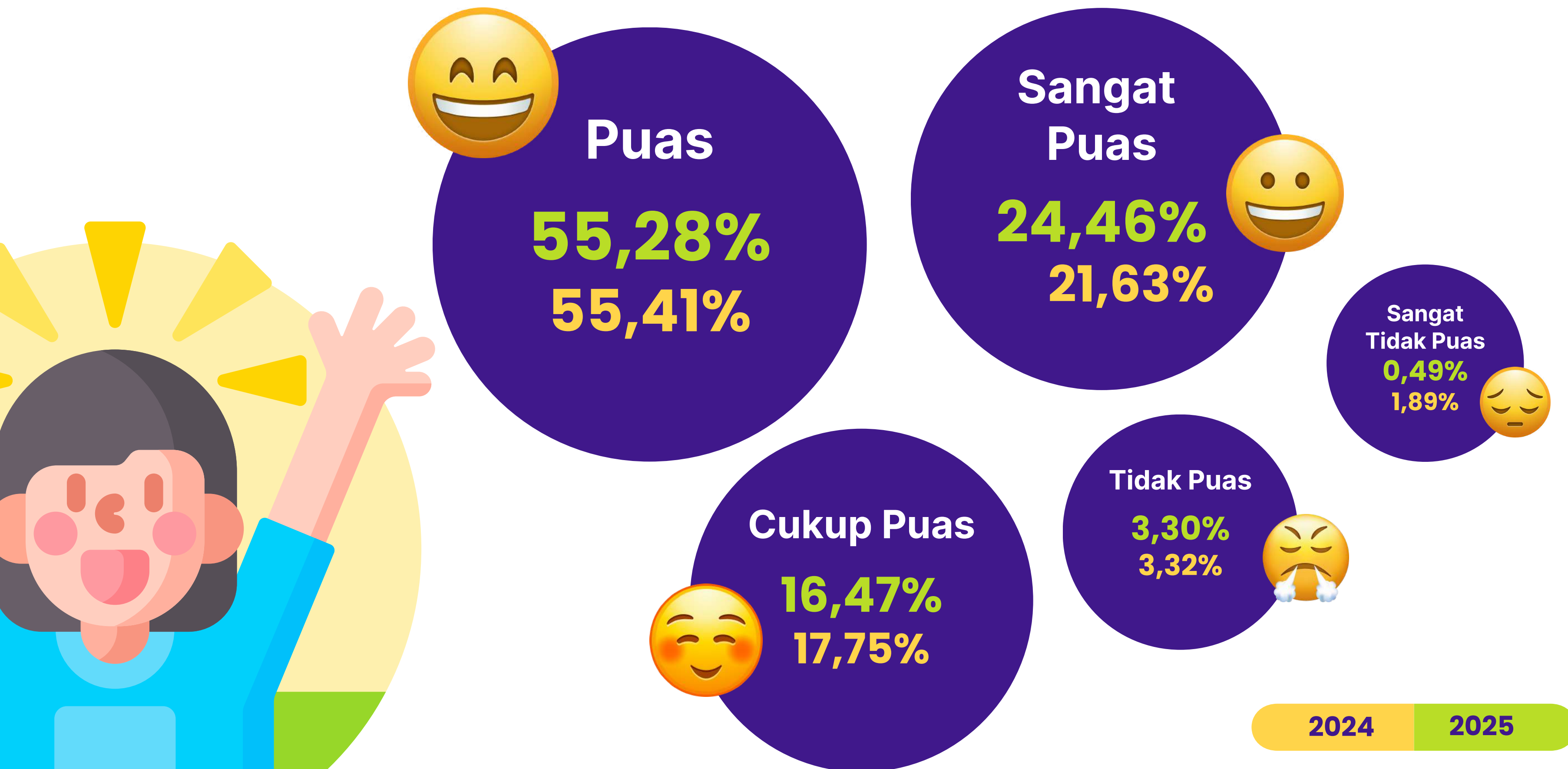
Lainnya

0,60%



* Pertanyaan merupakan multiple answer,
artinya responden dapat memilih lebih dari
satu jawaban.

Tingkat Kepuasan Free Wifi



Kasus Keamanan Mengakses Internet



22,12%
24,89%
Penipuan Online



14,36%
16,08%
Pencurian data
pribadi/hack/phishing



10,89%
14,78%
Perangkat Terkena
Virus



6,54%
7,69%
Tidak dapat mengakses akun Anda
di aplikasi-aplikasi tertentu



4,61%
4,06%
Kasus lain terkait isu
keamanan



41,48%
32,50%
Tidak Tahu/Tidak pernah Terjadi
Kasus Keamanan

2024

2025

* Pertanyaan merupakan multiple answer, artinya responden dapat memilih lebih dari satu jawaban.



Cara Menjaga Keamanan Data dalam Mengakses Internet



22,75%

Menggunakan kombinasi
password yang tidak
mudah ditebak



22,23%

Waspada ketika
menggunakan aplikasi
yang meminta data
pribadi



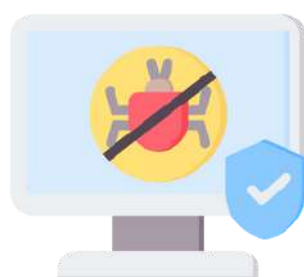
18,64%

Mengganti password
secara berkala



11,56%

Hanya menggunakan
aplikasi yang
terverifikasi



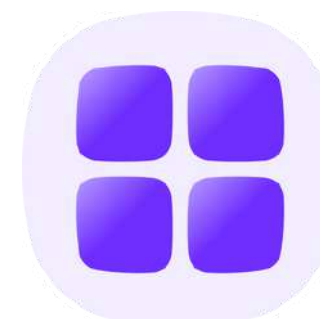
3,83%

Memasang anti virus



20,61%

Tidak Tahu/Tidak
Pernah Menjaga
Keamanan Data



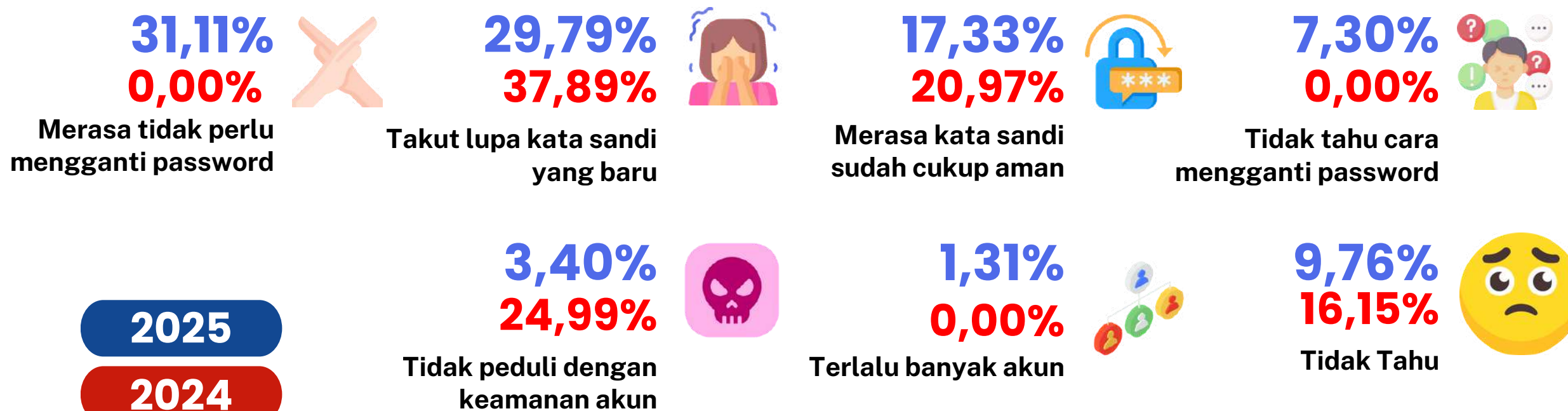
0,38%

Lainnya

Frekuensi Penggantian Password



Alasan Tidak Mengganti Password



* 0,00% menunjukkan opsi pertanyaan belum tercantum pada tahun 2024



Sikap Diminta Memasukkan Data Pribadi



33,00%

Sangat tidak bersedia



32,22%

Bersedia hanya jika aplikasinya terpercaya



18,91%

Tidak bersedia, kecuali data yang diminta sangat minim



14,85%

Ragu-ragu tetapi tetap memasukkan data jika sangat diperlukan



1,02%

Tidak peduli dengan data pribadi

Jenis Konten Yang Menarik Memasukkan Data Pribadi



23,90%
41,37%

Konten promosi/diskon



8,16%
14,88%

Konten tawaran pekerjaan



4,20%
6,17%

Kegiatan seminar



16,25%
0,00%

Tidak tahu/Tidak Ada Konten Yang menarik



16,45%
25,44%

Konten undian/hadiah



14,32%
0,00%

Informasi tentang berita viral atau sensasional



7,34%
10,35%

Surat pemberitahuan dari Bank



3,81%
0,00%

Notifikasi palsu tentang akun Anda akan diblokir



4,43%
0,00%

Konten traveling



1,14%
1,79%

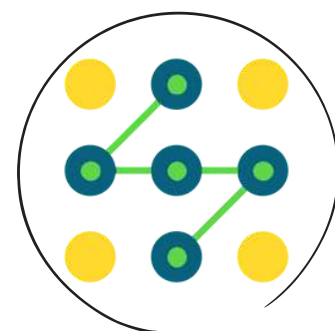
Konten investasi dari luar negeri

- * 0,00% menunjukkan opsi pertanyaan belum tercantum pada tahun 2024
- * Pertanyaan merupakan multiple answer, artinya responden dapat memilih lebih dari satu jawaban.

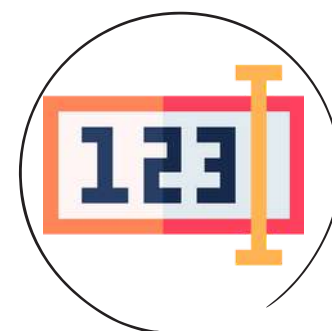
2024

2025

Cara Login paling disenangi



31,44%
29,15%
 Pola/pattern



31,02%
37,30%
 Kombinasi angka saja



7,66%
9,80%
 Password kombinasi huruf, angka dan simbol



5,58%
0,00%
 Wajah



24,04%
22,05%
 Sidik jari



0,26%
1,70%
 Retina mata

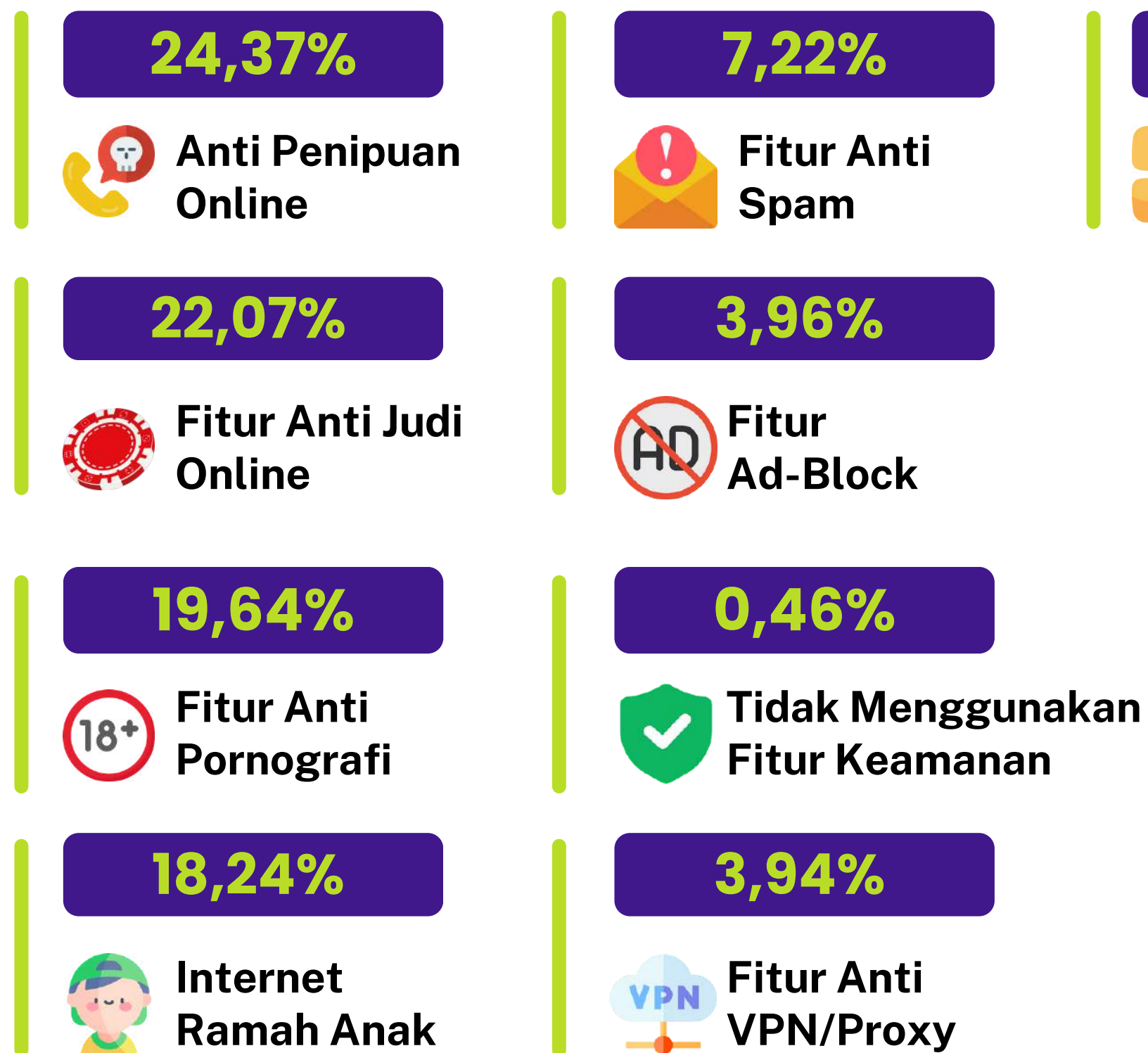
* 0,00% menunjukkan opsi pertanyaan belum tercantum pada tahun 2024

2024

2025



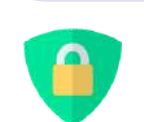
Fitur Keamanan **Paling Penting**



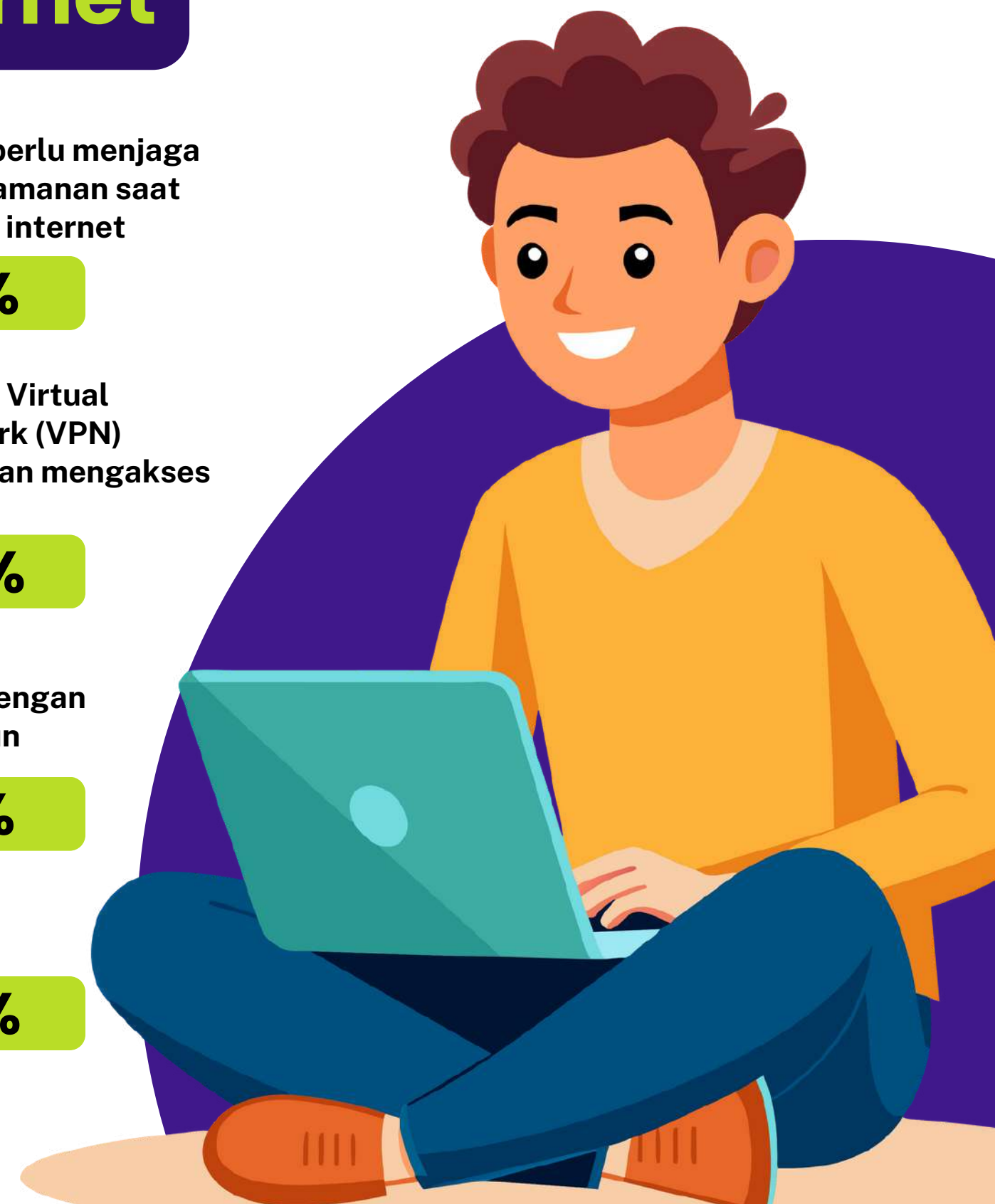
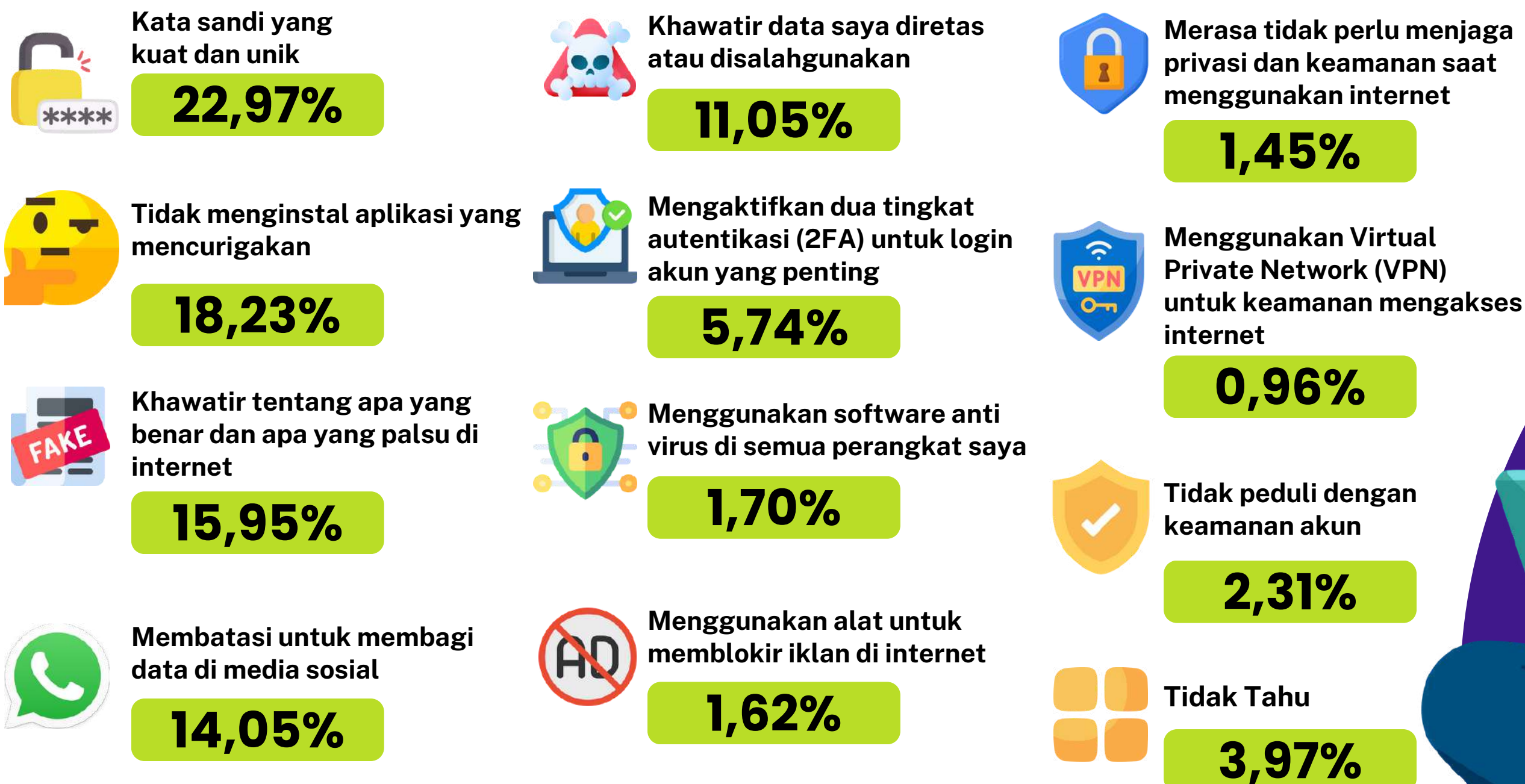
* Pertanyaan merupakan multiple answer, artinya responden dapat memilih lebih dari satu jawaban.

Fitur Keamanan Paling Penting Berdasarkan Generasi



	Fitur Internet Ramah Anak	15,79%	20,49%	19,18%	16,38%	10,81%
	Fitur Anti Judi Online	21,95%	21,12%	23,51%	23,46%	21,62%
	Fitur Anti VPN/Proxy	5,38%	3,60%	2,77%	1,44%	0,00%
	Fitur Anti Pornografi	19,14%	19,59%	20,39%	20,58%	16,22%
	Fitur Anti Penipuan Online	23,62%	23,66%	25,63%	28,44%	37,84%
	Fitur Ad block	5,06%	3,72%	2,65%	3,54%	2,70%
	Fitur Anti Spam	8,71%	7,18%	5,35%	5,11%	2,70%
	Tidak Menggunakan Fitur Keamanan	0,27%	0,53%	0,50%	0,92%	8,11%
	Lainnya	0,08%	0,11%	0,02%	0,13%	0,00%

Kebiasaan Menjaga **Keamanan Internet**



* Pertanyaan merupakan multiple answer, artinya responden dapat memilih lebih dari satu jawaban.

Memanfaatkan Internet untuk **Ekonomi & Bisnis**



Ya, untuk
memasarkan
produk/jasa secara
online (Affiliator)

7,44%



Ya, mencari
peluang bisnis
baru/mitra kerja
sama

2,75%



Ya, untuk
berkomunikasi
dengan pelanggan
atau mitra bisnis

6,42%



Ya, mengelola
keuangan atau
inventaris bisnis

1,02%



Ya, untuk berjualan
di platform
media sosial atau
e-commerce

5,55%



Ya, untuk
keperluan lainnya

0,11%



Tidak
memanfaatkan
internet untuk
ekonomi dan bisnis

76,71%



Pendapatan Kotor per Bulan dari **Aktivitas Ekonomi dan Bisnis Menggunakan Internet**

81,92% <Rp5.000.000	0,76% Rp20.000.001 s.d Rp50.000.000	0,15% >Rp200.000.000
13,54% Rp5.000.000 s.d Rp10.000.000	0,64% Rp50.000.001 s.d Rp100.000.000	
2,52% Rp10.000.001 s.d Rp20.000.000	0,47% Rp100.000.001 s.d Rp200.000.000	





Asosiasi
Penyelenggara
Jasa
Internet
Indonesia

INDONESIA INTERNET SERVICE PROVIDER ASSOCIATION

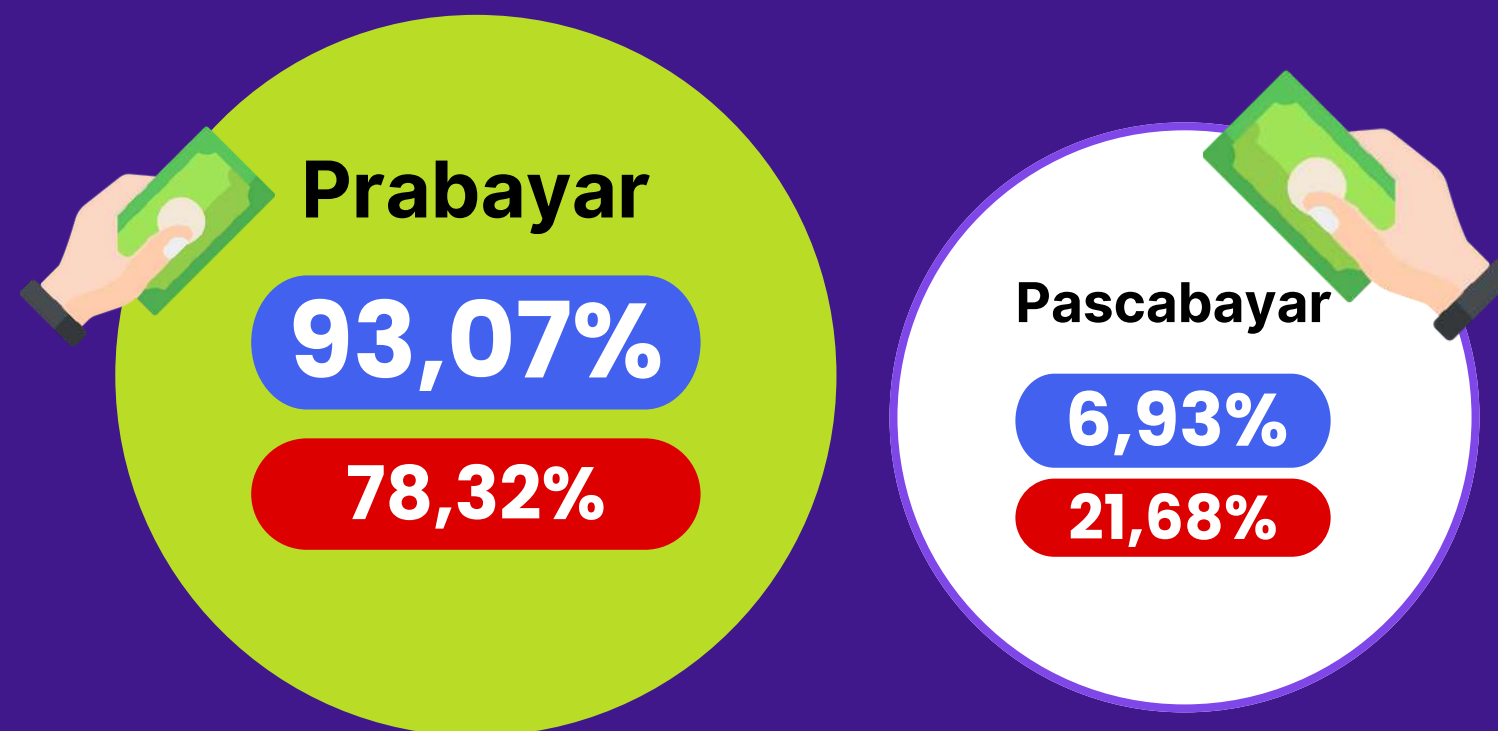
SURVEI
APJII

**PROFIL INTERNET
INDONESIA 2025**

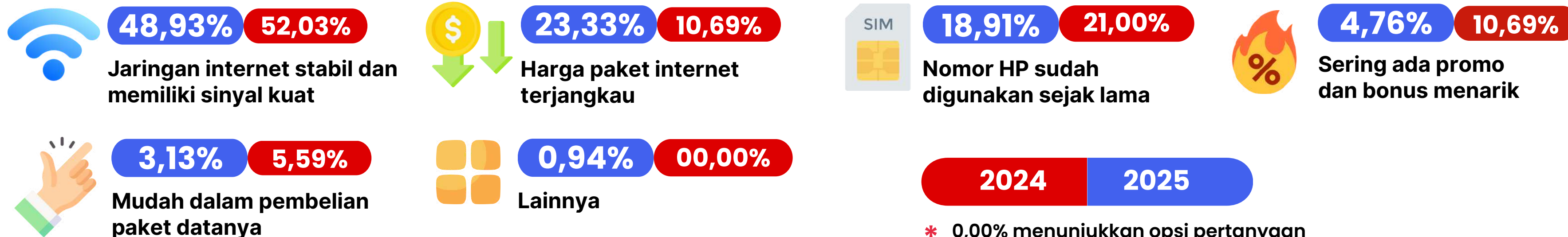


Internet **Mobile**

Jenis Layanan Internet Seluler



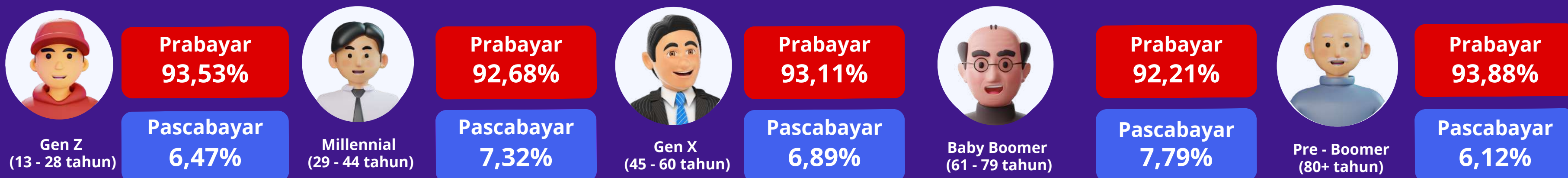
Alasan Menggunakan Operator Seluler



* 0,00% menunjukkan opsi pertanyaan belum tercantum pada tahun 2024

Penggunaan Jenis Layanan Internet Seluler

Penggunaan Jenis Layanan Internet Seluler Berdasarkan Generasi



Penggunaan Jenis Layanan Internet Seluler berdasarkan Tingkat Pengeluaran

	Kurang dari Rp.1.000.000,-	Rp. 1.000.000,- sd Rp. 1.500.000,-	Rp. 1.500.001,- sd Rp. 2.00.000,-	Rp. 2.000.001,- sd Rp. 2.500.000,-	Rp. 2.500.001,- sd Rp. 3.500.000,-	Rp. 3.500.001,- sd Rp. 6.000.000,-	Diatas Rp. 6.000.000,-
Prabayar	91,31%	91,90%	94,75%	94,43%	93,04%	94,01%	92,66%
Pascabayar	8,69%	8,10%	5,25%	5,57%	6,96%	5,99%	7,34%

Alasan Menggunakan Operator Seluler berdasarkan Keberadaan Daerah



Jaringan internet stabil dan memiliki sinyal kuat di lokasi saya

47,06%
51,44%



Harga paket internet terjangkau

25,54%
20,31%



Sering ada promo dan bonus menarik

4,73%
4,81%



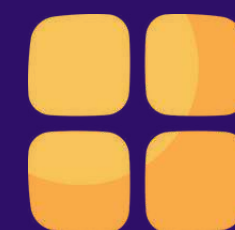
Nomor HP sudah digunakan sejak lama

19,08%
18,67%



Mudah dalam pembelian paket datanya

3,06%
3,25%



Lainnya

0,53%
1,52%

Urban

Rural

Operator Seluler yang Digunakan



45,79%

47,71%

Telkomsel / Simpati / byU / Halo



19,75%

20,53%

XL Axiata / Axis



29,31%

25,97%

Indosat Ooredoo Hutchison / Three



5,15%

5,79%

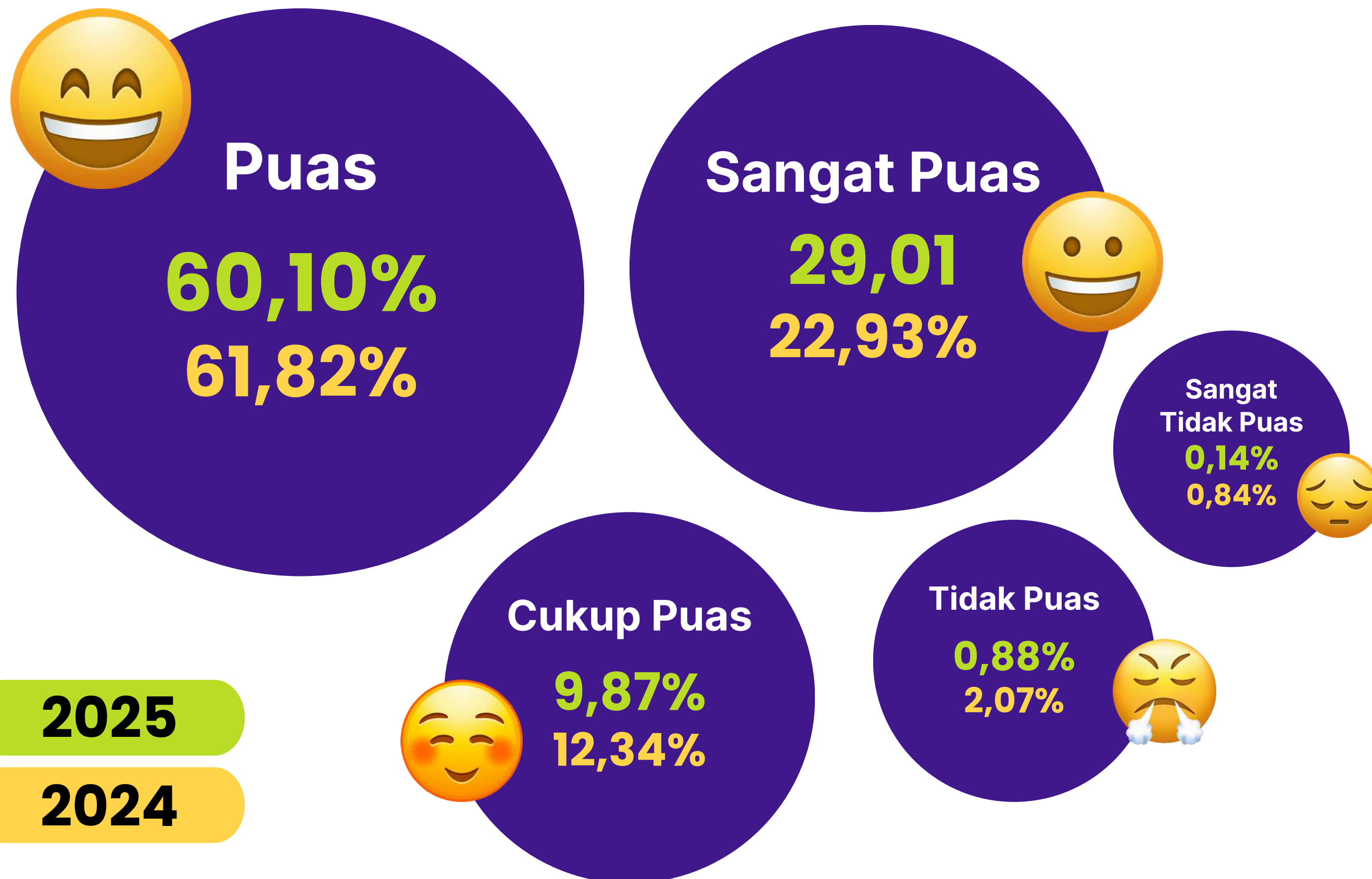
Smartfren

2024

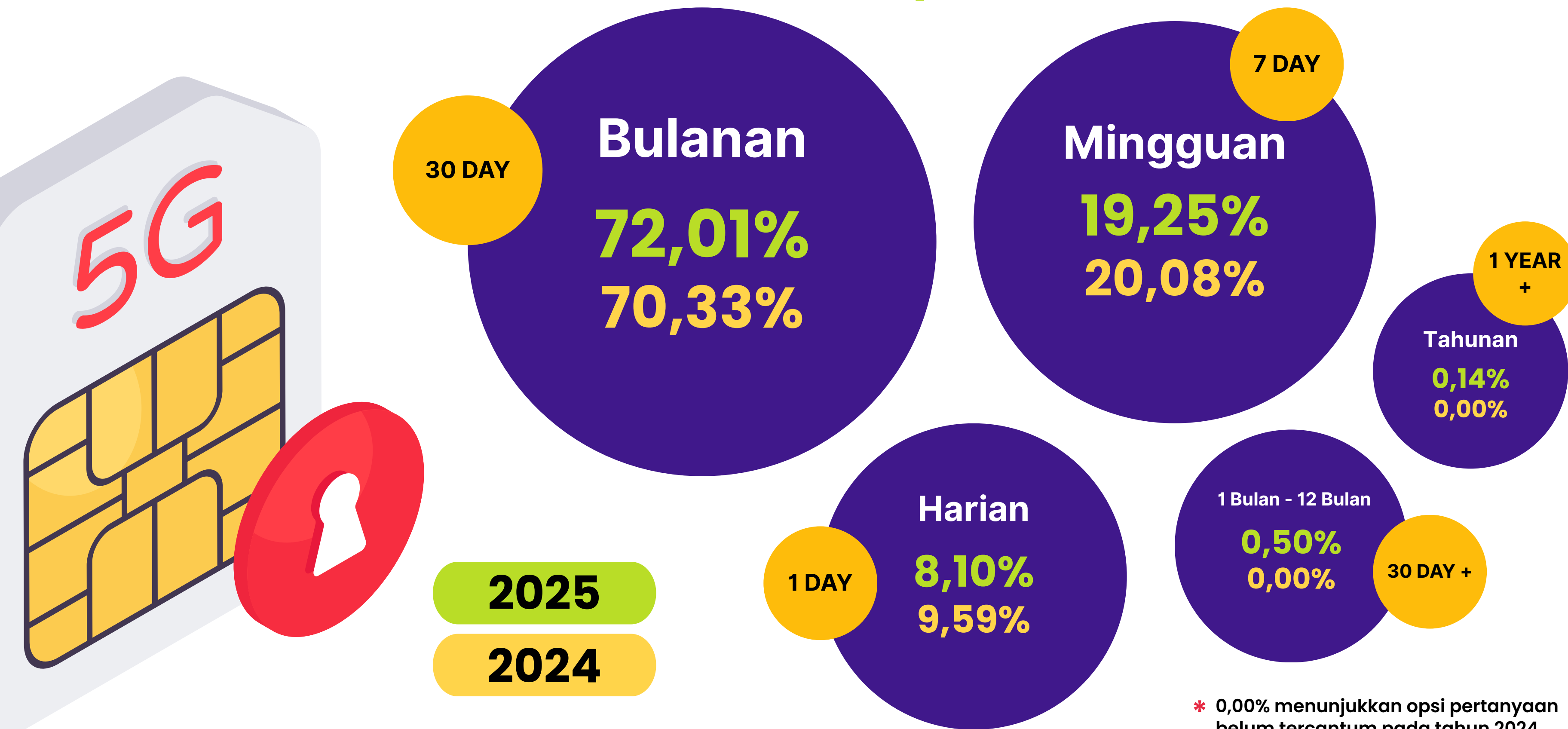
2025



Tingkat Kepuasan **Operator Seluler**



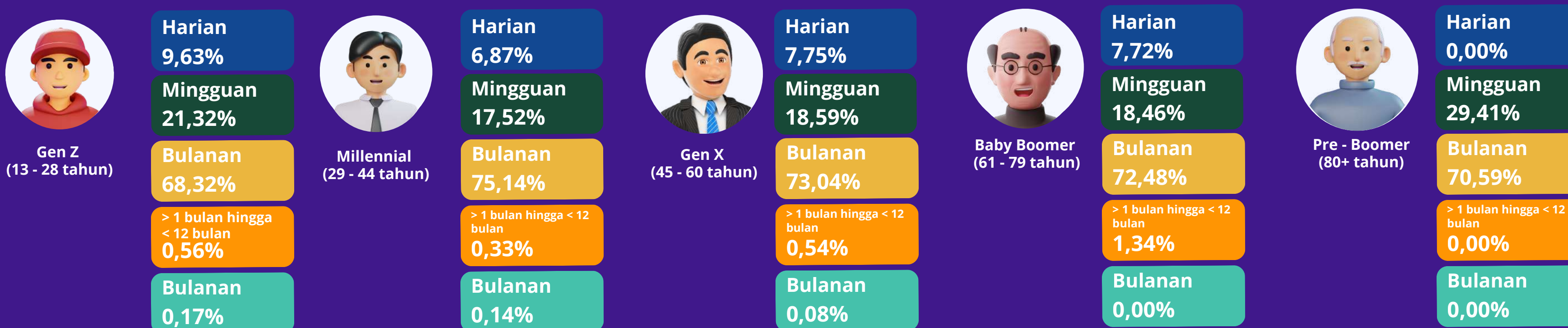
Paket Masa Berlaku Operator Seluler



* 0,00% menunjukkan opsi pertanyaan belum tercantum pada tahun 2024

Paket Masa Berlaku Operator Seluler

Paket Masa Berlaku Operator Seluler Berdasarkan Generasi



Paket Masa Berlaku Operator Seluler berdasarkan Tingkat Pengeluaran

	Kurang dari Rp.1.000.000,-	Rp. 1.000.000,- sd Rp. 1.500.000,-	Rp. 1.500.001,- sd Rp. 2.00.000,-	Rp. 2.000.001,- sd Rp. 2.500.000,-	Rp. 2.500.001,- sd Rp. 3.500.000,-	Rp. 3.500.001,- sd Rp. 6.000.000,-	Diatas Rp. 6.000.000,-
Harian	12,14%	9,48%	6,44%	6,84%	7,20%	4,80%	5,56%
Mingguan	23,41%	19,37%	19,42%	18,39%	18,18%	15,84%	10,00%
Bulanan	63,49%	70,10%	73,71%	73,77%	74,53%	79,36%	83,33%
> 1 bulan hingga < 12 bulan	0,67%	0,81%	0,32	0,78%	0,09%	0,00%	1,11%
Bulanan	0,29%	0,24%	0,11	0,22%	0,00%	0,00%	0,00%

Estimasi Pengeluaran Masyarakat Untuk Paket Internet Operator Seluler



Kurang dari Rp. 50.000,-

34,52%

36,53%



Rp. 50.000,- sampai dengan Rp. 100.000,-

52,27%

45,02%



Rp. 100.001,- sampai dengan Rp. 250.000,-

12,20%

16,44%



Lebih dari Rp. 250.000,-

1,01%

1,61%

Perbandingan Biaya Koneksi dari Tahun Lalu



Semakin Murah

8,12%

6,62%



Sama saja, tetap

48,39%

31,67%



Semakin mahal

43,49%

58,81%

2025

2024

Preferensi Biaya Penggunaan Paket Data Berdasarkan Operator Seluler yang Digunakan





7,23%

47,45%

45,32%

Telkomsel / Simpati
/ byU / Halo


 OOREDOO HUTCHISON

8,10%

47,99%

43,91%

Indosat Ooredoo
Hutchison / Three




9,68%

51,69%

38,63%

XL Axiata / Axis

smartfren.

10,26%

46,36%

43,38%

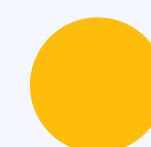
Smartfren



Semakin
murah



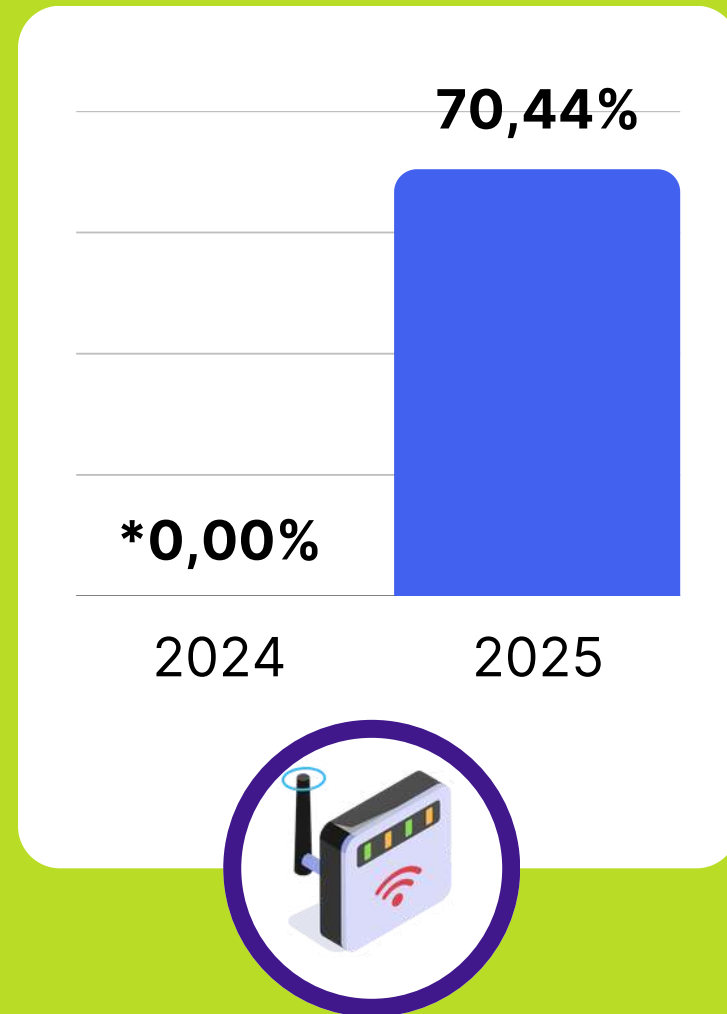
Sama saja,
tetap



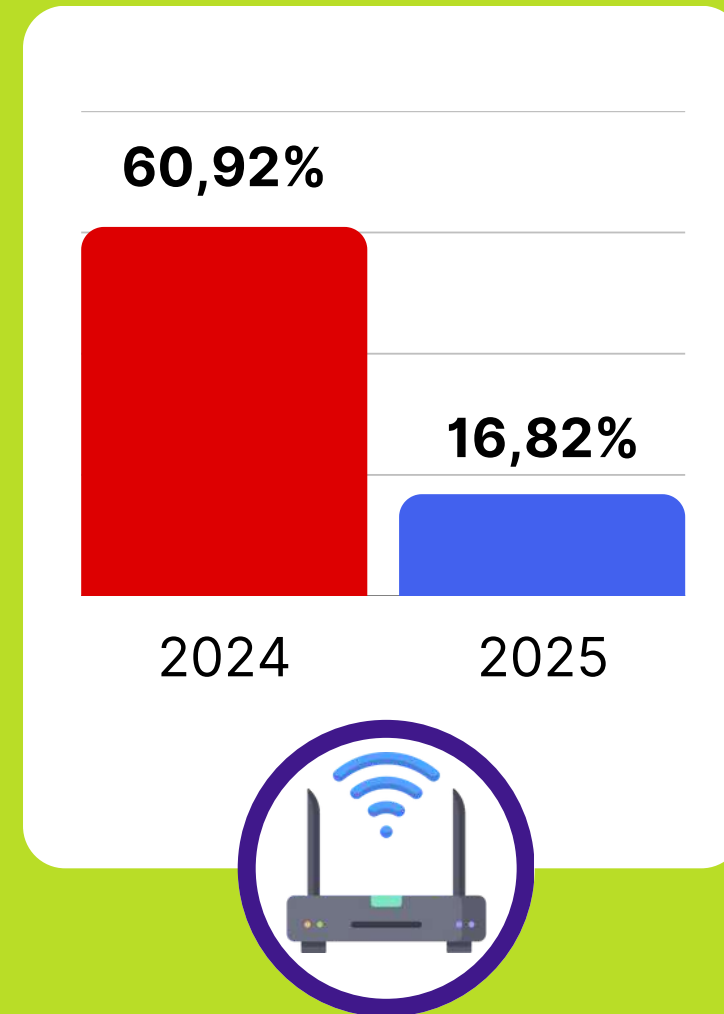
Semakin
mahal



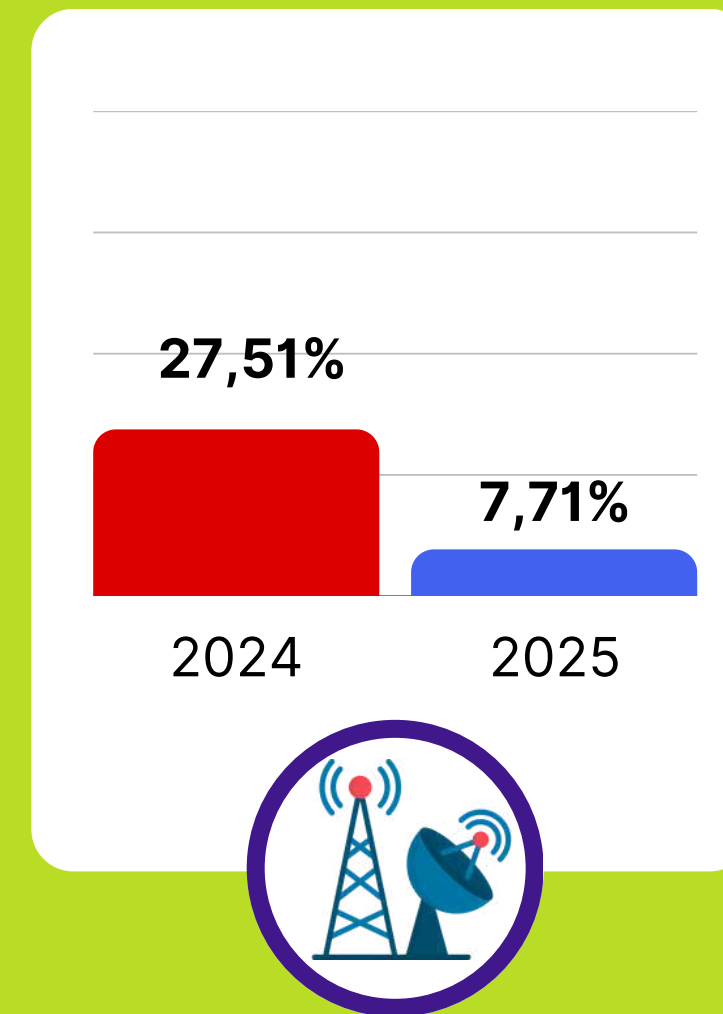
Harapan Terhadap Preferensi Harga dan Kualitas Koneksi Internet



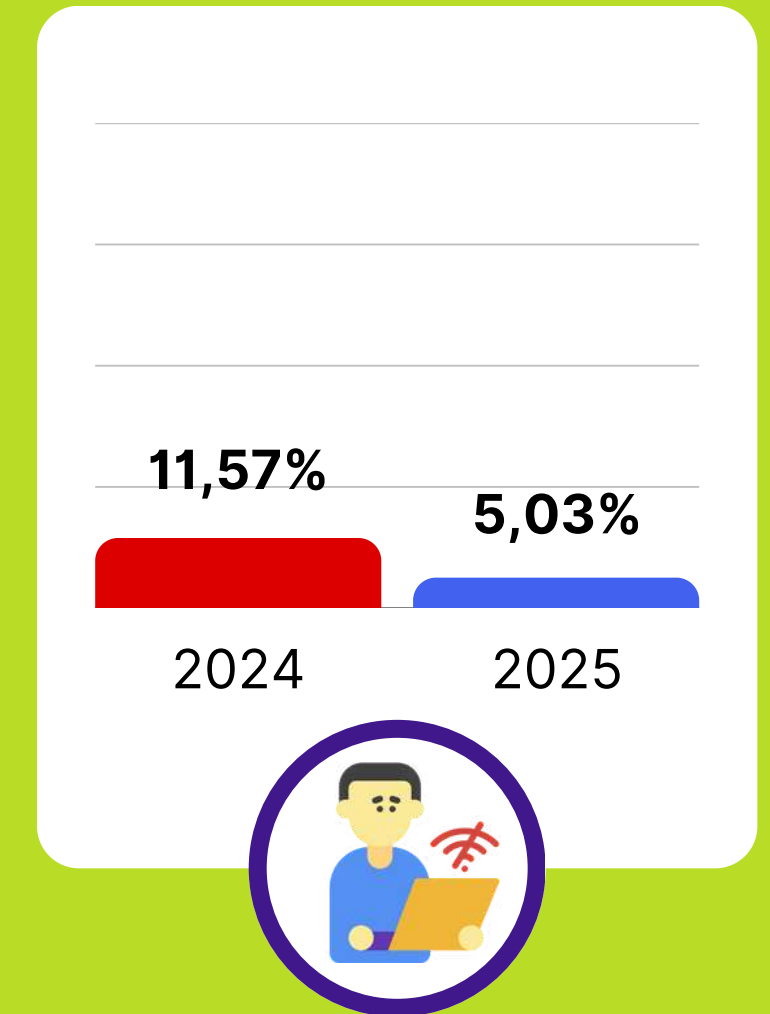
Paket internet seluler dengan harga sedang dan kualitas koneksi cukup stabil



Paket internet seluler dengan harga lebih mahal dan kualitas koneksi jaringan lebih cepat



Paket internet seluler gratis dengan layanan terbatas



Paket internet seluler murah dengan jaringan lebih lambat

2024

2025

* 0,00% menunjukkan opsi pertanyaan belum tercantum pada tahun 2024

Gangguan Internet Seluler

Berdasarkan Frekuensi

Sangat sering (hampir setiap hari)	4,62%	11,01%
Sering (beberapa kali seminggu)	11,26%	14,15%
Kadang-kadang (beberapa kali sebulan)	32,73%	14,53%
Jarang (sekali atau dua kali dalam beberapa bulan)	41,73%	35,41%
Tidak pernah mengalami gangguan	9,66%	24,90%

Berdasarkan Jenis

Sinyal lemah di lokasi tertentu	26,75%	0,00%
Jaringan lambat	26,28%	46,69%
Jaringan internet putus-putus	23,37%	45,26%
Kuota cepat habis meskipun penggunaan wajar	11,34%	0,00%
Tidak tahu/Tidak ada gangguan sama sekali	12,08%	8,05%
Lainnya	0,18%	0,00%

2024
2025

* 0,00% menunjukkan opsi pertanyaan belum tercantum pada tahun 2024

Frekuensi dan Kendala Internet Akibat Mati Listrik



Internet selalu terputus saat
mati listrik, dan **ini sering terjadi**

26,41%



Internet kadang-kadang
terputus saat mati listrik, **tapi
tidak selalu mengganggu**

23,83%



Internet selalu terputus saat
mati listrik, **tetapi jarang terjadi**

20,11%



Internet tetap stabil
meskipun mati listrik

26,73%



Tidak pernah
mengalami mati listrik
di tempat tinggal saya

2,92%

Frekuensi dan Kendala Internet Akibat Mati Listrik Berdasarkan Keberadaan Daerah



Internet selalu terputus saat mati listrik, dan ini sering terjadi

37,61%

62,39%

Internet selalu terputus saat mati listrik, tetapi jarang terjadi

46,38%

53,62%

Internet kadang-kadang terputus saat mati listrik, tapi tidak terlalu mengganggu

63,25%

36,75%

Internet tetap stabil meskipun mati listrik

74,97%

25,03%

Tidak pernah mengalami mati listrik di tempat tinggal saya

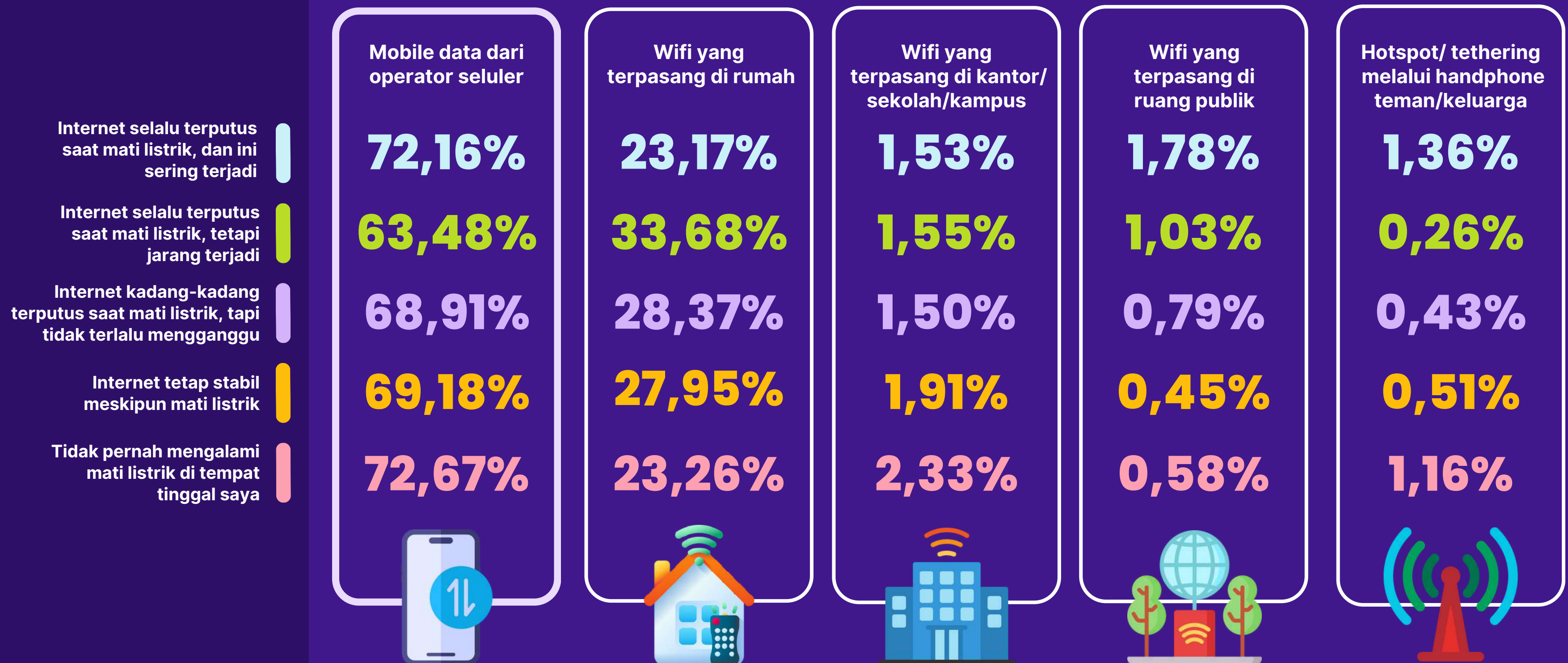
84,80%

15,20%

Urban

Rural

Frekuensi dan Kendala Internet Akibat Mati Listrik Berdasarkan Cara Mengakses Internet



Pertimbangan Fitur 5G dalam Membeli Smartphone



Mempertimbangkan

① Ya, hanya untuk antisipasi perkembangan di masa depan

23,51% **22,64%**

② Ya, karena di lokasi saya sudah tersedia 5G

11,47% **8,60%**



Tidak Mempertimbangkan

① Tidak, karena lebih memperhatikan fitur lain

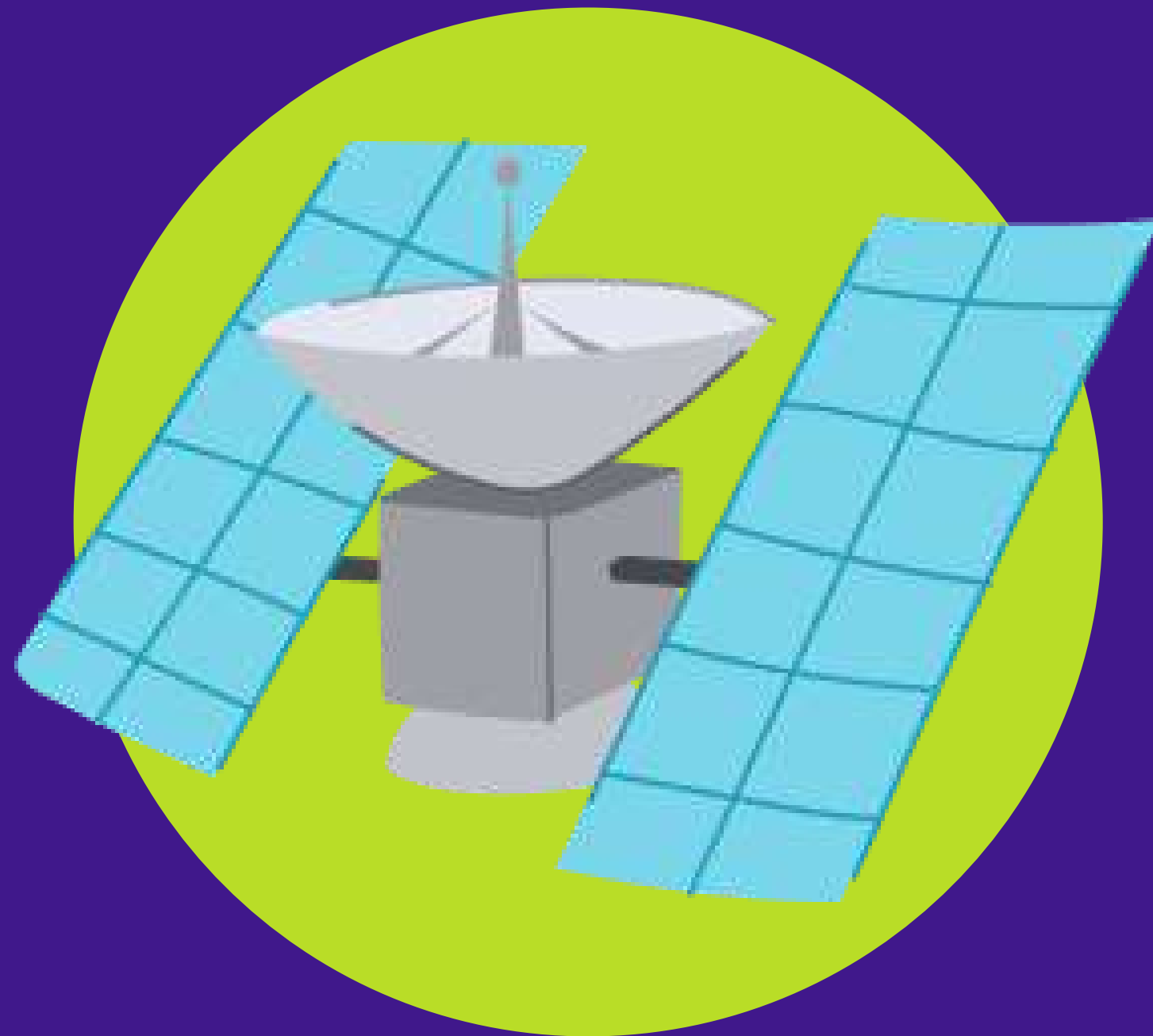
34,10% **28,94%**

② Tidak karena di lokasi saya belum tersedia 5G

30,92% **39,82%**

2024

2025

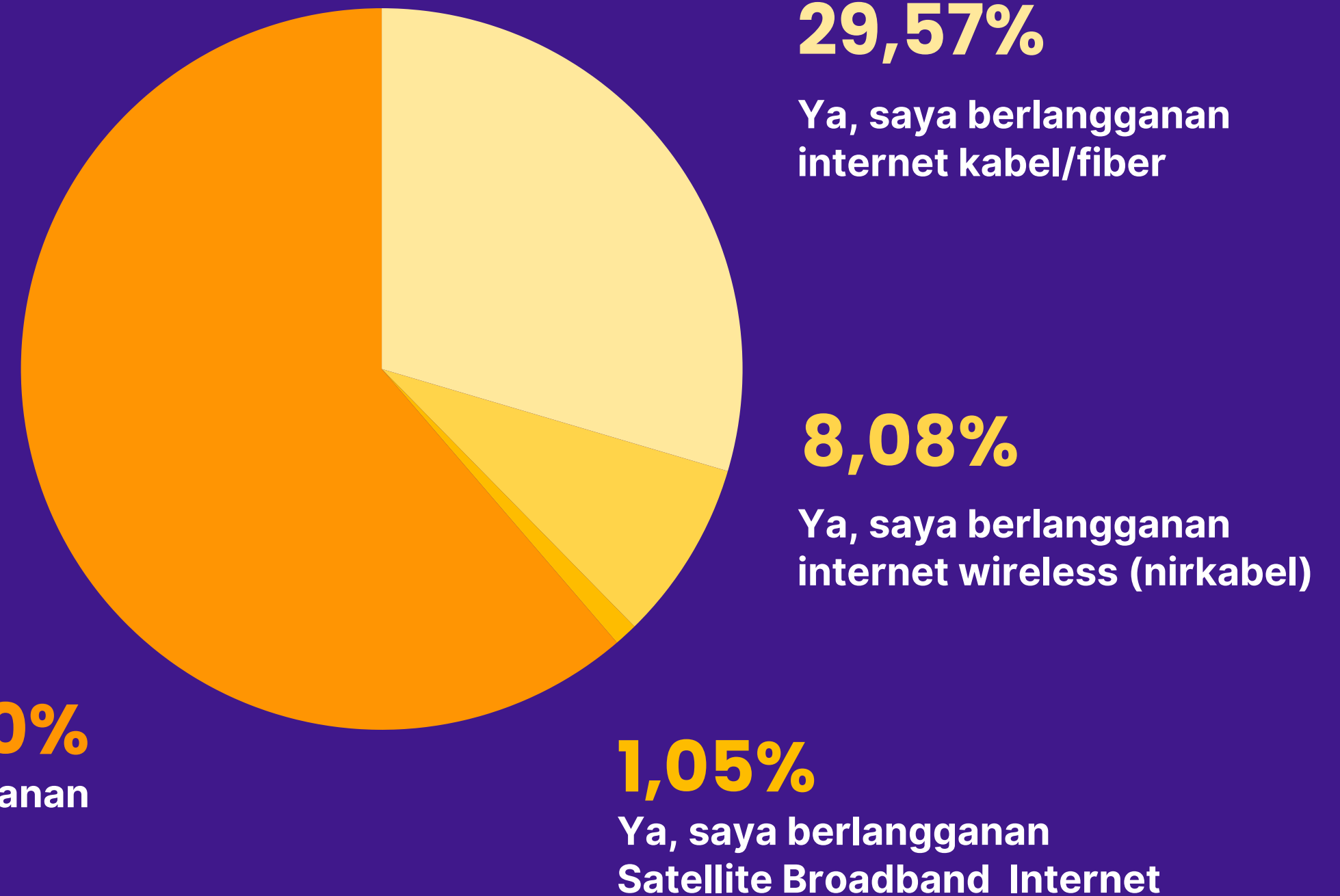


Fixed Broadband & Satellite Internet

Pertumbuhan Pelanggan Internet Tetap



Berlangganan **Internet Tetap**



61,30%
Tidak Berlangganan

29,57%

Ya, saya berlangganan internet kabel/fiber

8,08%

Ya, saya berlangganan internet wireless (nirkabel)

1,05%

Ya, saya berlangganan Satellite Broadband Internet

Alasan Tidak Berlangganan Internet Tetap



Merasa kualitas internet seluler sudah cukup memadai

38,67% **25,74%**

Biaya langganan internet tetap terlalu mahal

30,86% **44,48%**

Karena layanan internet tetap belum tersedia atau terbatas di daerah saya

11,74% **19,62%**

Masih menempati tempat tinggal sewa atau berpindah-pindah

7,14% **4,98%**

* 0,00% menunjukkan opsi pertanyaan belum tercantum pada tahun 2024

Hanya tinggal sendiri dan tidak memerlukan banyak perangkat yang terhubung ke internet

5,21% **5,18%**

Pemasangan layanan internet tetap terlalu rumit atau membutuhkan waktu lama

3,50% **0,00%**

Tidak ada penawaran layanan internet tetap

0,43% **0,00%**

Lainnya

2,45% **0,00%**

2025

2024

Jangka Waktu Mulai Berlangganan Internet Tetap



4,56%

20,57%

25,20%

24,97%

24,70%

> 10 tahun
yang lalu

6 - 10 tahun
yang lalu

3 - 5 tahun
yang lalu

1 - 2 tahun
yang lalu

<1 tahun lalu

Kecepatan Paket Internet Tetap



<10 Mbps

18,71%

26.51%



50 - <100 Mbps

4,88%

12.25%



10 - <20 Mbps

33,43%

21.21%



100 - <300 Mbps

2,31%

1.70%



20 - <30 Mbps

21,06%

21.21%



>= 300 Mbps

0,58%

0.00%



30 - <50 Mbps

11,76%

17.12%



Tidak tahu

7,27%

0.00%

2025

2024

* 0,00% menunjukkan opsi pertanyaan belum tercantum pada tahun 2024

Keperluan Lain Menggunakan Internet Tetap



Tidak ada - Hanya
Internet saja

87,54%

82,92%



Bundling dengan TV
berbayar

10,15%

10,50%



Bundling dengan
telepon rumah

1,15%

1,71%



Bundling dengan telepon
rumah dan TV berbayar

1,07%

1,76%



Lainnya

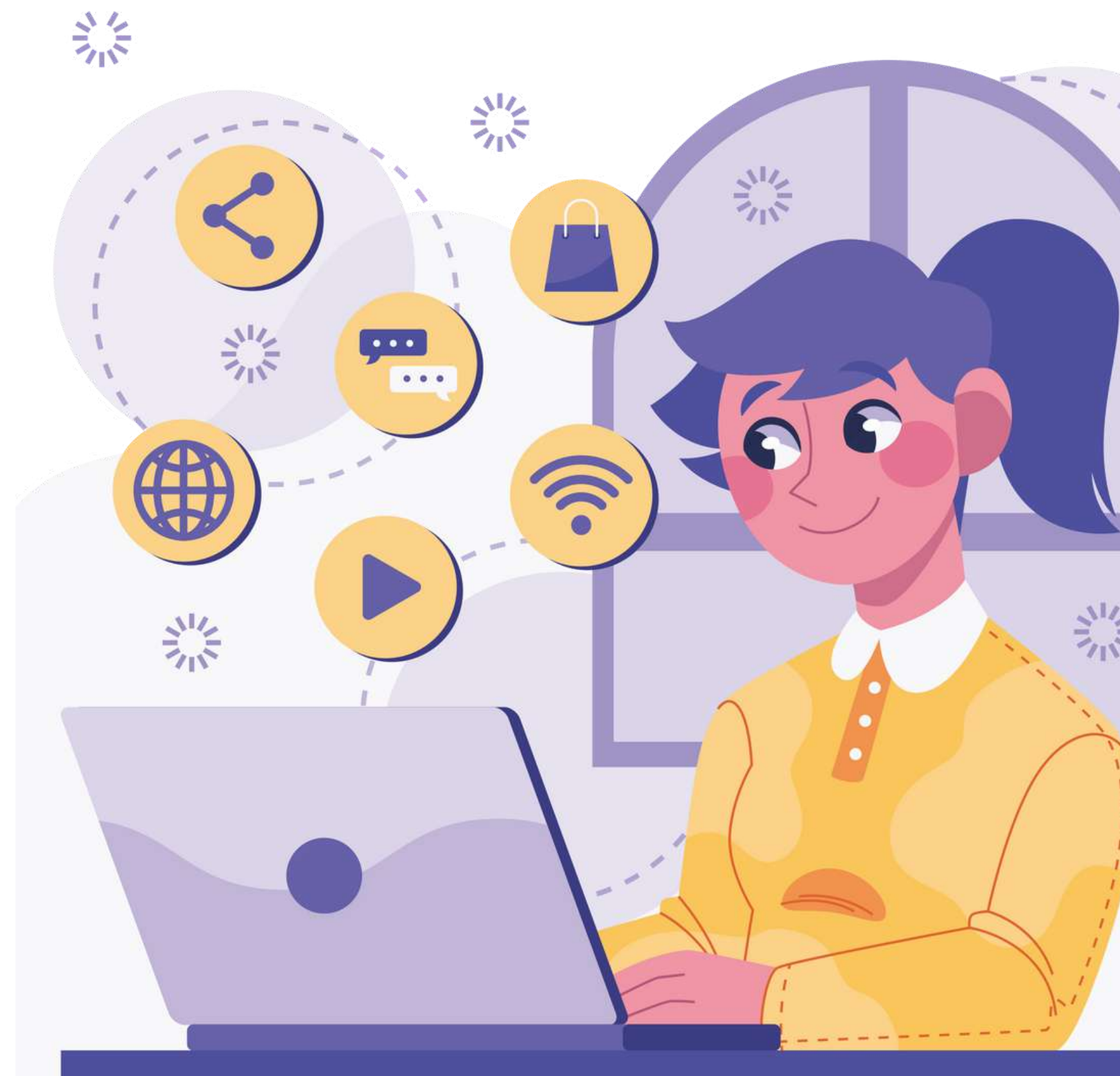
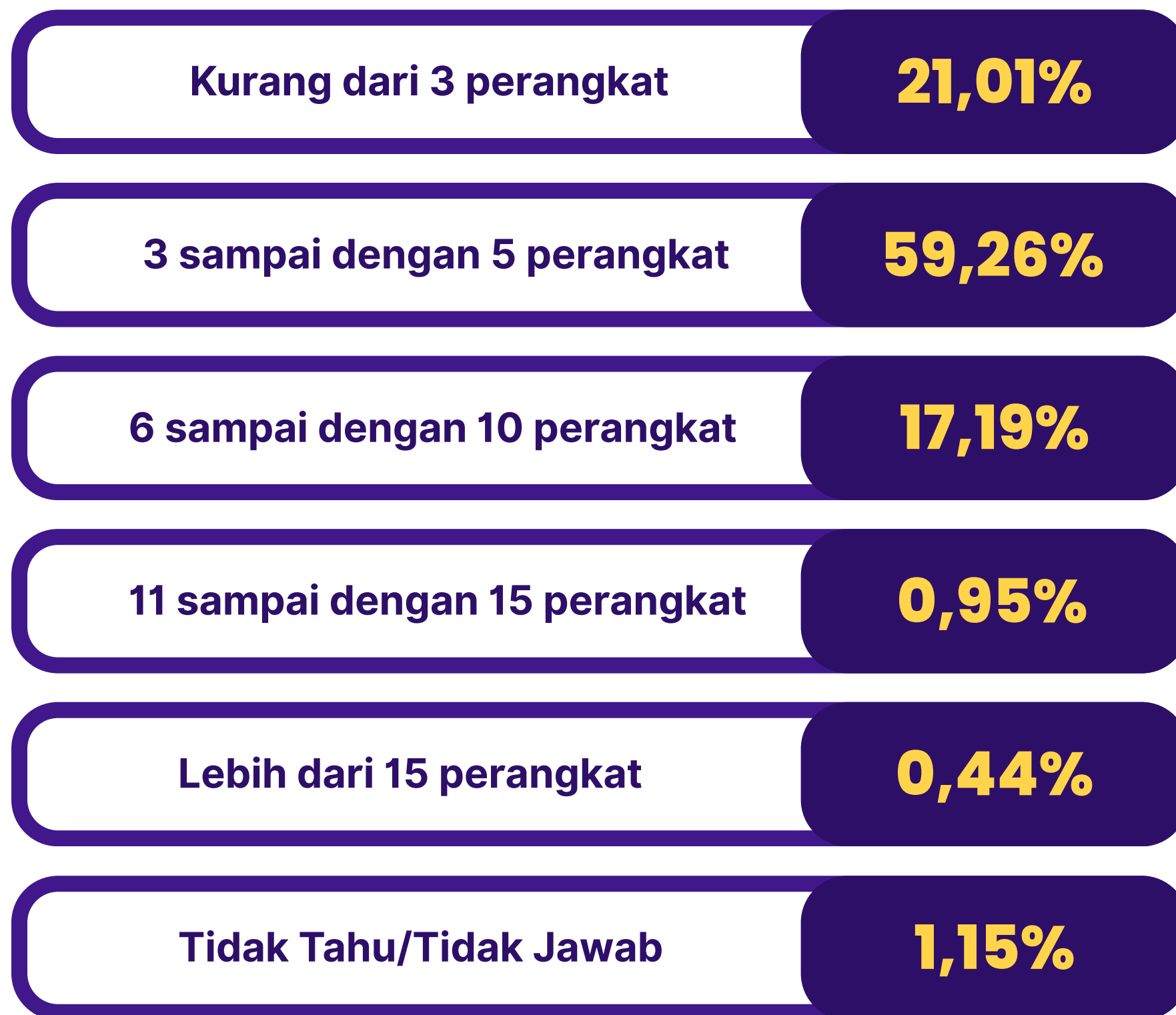
0,09%

3,11%

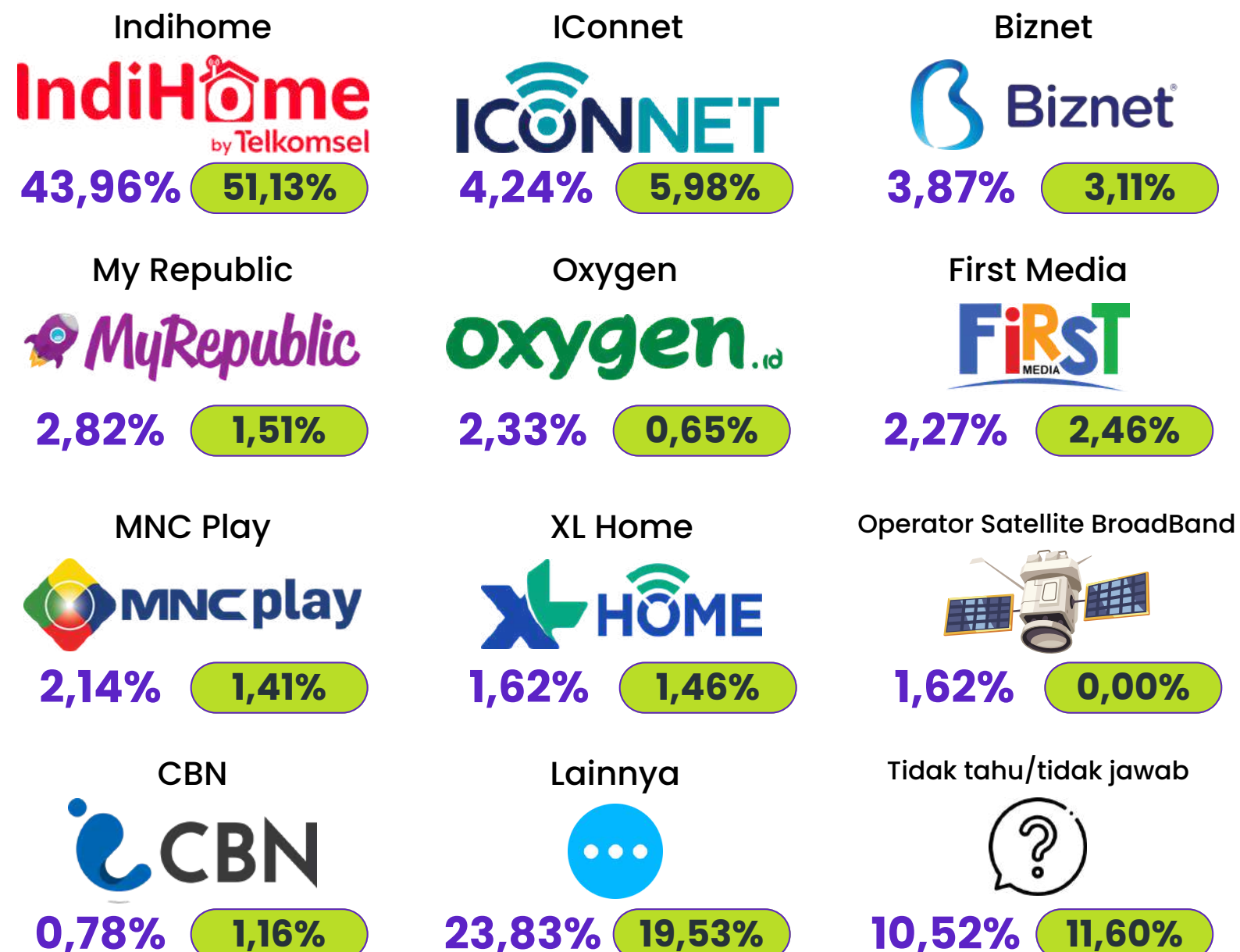
2025

2024

Jumlah Perangkat Yang Terhubung Dengan Internet Tetap



Penyedia Layanan Internet Tetap



2025

2024

Alasan Memilih Layanan Internet Tetap

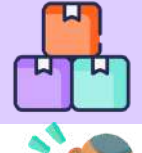


2025

2024

* 0,00% menunjukkan opsi pertanyaan belum tercantum pada tahun 2024

Alasan Menggunakan Internet Tetap berdasarkan Lama Berlangganan

		Lebih dari 10 tahun yang lalu	6 - 10 tahun yang lalu	3 - 5 tahun yang lalu	1 - 2 tahun yang lalu	Kurang dari 1 (satu) tahun yang lalu
	Promo menarik saat pendaftaran awal	0,00%	23,08%	0,00%	12,50%	25,00%
	Hanya itu operator yang tersedia di lokasi saya	66,67%	0,00%	6,66%	6,25%	6,25%
	Harga paket yang terjangkau	0,00%	53,85%	40,00%	18,75%	50,00%
	Reputasi sudah terpercaya	0,00%	7,69%	26,67%	25,00%	6,25%
	Adanya bundling dengan layanan lain	33,33%	15,38%	0,00%	6,25%	0,00%
	Referensi teman/kerabat/kolega/tetangga	0,00%	0,00%	26,67%	25,00%	12,50%
	Lainnya	0,00%	0,00%	0,00%	6,25%	0,00%

Aspek Paling Mempengaruhi Kepuasan Internet Tetap

Kecepatan dan Kestabilan

50,68% **59,35%**

Harga yang kompetitif dan
promo yang menarik

26,98% **30,57%**

Minimnya gangguan dan
down time jaringan

6,71% **0,00%**

Variasi paket penawaran

4,79% **3,26%**

Responsivitas layanan
pelanggan yang baik

5,24% **2,80%**

Kemudahan dalam pembayaran
dengan berbagai metode

2,87% **0,76%**

Proses instalasi dan aktivasi
yang cepat dan mudah

2,58% **3,26%**

Lainnya

0,15% **0,00%**

2025

2024

Tingkat Kepuasan Operator Internet Tetap



0,35%

0,55%

**Sangat
Tidak Puas**

0,69%

1,10%

**Tidak
Puas**

10,06%

11,05%

**Cukup
Puas**

61,73%

63,54%

Puas

27,17%

23,76%

**Sangat
Puas**

2025

2024

* 0,00% menunjukkan opsi pertanyaan
belum tercantum pada tahun 2024

Media Iklan Dan Promo Internet Tetap



**Media Sosial (TikTok,
Facebook, Instagram)**
38,01% **19,06%**



**Rekomendasi kerabat /
tetangga / sanak
saudara**
30,33% **58,05%**



**Sales/pihak ketiga yang
menjelaskan ke rumah
secara langsung**
13,66% **0,00%**



Brosur/Pamflet
5,32% **12,27%**



**Situs resmi penyedia
layanan**
3,56% **0,00%**



Lainnya
0,90% **0,00%**



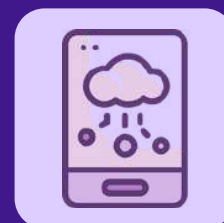
**Media elektronik
(TV/radio)**
1,34% **3,22%**



**Media cetak
(koran/majalah)**
1,01% **2,06%**



**Spanduk, Baliho,
Billboard/Videotron, atau
iklan di tempat umum**
1,20% **0,10%**



**Pesan langsung atau
aplikasi mobile (Whatsapp,
E-mail, SMS)**
4,67% **5,23%**

2025

2024

* 0,00% menunjukkan opsi pertanyaan belum
tercantum pada tahun 2024



Media Iklan dan Promo Internet Tetap Berdasarkan Keberadaan Daerah



Media Sosial (TikTok, Facebook, Instagram)
34,91% 65,09%



Brosur/Pamflet
27,87% 72,13%



Media elektronik (TV/radio)
46,67% 53,33%



Spanduk, Baliho, Billboard/Videotron, atau iklan di tempat umum
25,00% 75,00%



Rekomendasi kerabat / tetangga / sanak saudara
42,92% 57,08%



Situs resmi penyedia layanan
32,10% 67,90%



Media cetak (koran/majalah)
56,52% 43,48%



Pesan langsung atau aplikasi mobile (Whatsapp, E-mail, SMS)
35,51% 64,49%



Sales/pihak ketiga yang menjelaskan ke rumah secara langsung
33,65% 66,35%



Lainnya
25,00% 75,00%

Rural

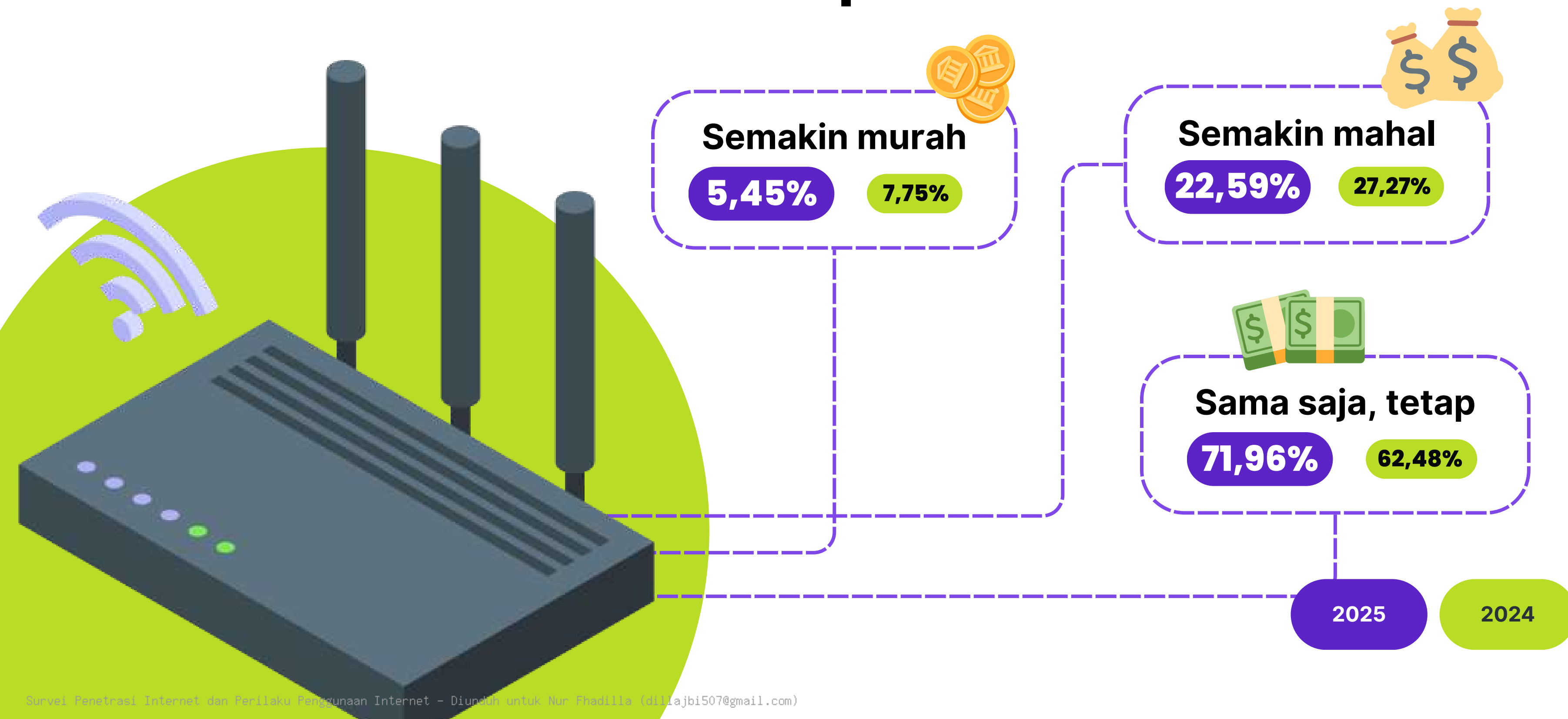
Urban



Biaya Berlangganan Internet Tetap



Perbandingan Biaya Berlangganan Internet Tetap Tahun Lalu



Frekuensi Gangguan Internet Tetap

1,67% **8,74%**
 Sangat sering
 (hampir setiap hari)

36,39% **20,67%**
 Kadang-kadang
 (beberapa kali dalam sebulan)

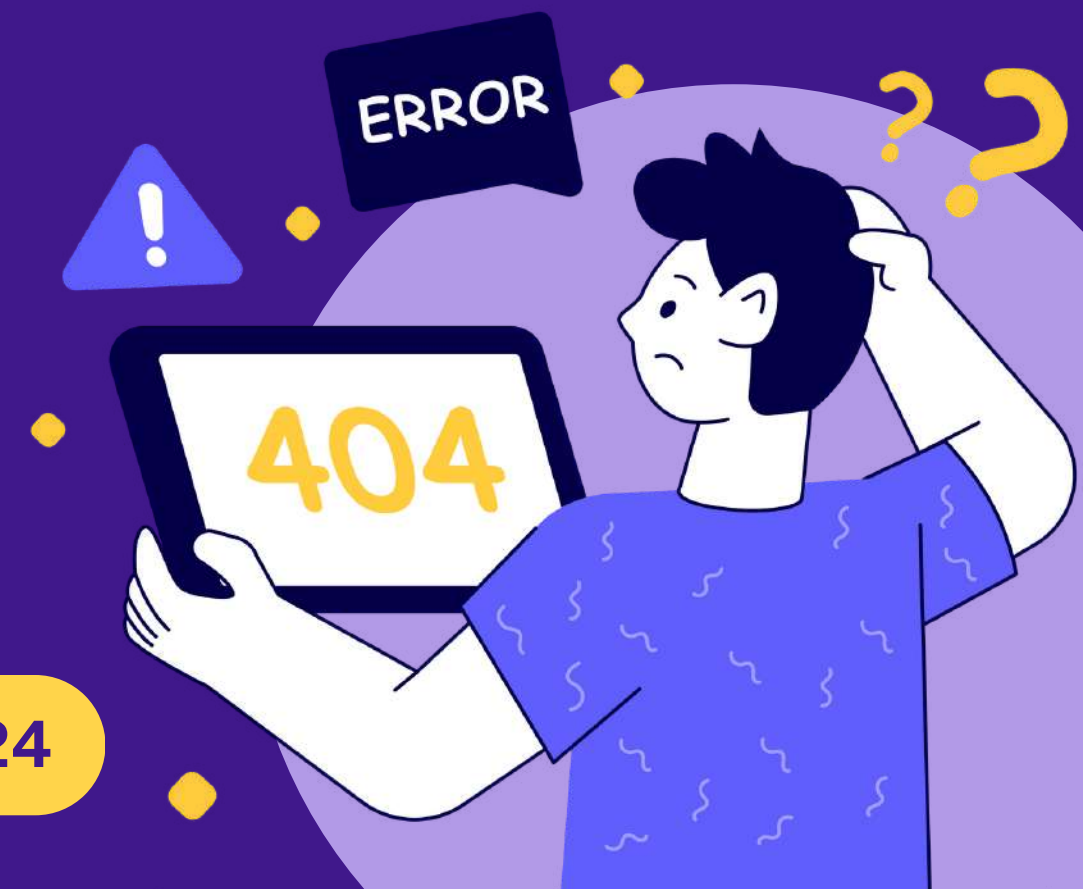
11,40% **23,73%**
 Tidak pernah
 mengalami gangguan

11,27% **7,00%**
 Sering (beberapa kali dalam seminggu)

39,27% **35,36%**
 Jarang (sekali atau dua kali dalam beberapa bulan)

2025

2024



Menghubungi Customer Service/Contact Center

Ya, tetapi customer service sulit dihubungi

7,49%

Ya, dan customer service mudah dihubungi

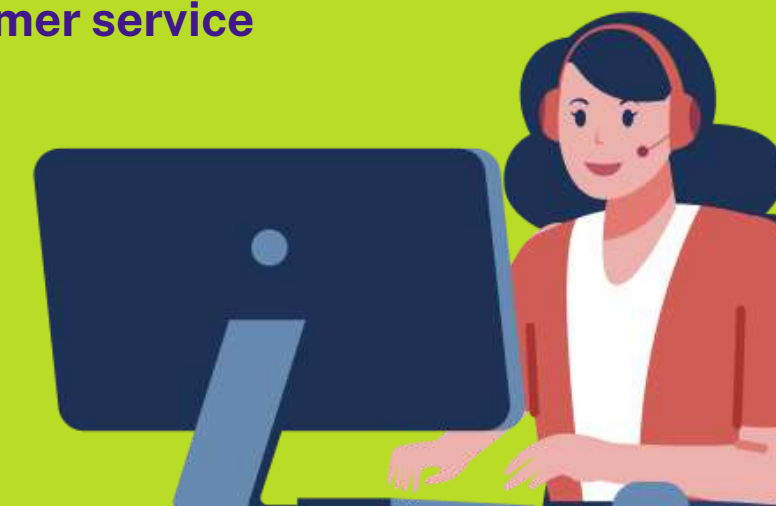
71,91%

Tidak, saya tidak tahu cara menghubungi

16,09%

Tidak, penyedia layanan tidak menyediakan customer service

4,51%



Jika Tidak Mengubungi Customer Service



46,46% **0,00%**

Menunggu sampai koneksi internet pulih sendiri



7,50% **0,00%**

Mencoba menyelesaikan sendiri



13,45% **0,00%**

Menghubungi teman, keluarga, atau tetangga untuk meminta bantuan



5,05% **8,03%**

Mendatangi langsung ke kantor penyedia layanan



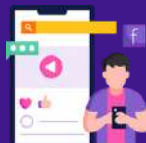
12,95% **31,30%**

Menghubungi teknisi penyedia layanan secara langsung



3,32% **7,48%**

Menghubungi penyedia layanan internet lainnya



3,22% **8,59%**

Menghubungi penyedia layanan melalui media sosial



8,05% **44,60%**

Tidak Tahu/Tidak Jawab

2025

2024

* 0,00% menunjukkan opsi pertanyaan belum tercantum pada tahun 2024

Jangka Waktu Respons Perbaikan

Sangat cepat (langsung ditangani segera setelah aduan disampaikan)

9,51%

Cukup cepat (beberapa jam hingga 1 hari)

47,59%

Lama (1-3 hari)

16,45%



Cepat (kurang dari beberapa jam)

22,40%

Sangat lama (lebih dari 3 hari)

2,94%

Tidak tahu/Tidak jawab

1,11%



Menggunakan Lebih dari Satu Operator Internet Tetap



Ya

7,71%

8,58%

Tidak

92,29%

91,42%



Antisipasi jika salah satu layanan mengalami gangguan

51,79%

54,12%



Karena kebutuhan internet yang tinggi di rumah

24,24%

0,00%



Karena setiap penyedia menawarkan kelebihan yang berbeda

6,99%

0,00%



Ingin memanfaatkan promo diskon atau penawaran lain dari seluruh provider

5,87%

24,71%



Untuk membedakan penggunaan internet

10,69%

0,00%



Lainnya

0,42%

21,17%

2025

2024

* 0,00% menunjukkan opsi pertanyaan belum tercantum pada tahun 2024

Perilaku Penggunaan Internet Tetap

Alasan Bertahan Langganan Operator Internet Tetap

2025

2024

34,17% **40,32%**

Kualitas koneksi yang paling bagus dan jarang mengalami gangguan

13,22% **18,92%**

Tidak ada alternatif provider lain di lokasi saya

7,72% **0,00%**

Proses mengganti provider merepotkan

0,39% **4,91%**

Tidak Tahu

0,46% **18,06%**

Lainnya

32,18% **17,79%**

Harga paket yang terjangkau atau kompetitif

11,19% **0,00%**

Layanan pelanggan yang memuaskan

0,66% **0,00%**

Bundling dengan layanan tambahan, seperti telepon rumah

Alasan Berpindah Langganan Operator Internet Tetap

31,06% **41,45%**

Harga paket ISP lain lebih murah atau menawarkan promo yang menarik

25,89% **17,10%**

Kualitas koneksi dari ISP sebelumnya tidak stabil

2,45% **0,00%**

Adanya bundling dengan layanan tambahan yang kompetitif dari ISP lain

0,28% **6,74%**

Lainnya

14,71% **0,00%**

Ada alternatif provider lain di lokasi saya

13,62% **15,54%**

Rekomendasi dari teman/keluarga/tetangga untuk berpindah ISP

11,72% **0,00%**

Layanan pelanggan dari ISP sebelumnya tidak memuaskan

0,27% **19,17%**

Tidak Tahu

* Pertanyaan merupakan multiple answer, artinya responden dapat memilih lebih dari satu jawaban.

* Pertanyaan merupakan multiple answer, artinya responden dapat memilih lebih dari satu jawaban.

* 0,00% menunjukkan opsi pertanyaan belum tercantum pada tahun 2024

Pernyataan Terkait Langganan Internet Tetap



Berlangganan internet dengan harga murah namun dari ISP/provider tidak resmi/ilegal

51,38% **85,32%**



Tidak mempermasalahkan apakah ISP/Provider tersebut resmi atau tidak, selama kualitas layanan memadai

38,81% **0,00%**



Berlangganan internet dengan harga lebih tinggi namun dari ISP/provider resmi/legal

9,81% **14,68%**

Frekuensi Berganti Operator Internet Tetap



87,48%

90,17%

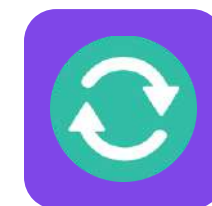
Tidak pernah (selalu menggunakan provider yang sama)



7,23%

0,00%

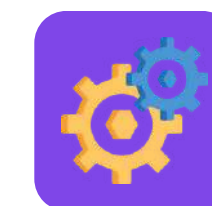
Jarang (sekali dalam beberapa tahun)



3,93%

0,00%

Sekali dalam 1-2 tahun



1,10%

8,63%

Sering (1-2 kali dalam setahun)



0,26%

1,20%

Sangat Sering (lebih dari 2 kali dalam setahun)



2025

2024

* 0,00% menunjukkan opsi pertanyaan belum tercantum pada tahun 2024

Alasan Menggunakan Satellite Broadband



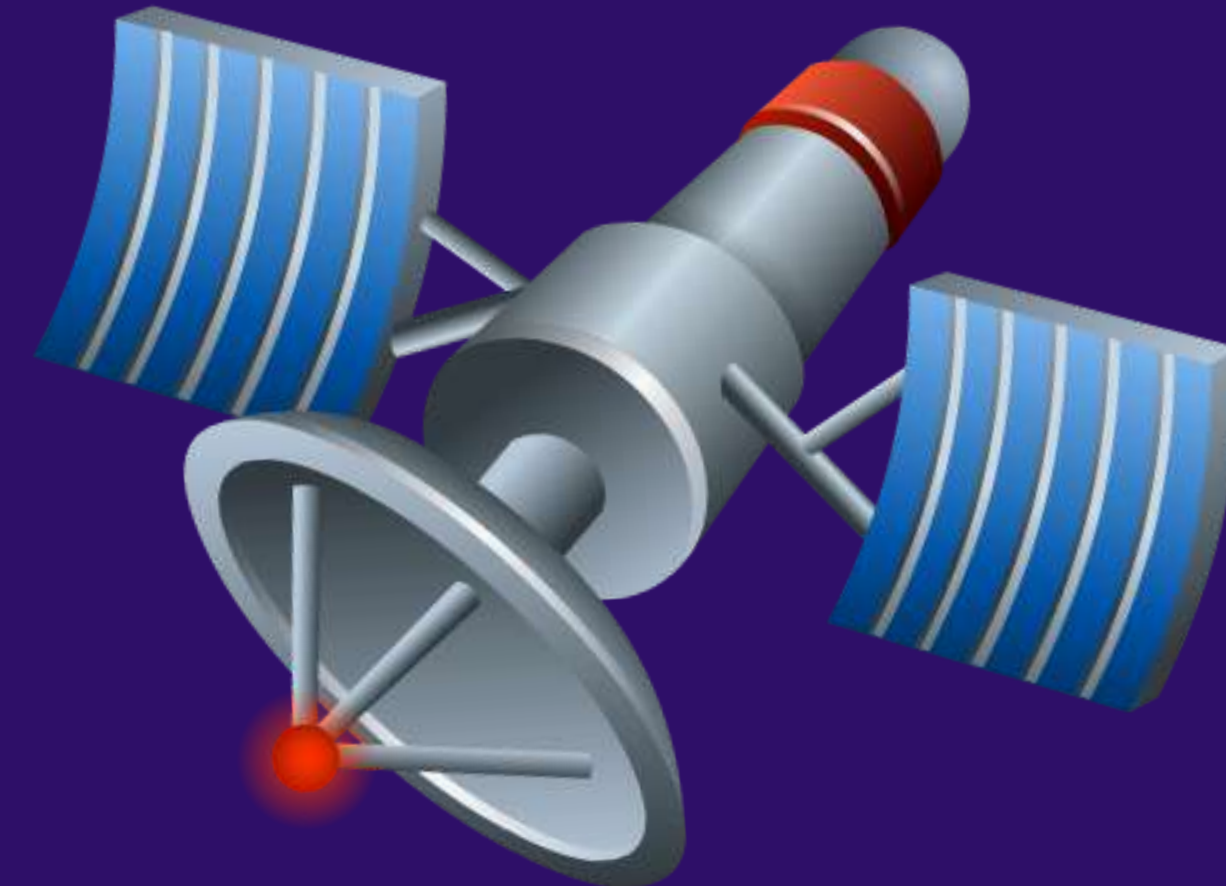
Internet yang ditawarkan oleh layanan satellite broadband cukup memadai/tinggi untuk kebutuhan saya

59,26%



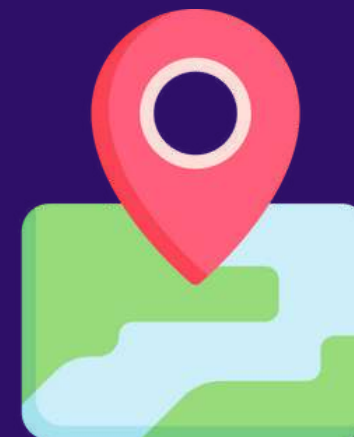
Koneksi internet kabel atau seluler tidak bagus/stabil di rumah saya

14,80%



Tidak ada alternatif koneksi internet kabel atau seluler yang menjangkau rumah saya

11,82%



Dapat digunakan untuk kebutuhan profesional atau bisnis di wilayah terpencil

7,53%



Lainnya

6,59%

Daerah Pemasangan Satellite Broadband



Daerah Pedesaan

61,11%



Daerah Perkotaan

21,07%



Daerah Pinggiran Kota

8,40%



Daerah Pantai dan Pesisir

7,50%



Di Tengah Hutan

1,92%

Besaran Bandwidth Satellite Broadband

13,72%

Kurang dari 10 Mbps

30,86%

10 Mbps hingga kurang
dari 25 Mbps

11,73%

25 Mbps hingga kurang
dari 50 Mbps

12,80%

50 Mbps hingga kurang
dari 100 Mbps

17,07%

100 Mbps atau lebih

13,82%

Tidak Tahu



Perilaku Akses Konten Internet

Konten Internet Berita Yang Paling Sering Diakses



Olahraga

15,62%

15,37%



Ekonomi, Keuangan dan Bisnis

12,20%

13,86%



Lainnya

0,18%

0,00%



Politik, Sosial Hukum & HAM

14,90%

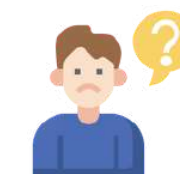
19,18%



Budaya & Pariwisata

9,76%

10,22%



Tidak Tahu/Tidak Pernah Mengakses

2,54%

2,60%



Infotainment/ Gosip/Hiburan

13,64%

14,77%



Kesehatan

9,06%

13,14%



Pendidikan dan IPTEK

7,60%

8,76%



Kriminal dan Peristiwa Terkini

12,74%

0,00%



Mancanegara

1,76%

2,10%

2025

2024

* 0,00% menunjukkan opsi pertanyaan belum tercantum pada tahun 2024

* Pertanyaan merupakan multiple answer, artinya responden dapat memilih lebih dari satu jawaban.



Konten Internet Berita Sering Diakses

Berdasarkan Gender



Politik, Sosial
Hukum & HAM

18,64% 10,73%



Budaya & Pariwisata

8,40% 11,26%



Pendidikan dan IPTEK

6,49% 8,83%



Ekonomi, Keuangan
dan Bisnis

12,48% 11,90%



Olahraga

22,39% 8,04%



Mancanegara

1,69% 1,83%



Kesehatan

6,12% 12,36%



Infotainment/
Gossip/Hiburan

7,22% 20,82%



Kriminal dan
Peristiwa Terkini

14,18% 11,13%



Lainnya

2,21% 2,88%



Tidak Tahu/Tidak
Pernah Mengakses

0,18% 0,22%

♂ Laki-laki

♀ Perempuan



KONTEN INTERNET BERITA SERING DIAKSES BERDASARKAN GENERASI



Generasi	Politik, Sosial Hukum & HAM	Pendidikan dan IPTEK	Kriminal dan Peristiwa Terkini	Budaya & Pariwisata	Ekonomi, Keuangan dan Bisnis	Lainnya	Mancanegara	Olahraga	Infotainment/ Gosip/Hiburan	Kesehatan	Tidak Tahu/Tidak Pernah Mengakses
Gen Z	11,38%	1,97%	11,40%	19,04%	11,50%	13,26%	10,92%	7,79%	10,45%	2,10%	0,19%
Milenial	16,43%	1,74%	6,16%	14,41%	12,92%	14,18%	9,08%	8,90%	14,18%	1,89%	0,11%
Gen X	16,95%	1,48%	4,70%	12,60%	14,85%	14,40%	8,99%	10,73%	11,86%	3,19%	0,25%
Baby Boomers	20,79%	1,02%	2,64%	12,45%	11,13%	9,81%	9,96%	12,59%	12,45%	7,03%	0,13%
Pre Boomers	23,33%	6,67%	3,33%	13,33%	20,00%	3,33%	0,00%	6,67%	6,67%	13,33%	3,34%

Konten Internet Hiburan Yang Paling Sering Diakses



* 0,00% menunjukkan opsi pertanyaan belum tercantum pada tahun 2024

2025

2024

* Pertanyaan merupakan multiple answer, artinya responden dapat memilih lebih dari satu jawaban.

Jenis Konten Hiburan yang Sering Diakses Berdasarkan Gender


Laki-laki

16,67%

1,17%

29,07%

10,15%

14,39%

27,37%

0,02%

1,16%

Video Panjang/
TV Internet



Radio Online/
Podcast



Video Pendek
Online



Game
Online



Musik
Online



Media
Sosial



Lainnya



Tidak Tahu



Perempuan

18,66%

0,96%

31,37%

2,99%

14,28%

30,10%

0,09%

1,55%

JENIS KONTEN HIBURAN YANG SERING DIAKSES

BERDASARKAN GENERASI



Gen Z



Milenial



Gen X



Baby Boomers



Pre Boomers



Video Panjang/
TV Internet

13,15%

18,92%

22,31%

24,84%

21,88%

Video Pendek
Online



29,58%

30,69%

30,66%

28,73%

28,13%



Radio Online/
Podcast

0,75%

1,17%

1,19%

2,60%

0,00%

Game Online



12,68%

4,18%

1,30%

0,49%

0,00%



Musik
Online

16,18%

13,57%

12,72%

11,69%

15,63%

Media
Sosial



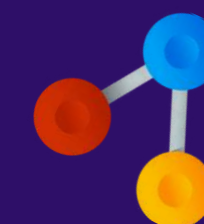
27,45%

30,17%

29,20%

25,32%

15,63%



Lainnya

0,01%

0,07%

0,16%

0,00%

0,00%

Tidak Tahu



0,20%

1,23%

2,46%

6,33%

18,75%

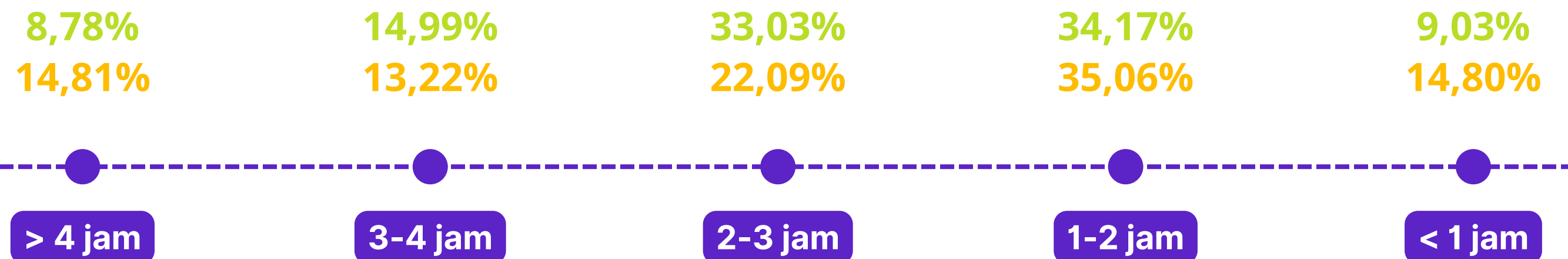
Aplikasi Yang Sering Digunakan

Media Sosial Yang Paling Sering Diakses



Jangka Waktu Mengakses Media Sosial

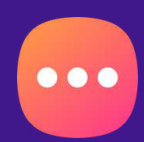
* Pertanyaan merupakan multiple answer, artinya responden dapat memilih lebih dari satu jawaban.



2025

2024

Media Sosial Sering Diakses Berdasarkan Gender

	 Laki laki	 Perempuan
 Facebook	21,85%	21,28%
 Instagram	15,19%	16,75%
 Youtube	26,31%	21,00%
 Tiktok	32,98%	37,55%
 Twitter	0,68%	0,40%
 Tidak Tahu	1,27%	1,38%
 Lainnya	1,72%	1,64%

Media Sosial Sering Diakses Berdasarkan Generasi

	 Gen Z (Kelahiran >1997 - 2012/13-28th)	 Millenial (Kelahiran 1981-1996/ 29-44th)	 Gen X Kelahiran 1965- 1980/45-60th)	 Baby Boomers (Kelahiran 1946- 1964/61-79th)	 Pre Boomer (Kelahiran <1945 / 80th++)
 Facebook	13,22%	27,03%	27,19%	22,00%	9,09%
 Instagram	25,33%	12,74%	7,15%	4,44%	4,55%
 Youtube	17,33%	23,86%	31,69%	39,11%	45,45%
 Tiktok	42,27%	33,40%	28,58%	21,78%	9,09%
 Twitter	0,71%	0,42%	0,54%	0,22%	0,00%
 Tidak Tahu	0,35%	0,86%	2,11%	8,67%	22,73%
 Lainnya	0,79%	1,69%	2,74%	3,78%	9,09%

Cara Paling Sering Mengakses Konten Hiburan



**Menonton siaran TV
Konvensional (non internet)**

22,25%



**Menggunakan layanan
streaming (YouTube, Vidio,
Netflix, Disney+, Viu, dll)**

49,89%



Menggunakan keduanya

27,86%

Cara Mengakses Konten Hiburan berdasarkan Jenis Kelamin Dan Generasi



Menonton siaran TV Konvensional (non internet)

19,53% **25,22%**



Menggunakan layanan streaming (YouTube, Vidio, Netflix, Disney+, Viu, dll)

52,11% **47,47%**



Menggunakan keduanya tergantung jenis acara

28,36% **27,31%**



Laki-laki



Perempuan



Gen Z



15,40%



57,81%



26,79%



Milenial



21,57%



49,31%



29,12%



Gen X



30,21%



40,89%



28,90%



Baby Boomers



40,73%



36,42%



22,85%



Pre Boomers



52,94%



29,41%



17,65%

Video Platform Yang Sering Ditonton



Disney+ Hotstar

0,64%

0,47%



Netflix

5,56%

7,93%



Vidio

14,44%

17,10%



Youtube

65,05%

65,00%



WETV

2,19%

1,07%



Tidak tahu

10,70%

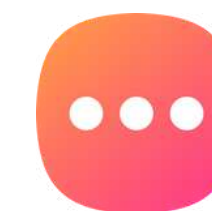
4,04%



Lainnya

0,77%

3,13%



Viu

0,65%

1,26%

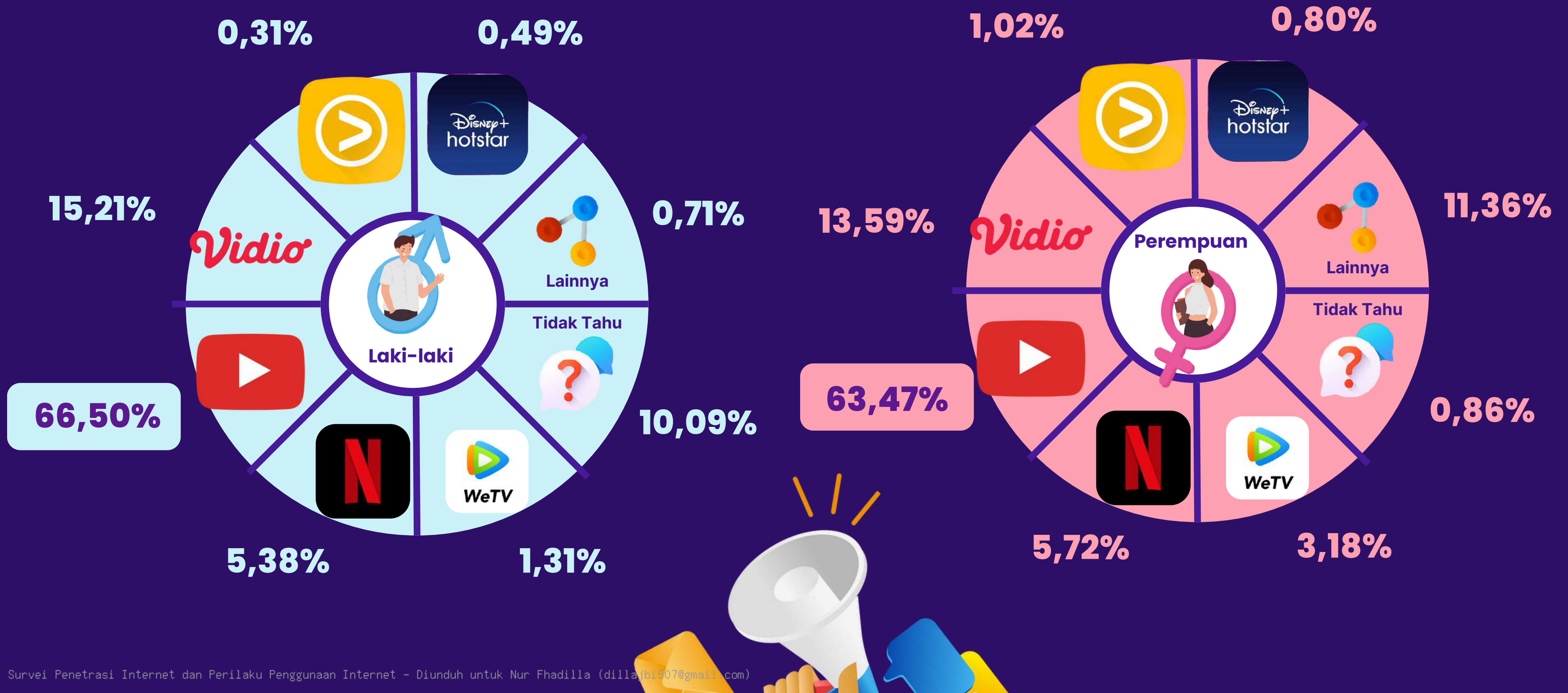


* Pertanyaan merupakan multiple answer, artinya responden dapat memilih lebih dari satu jawaban.

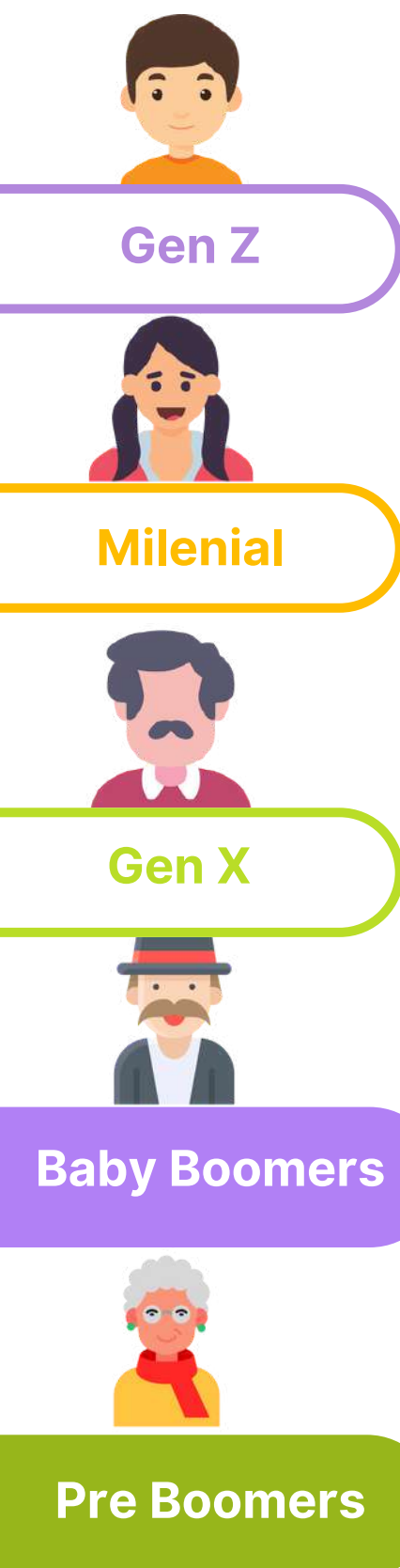
2025

2024

Platform Video Panjang Sering Dikunjungi Berdasarkan Jenis Kelamin



Platform Video Panjang Sering Dikunjungi Berdasarkan Generasi



Vidio

14,48% **15,14%**
13,56%

12,81% 16,67%



63,72% **65,79%**
66,92%

62,12% 50,00%



0,86% **0,56%**
0,51%

0,29% 0,00%



8,41% **4,57%**
2,92%

1,67% 0,00%



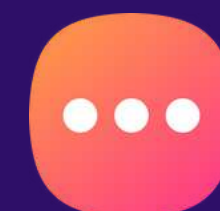
3,10% **1,84%**
1,33%

1,67% 0,00%



0,86% **0,86%**
0,51%

1,11% 0,00%



0,78% **0,54%**
0,75%

0,00% 0,00%



7,79% **10,70%**
13,50%

20,33% 33,33%

Waktu yang dihabiskan dalam sehari untuk menonton video

<1 jam
14,16% **22,41%**



1-2 jam
43,56% **42,21%**



2-3 jam
30,22% **20,11%**



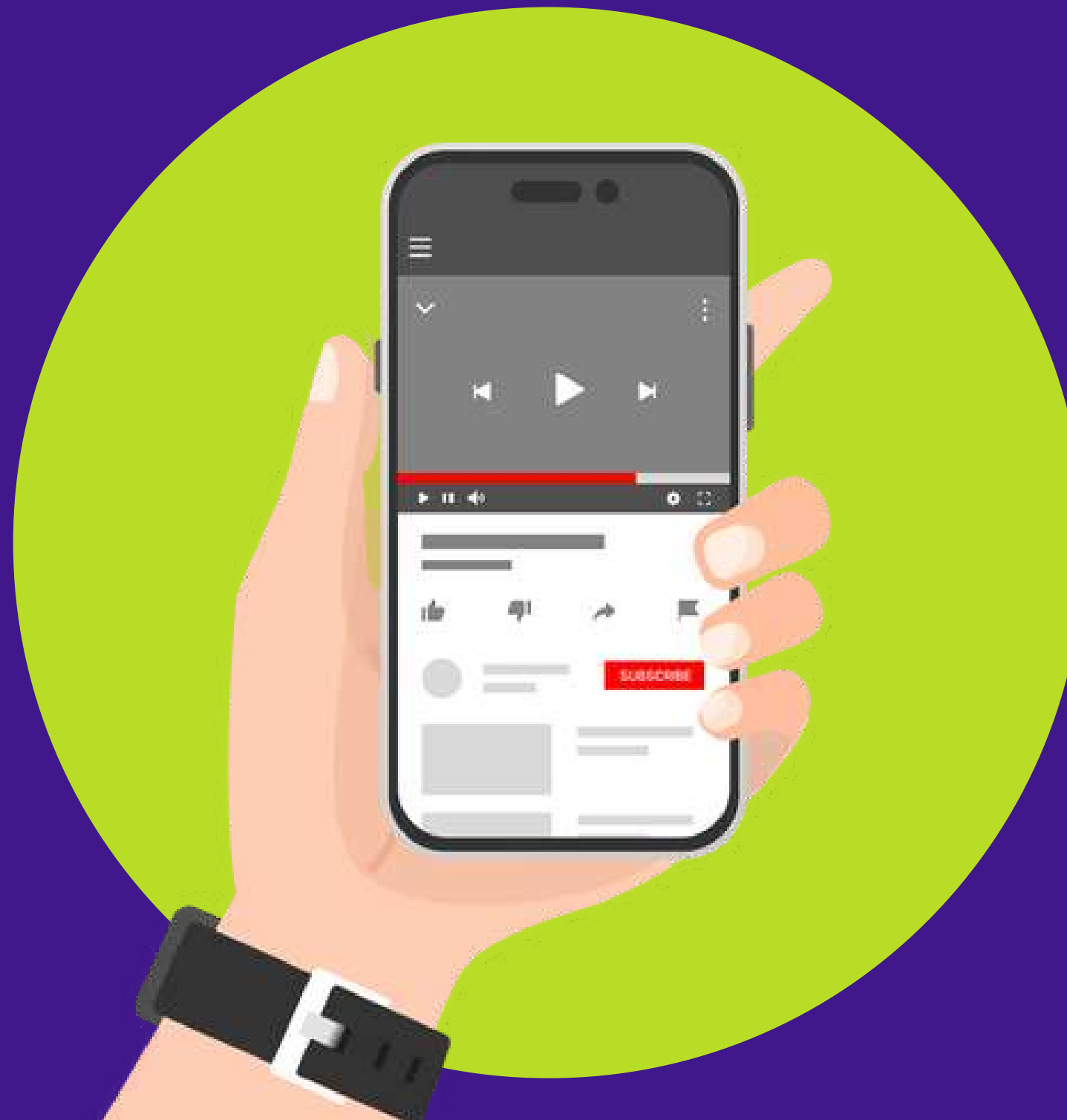
3-4 jam
8,03% **8,61%**



>4 jam
7,24 % **3,45%**

2025

2024





Jenis Konten Video Panjang Yang Sering Diakses



29,99%
Film



12,77%
Film Dokumenter
atau konten
edukasi



12,46%
Acara olahraga



2,55%
Lainnya



11,34%
Serial TV



10,53%
Reality Show/talent
show/kompetisi
bakat



20,36%
Berita/program
informasi

* Pertanyaan merupakan multiple answer, artinya responden dapat memilih lebih dari satu jawaban.

Jenis Konten Video Panjang Sering Akses berdasarkan Jenis Kelamin


 Laki-laki

26,09%

7,22%

7,95%

21,20%

21,79%

13,68%

2,07%

Film

Serial TV

Reality show/
talent showt

Acara
olahraga

Berita/
program
informasi

Film
Dokumenter/
konten edukasi

Lainnya

34,30%

15,93%

13,38%

2,79%

18,74%

11,77%

3,09%

Perempuan

Jenis Konten Video Panjang Sering Akses Berdasarkan Generasi



	Film	35,49%	29,45%	23,15%	20,00%	25,00%
	Serial TV	12,50%	11,31%	9,89%	8,45%	12,50%
	Berita/ program informasi	11,71%	22,83%	29,07%	31,83%	43,75%
	Film Dokumenter/ konten edukasi	14,92%	11,93%	10,66%	11,27%	6,25%
	Reality show/ talent show	9,55%	11,24%	11,49%	9,01%	0,00%
	Acara olahraga	14,07%	11,03%	11,60%	14,65%	6,25%
	Lainnya	1,76%	2,21%	4,14%	4,79%	6,25%

Game Online

Bermain Game Online



2024

2025

Jenis Game Online yang Sering Diakses



48,99%

Mobile Legend



23,05%

Free Fire



11,05%

PUBG



3,81%

Candy Crush Saga



3,60%

FIFA Mobile



2,07%

Roblox



1,90%

Subway Surfers



0,73%

Call of Duty



4,80%

Lainnya

* Pertanyaan merupakan multiple answer, artinya responden dapat memilih lebih dari satu jawaban.

Jangka Waktu Bermain Game Online



Toko Online Paling Sering Diakses

Shopee



53,22%

41,65%

Tiktok shop



27,37%

12,20%

Tokopedia



9,57%

9,40%

Blibli



0,29%

0,36%

Facebook Makertplace



0,25%

0,00%

Lazada



9,09%

17,54%

Lainnya

0,21%

18,85%

* Pertanyaan merupakan multiple answer, artinya responden dapat memilih lebih dari satu jawaban.

2025

2024



Toko Online Sering Diakses Berdasarkan Kenis Kelamin



Toko Online Sering Diakses Berdasarkan Generasi



	Gen Z	Milenial	Gen X	Baby Boomers	Pre Boomers
 Shopee	52,97%	52,85%	54,24%	55,25%	100,00%
 Tiktok shop	30,09%	26,68%	23,76%	17,68%	0,00%
 Tokopedia	9,70%	9,13%	9,74%	13,26%	0,00%
 Facebook Makertplace	0,10%	0,20%	0,76%	0,00%	0,00%
 Lazada	6,64%	10,65%	10,92%	13,81%	0,00%
 Blibli	0,31%	0,31%	0,25%	0,00%	0,00%
 Lainnya	0,17%	0,18%	0,33%	0,00%	0,00%



Transaksi Secara Online

Frekuensi Transaksi Secara Online

2,41% 3,73%

Hampir setiap hari

30,35% 23,53%

Beberapa kali dalam sebulan

27,69% 38,90%

Tidak pernah

14,78% 10,31%

Beberapa kali dalam seminggu

24,77% 23,53%

Beberapa kali dalam beberapa bulan

2025

2024



17,85%

Kurang dari Rp100.000

63,35%

Rp100.001 s.d Rp500.000

12,95%

Rp500.001 s.d Rp1.000.000

3,03%

Rp1.000.001 s.d Rp3.000.000

1,17%

Lebih dari Rp3.000.000

1,65%

Tidak Tahu

Estimasi pengeluaran per bulan untuk bertransaksi toko online

Jenis Produk Transaksi Secara Online



43,74%

Pakaian & aksesoris



8,31%

Elektronik & gadget



0,22%

Produk dan bahan
pertanian



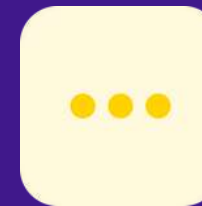
14,57%

Produk kecantikan
dan perawatan diri



6,92%

Produk otomotif



0,62%

Lainnya



11,50%

Peralatan rumah
tangga



1,45%

Produk kesehatan



10,64%

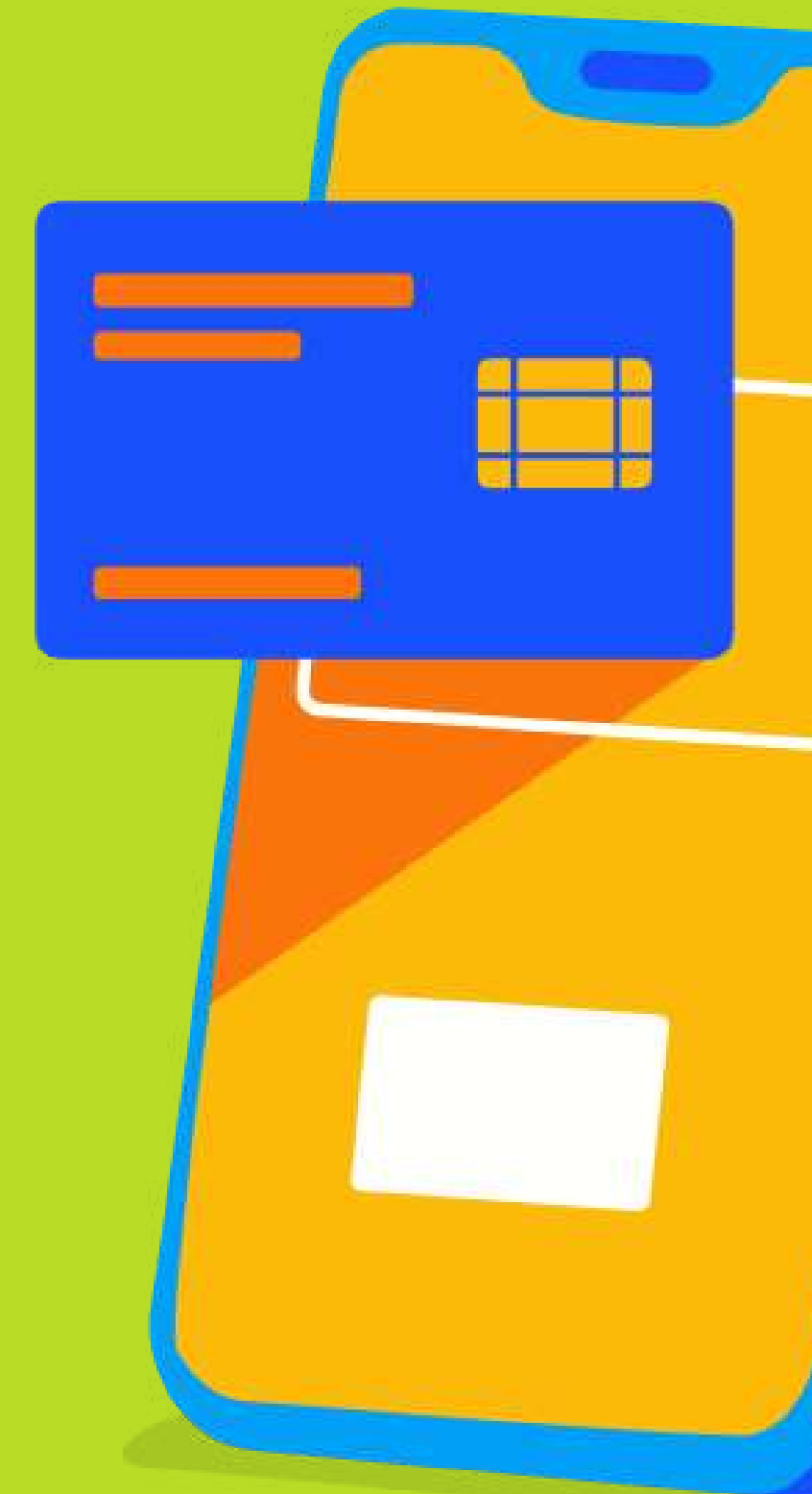
Produk makanan &
minuman



2,03%

Produk untuk anak
atau bayi

* Pertanyaan merupakan multiple answer, artinya responden dapat memilih lebih dari satu jawaban.



Alasan Tidak Bertransaksi Secara Online



7,10% **12,95%**
 Rumit cara pembayarannya



5,80% **0,00%**
 Tidak memiliki akses atau alat pembayaran online



17,59% **16,72%**
 Kesulitan menggunakan platform e-commerce (aplikasinya)



2,12% **16,54%**
 Lainnya



38,72% **53,79%**
 Lebih nyaman belanja secara langsung di toko fisik



21,19% **0,00%**
 Tidak merasa perlu berbelanja online



7,48% **0,00%**
 Saya tidak percaya keamanan platform atau transaksi online



2025

2024

* 0,00% menunjukkan opsi pertanyaan belum tercantum pada tahun 2024

Transaksi Secara Online

Faktor Pendorong Transaksi Toko Online



Harga produk lebih murah dibandingkan toko lain

30,06%



Promo/diskon pengiriman atau free ongkos kirim

29,05%



Adanya promo, diskon, atau cashback produk

21,27%



Sudah ada ulasan yang baik dari pelanggan

9,25%



Pilihan metode pembayaran yang beragam

8,08%



Kebijakan pengembalian yang mudah

1,42%



Praktis dan Mudah

0,29%



Lainnya

0,58%

* Pertanyaan merupakan multiple answer, artinya responden dapat memilih lebih dari satu jawaban.

Cara Pembayaran Transaksi Toko Online

Paylater atau Cicilan tanpa kartu kredit

0,85%



Transfer Bank melalui ATM, mobile banking, virtual account atau internet banking

13,78%



COD (Bayar di tempat)

73,70%



Tidak tahu

0,19%



e-Wallet

11,07%



Kartu kredit atau debit

0,41%



Berlangganan Platform Digital



Ya

7,75%

Tidak

92,25%



Platform Digital

Jenis Layanan Platform Digital

Layanan streaming video

56,98%



Layanan streaming musik

21,02%



Layanan
penyimpanan cloud

6,40%



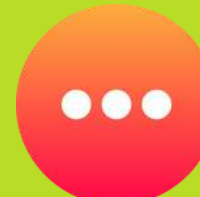
Layanan gaming online

5,75%



Lainnya

0,82%



Aplikasi produktivitas
berbayar

5,42%



Layanan Pendidikan/
kursus online

1,64%



Layanan berita /
majalah digital

1,31%



Media sosial premium

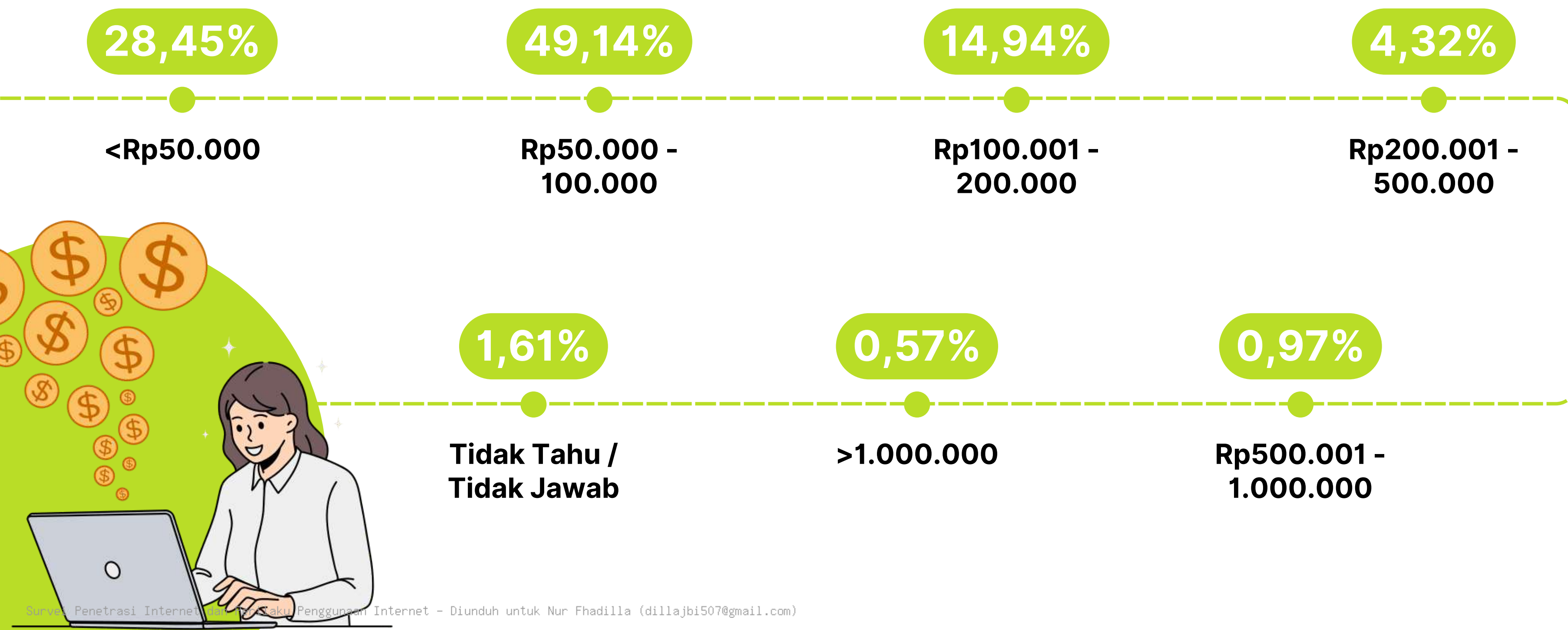
0,66%



* Pertanyaan merupakan multiple answer, artinya responden dapat memilih lebih dari satu jawaban.



Pengeluaran Berlangganan Platform Digital



Aplikasi Kesehatan Online

Menggunakan Aplikasi Kesehatan Online



Ya

8,72%

Tidak
91,28%



Jenis Aplikasi Kesehatan Online


13,60%

ALODOKTER
22,72%

 **halodoc**
41,76%

 **getwell**
2,72%

 **klikdokter**
3,52%

 **SehatQ**
4,96%


6,56%


1,76%

 **Good Doctor**
2,40%

* Pertanyaan merupakan multiple answer, artinya responden dapat memilih lebih dari satu jawaban.

Aplikasi Kesehatan Online

Alasan Menggunakan Aplikasi Kesehatan Online



Kemudahan akses tanpa harus pergi ke fasilitas kesehatan

34,83%



Bisa berkonsultasi kapan saja (24/7)

21,99%



Hemat waktu dan biaya perjalanan

20,79%



Adanya fitur tambahan seperti pengingat obat atau hasil pemeriksaan

3,44%



Privasi lebih terjaga

3,44%



Banyak pilihan dokter atau spesialis

6,23%



Harga lebih terjangkau

6,49%



Lainnya

2,79%

* Pertanyaan merupakan multiple answer, artinya responden dapat memilih lebih dari satu jawaban.

Frekuensi Menggunakan Aplikasi Kesehatan Online

4,96%

Selalu menggunakan aplikasi setiap kali sakit

8,78%

Menggunakan aplikasi untuk sebagian besar penyakit

17,72%

Menggunakan aplikasi untuk beberapa penyakit

58,40%

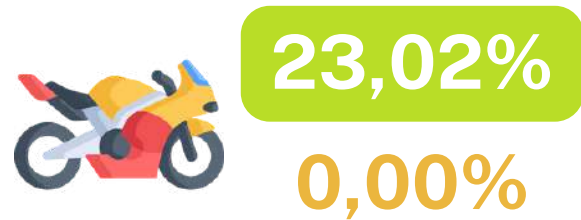
Hanya untuk penyakit tertentu

10,14%

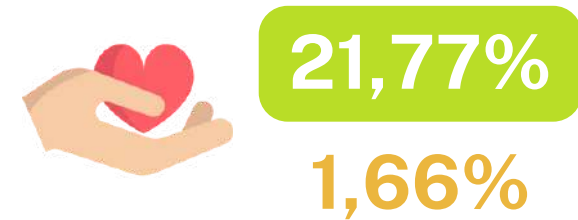
Hampir tidak pernah menggunakan aplikasi meskipun pernah



Alasan Menggunakan Pinjaman Online



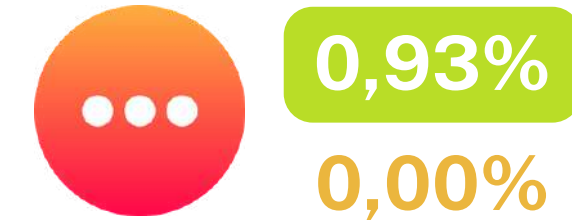
Membeli barang dengan cicilan tanpa kartu kredit



Memenuhi kebutuhan mendesak (biaya kesehatan, terjerat hutang)



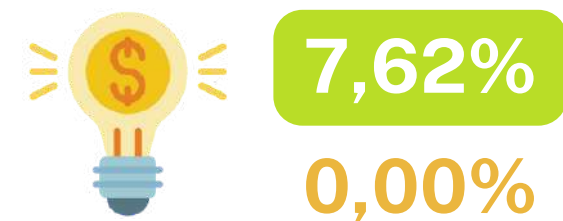
Belanja barang kebutuhan sehari-hari



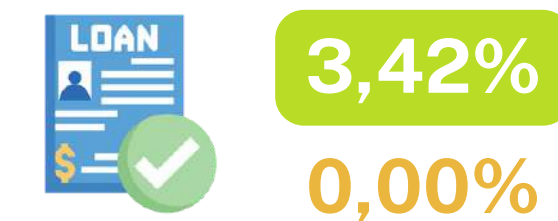
Lainnya



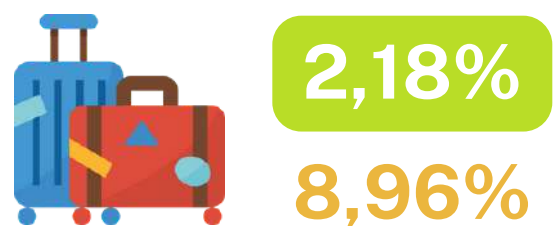
Karena pengajuannya mudah dan cepat



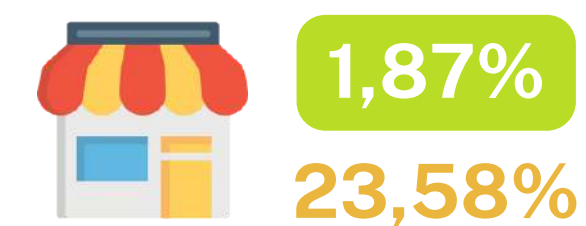
Untuk membayar tagihan (listrik, air, dll)



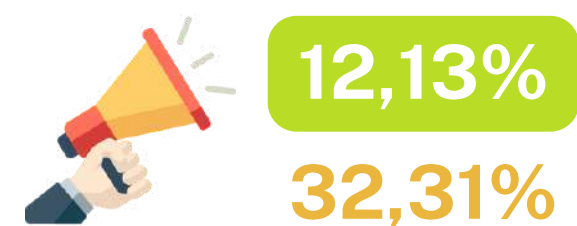
Tidak memiliki akses ke layanan pinjaman konvensional



Memenuhi tuntutan gaya hidup (liburan atau hiburan)



Untuk modal usaha



Karena promosi atau diskon dari layanan pinjaman daring

Menggunakan Layanan Pinjaman Online



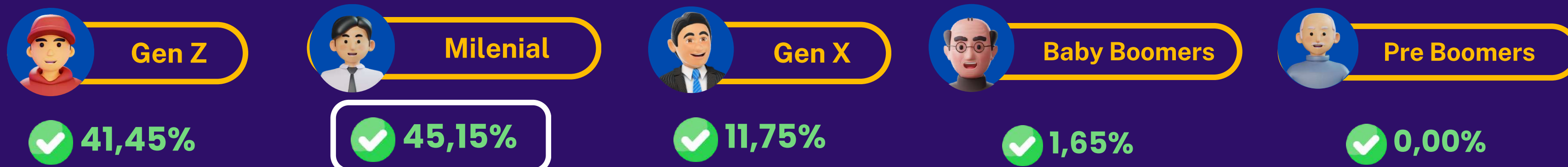
2025

2024

* 0,00% menunjukkan opsi pertanyaan belum tercantum pada tahun 2024

* Pertanyaan merupakan multiple answer, artinya responden dapat memilih lebih dari satu jawaban.

Penetrasi Penggunaan Pinjaman Online **Berdasarkan Generasi**



Penetrasi Penggunaan Pinjaman Online Berdasarkan Pengeluaran



Alasan Menggunakan Pinjaman Online Berdasarkan Generasi



Gen Z



Millennial



Gen X



Baby Boomer



Memenuhi kebutuhan mendesak
(biaya kesehatan, terjerat hutang,
atau darurat lainnya)

23,42%

22,73%

15,79%

0,00%



Belanja barang
kebutuhan sehari-hari

16,36%

17,13%

21,05%

50,00%



Membeli barang dengan
cicilan tanpa kartu kredit

20,45%

25,87%

21,05%

25,00%



Karena promosi atau diskon dari
layanan pinjaman daring

12,27%

12,94%

9,21%

0,00%



Untuk membayar
tagihan (listrik, air, dll)

7,06%

7,34%

9,21%

12,50%



Karena proses pengajuannya
mudah dan cepat

8,92%

7,69%

18,42%

12,50%



Tidak memiliki akses ke layanan
pinjaman konvensional

4,83%

2,10%

2,63%

0,00%



Memenuhi tuntutan
gaya hidup

3,35%

1,75%

0,00%

0,00%



Untuk modal usaha

2,60%

1,40%

1,32%

0,00%



Lainnya

0,74%

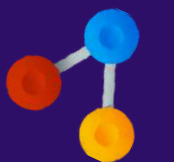
1,05%

1,32%

0,00%

Alasan Menggunakan Pinjaman Online

Berdasarkan Pengeluaran

	 Memenuhi kebutuhan mendesak (biaya kesehatan, terjerat hutang, atau darurat lainnya)	 Belanja barang kebutuhan sehari-hari	 Membeli barang dengan cicilan tanpa kartu kredit	 Karena promosi atau diskon dari layanan pinjaman daring	 Untuk membayar tagihan (listrik, air, dll)	 Karena proses pengajuannya mudah dan cepat	 Tidak memiliki akses ke layanan pinjaman konvensional	 Memenuhi tuntutan gaya hidup	 Untuk modal usaha	 Lainnya
Kurang dari Rp 1 Juta	25,00%	18,18%	15,91%	13,64%	6,82%	4,55%	10,23%	3,41%	1,14%	1,14%
Rp 1Juta sd Rp 1,5 Juta	19,09%	13,64%	20,00%	16,36%	10,00%	10,00%	5,45%	1,82%	3,64%	0,00%
Rp 1,5 Juta sd Rp 2 Juta	22,52%	22,52%	22,52%	11,71%	8,11%	6,31%	1,80%	0,90%	2,71%	0,90%
Rp 2 Juta sd Rp 2,5 Juta	25,51%	15,31%	22,45%	9,18%	8,17%	11,22%	4,08%	4,08%	0,00%	0,00%
Rp 2,5 Juta sd Rp 3,5 Juta	18,25%	18,25%	27,74%	9,49%	5,84%	12,41%	0,72%	2,92%	2,19%	2,19%
Rp 3,5 Juta sd Rp 6 Juta	23,53%	18,82%	23,53%	9,41%	9,41%	10,59%	1,18%	1,18%	2,35%	0,00%
Di atas Rp 6 Juta	9,52%	14,29%	33,33%	23,81%	0,00%	14,29%	0,00%	0,00%	0,00%	4,76%

Pernah Mendapatkan Keuntungan Judi Online



Ya

2,29%

2,18%

Tidak

97,71%

97,82%



2025

2024

Situs Judi Online

Keuntungan Utama dari Judi Online

Sensasi atau keseruan
dari permainan

2,12%



Tidak ada keuntungan
sama sekali

87,59%



Kesempatan
bersosialisasi dengan
komunitas pemain

0,80%



Kesempatan
mendapatkan uang
dengan cepat

5,90%



Hiburan atau mengisi
waktu luang

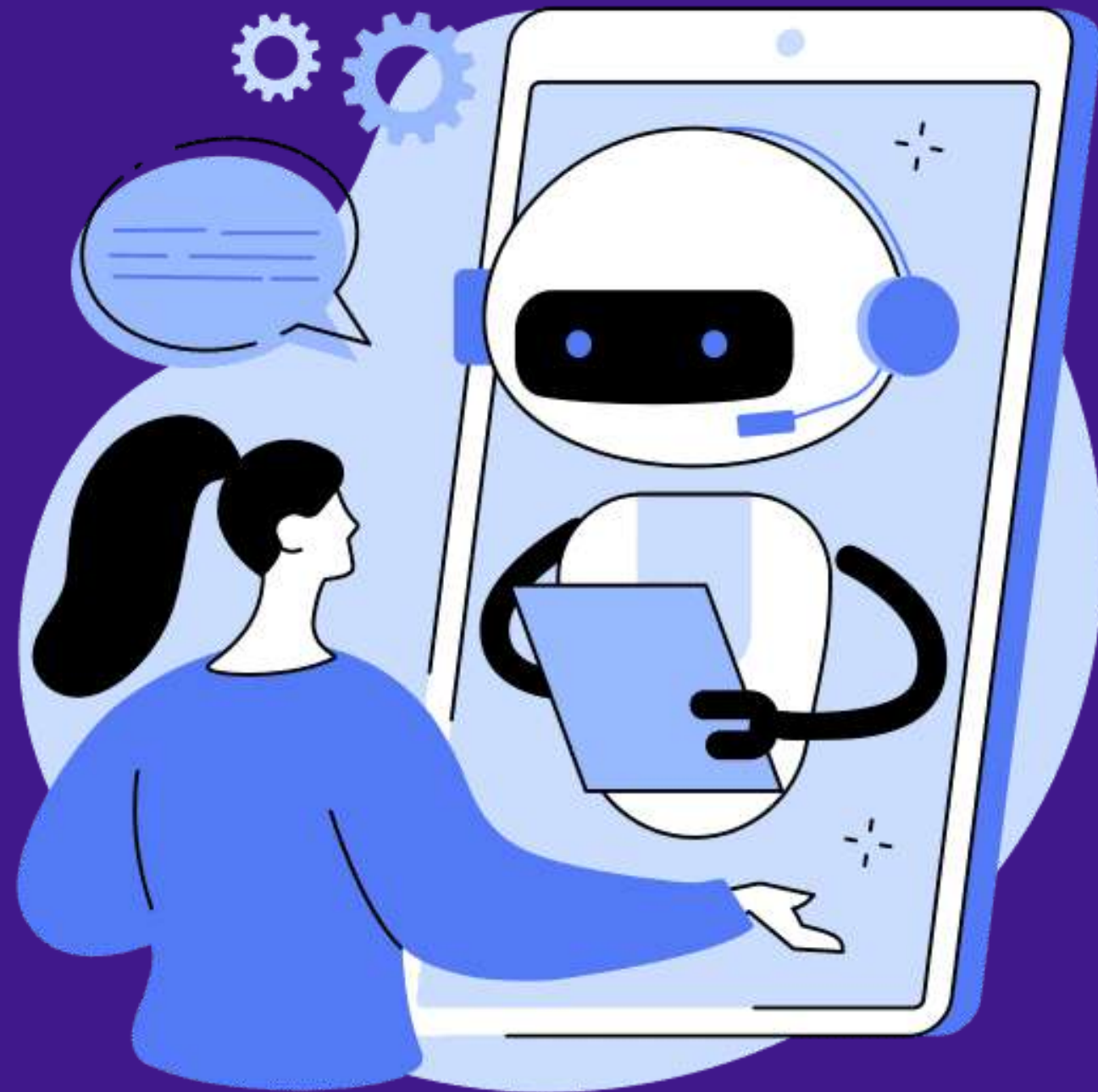
2,40%



Tidak Tahu

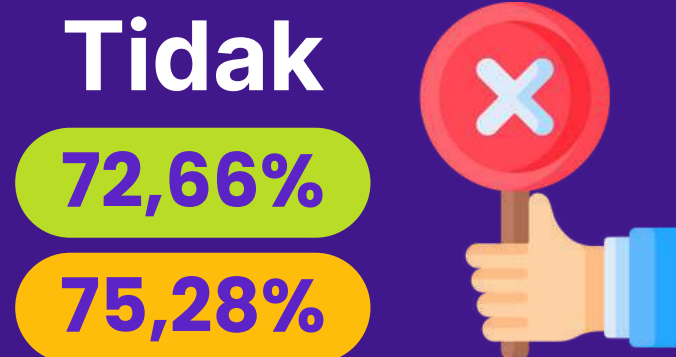
1,19%



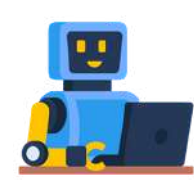
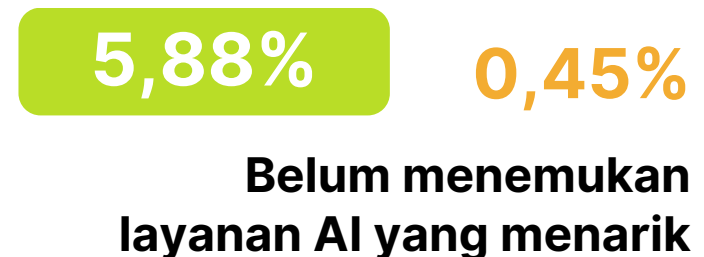
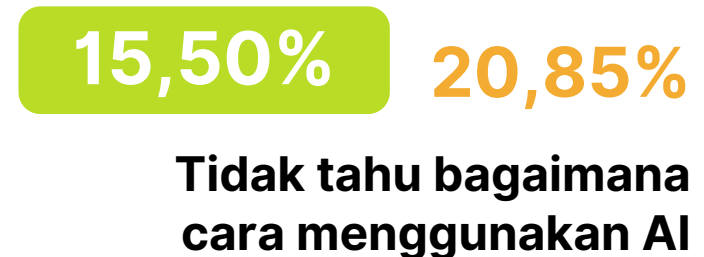
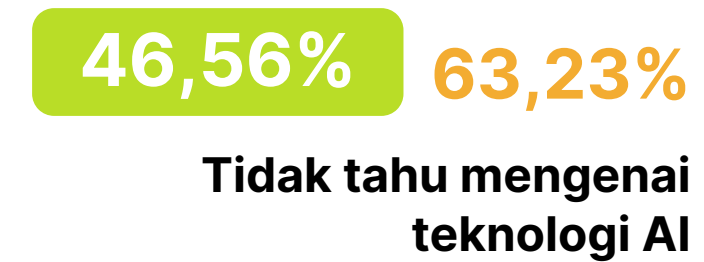
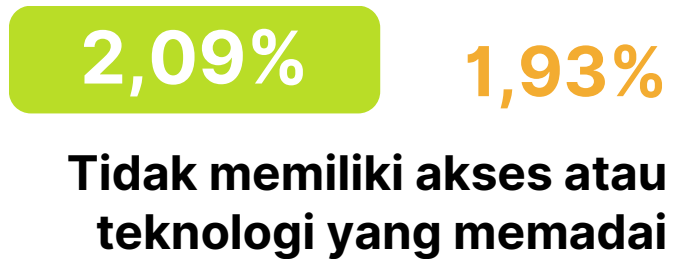
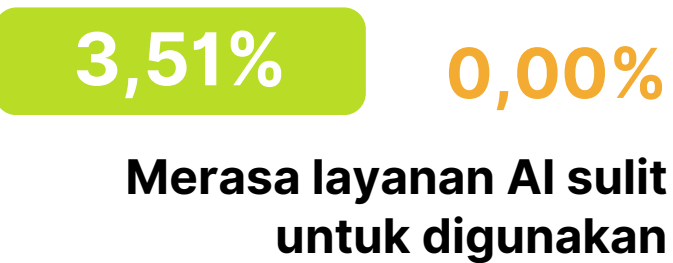


Perilaku Akses Konten Artificial Intelligence (AI)

Akses Terhadap Artificial Intelligence



Alasan Tidak Menggunakan AI



* Pertanyaan merupakan multiple answer, artinya responden dapat memilih lebih dari satu jawaban.

2025

2024

* 0,00% menunjukkan opsi pertanyaan belum tercantum pada tahun 2024

Mengakses Ai Berdasarkan Jenis Kelamin Dan Generasi



Laki-laki



Perempuan



Iya



Tidak



Gen Z



43,70%



56,30%



Milenial



22,30%



77,70%



Gen X



12,80%



87,20%



Baby Boomers



8,90%



91,10%



Pre Boomers



0,00%



100,00%

Konten Artificial Intellegene (AI) yang Sering Diakses

2025

2024

Edukasi atau
pembelajaran

43,98%
21,84%

Hiburan

29,52%
17,07%

Lainnya

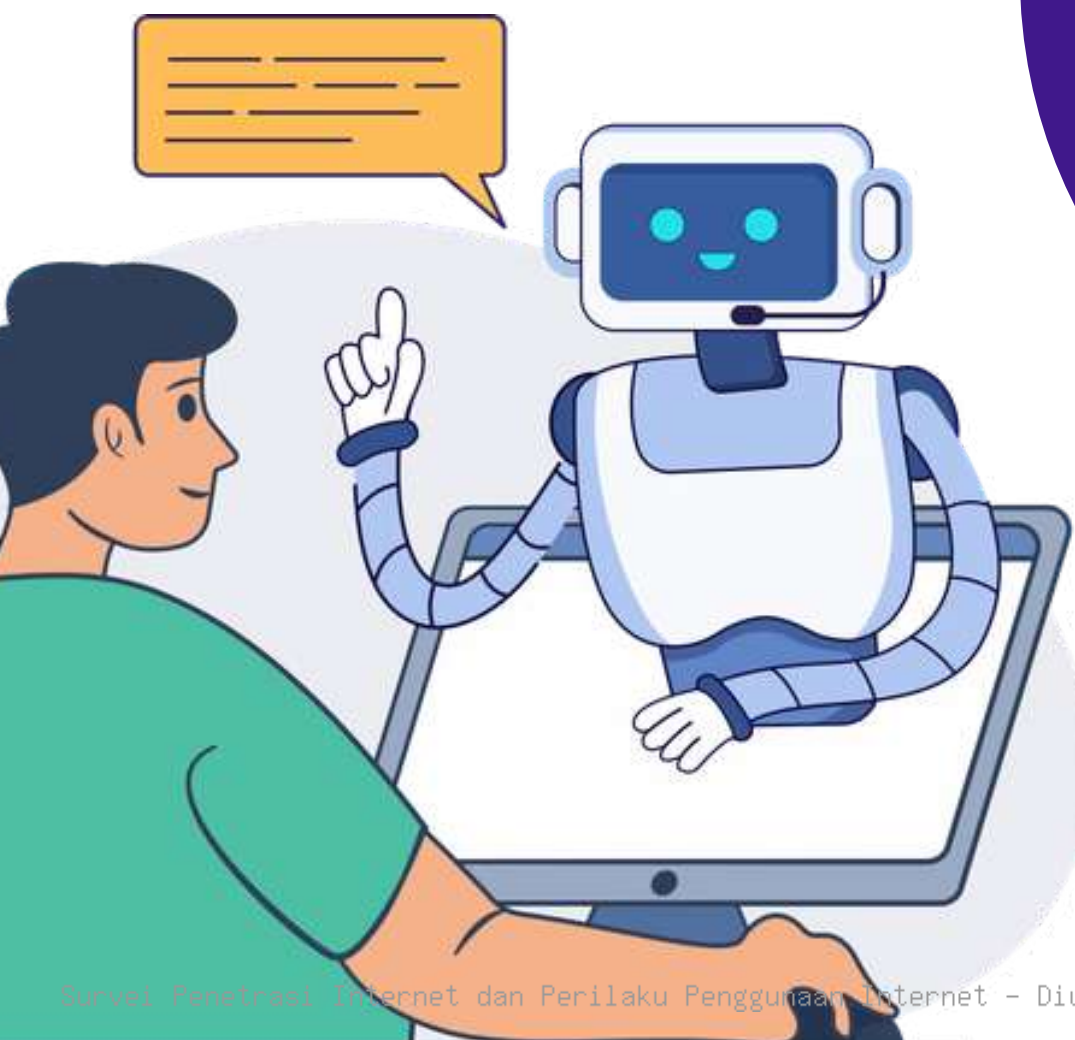
0,65%
10,24%

Asisten
virtual

13,48%
47,61%

AI untuk
produktivitas

12,37%
3,24%



Konten Artificial Intelligence (AI) yang Sering Diakses Berdasarkan Jenis Kelamin



30,03%
28,87%

AI untuk hiburan (video atau gambar generatif)



40,49%

48,34%

AI untuk edukasi atau pembelajaran (chatbot pendidikan, kursus berbasis AI)



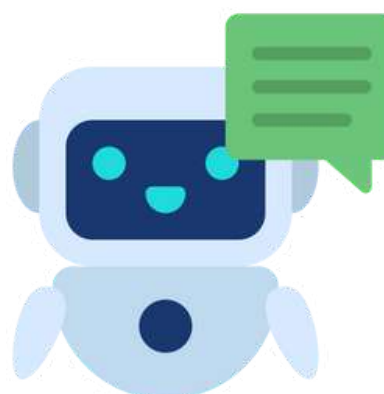
0,45%
0,90%

Lainnya



14,74%
9,53%

AI untuk produktivitas (penulisan otomatis, copywriting, analisis data)



14,29%
12,43%

Asisten virtual (misalnya Siri/Google Assistant dan lain-lain)

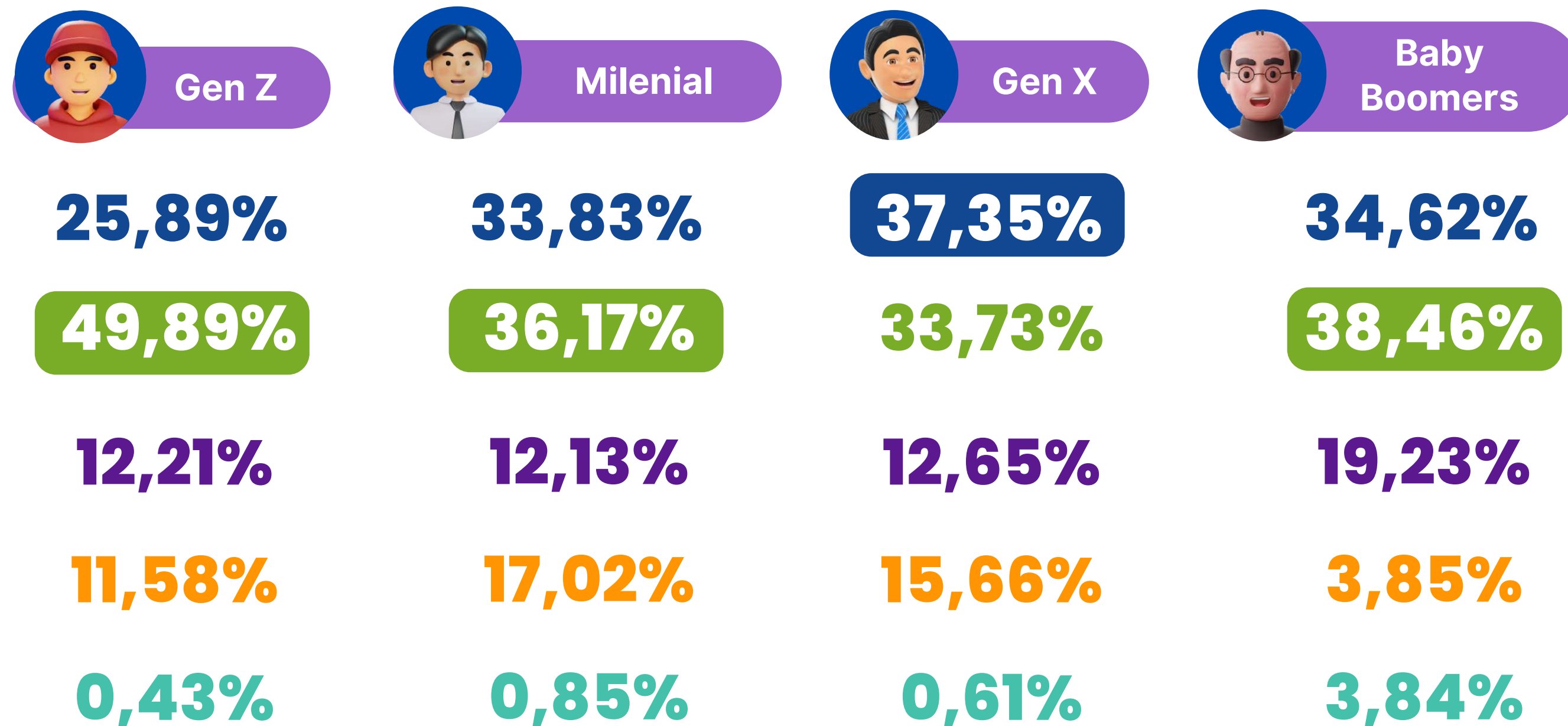
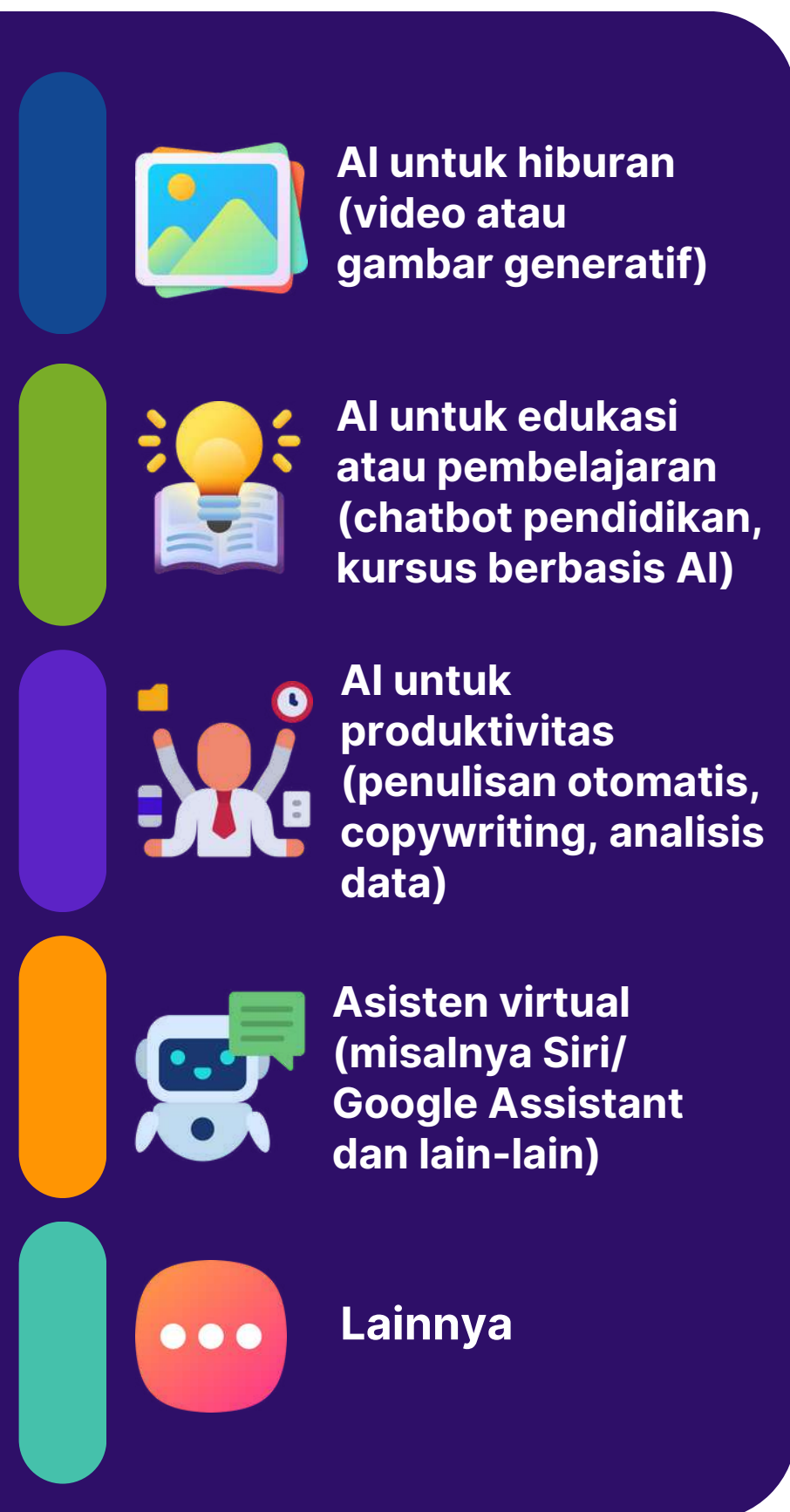


Laki-laki



Perempuan

Konten Artificial Intelligence (AI) yang Sering Diakses Berdasarkan Generasi



Smart Home

Perangkat Smart Home yang Digunakan

Menggunakan Smart Home



Ya

5,78%

Tidak

94,22%



Perangkat Hiburan (Smart speaker, smart TV, dll)

51,39%



Perangkat Pengelola Energi (Smart Thermostat, Smart Lighting, dll)

4,56%



Perangkat Keamanan (Kamera CCTV, smart door lock, dll)

36,71%



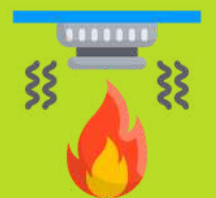
Perangkat Kenyamanan (Robot Vacuum, Sistem Penyiram Tanaman otomatis, dll)

4,05%

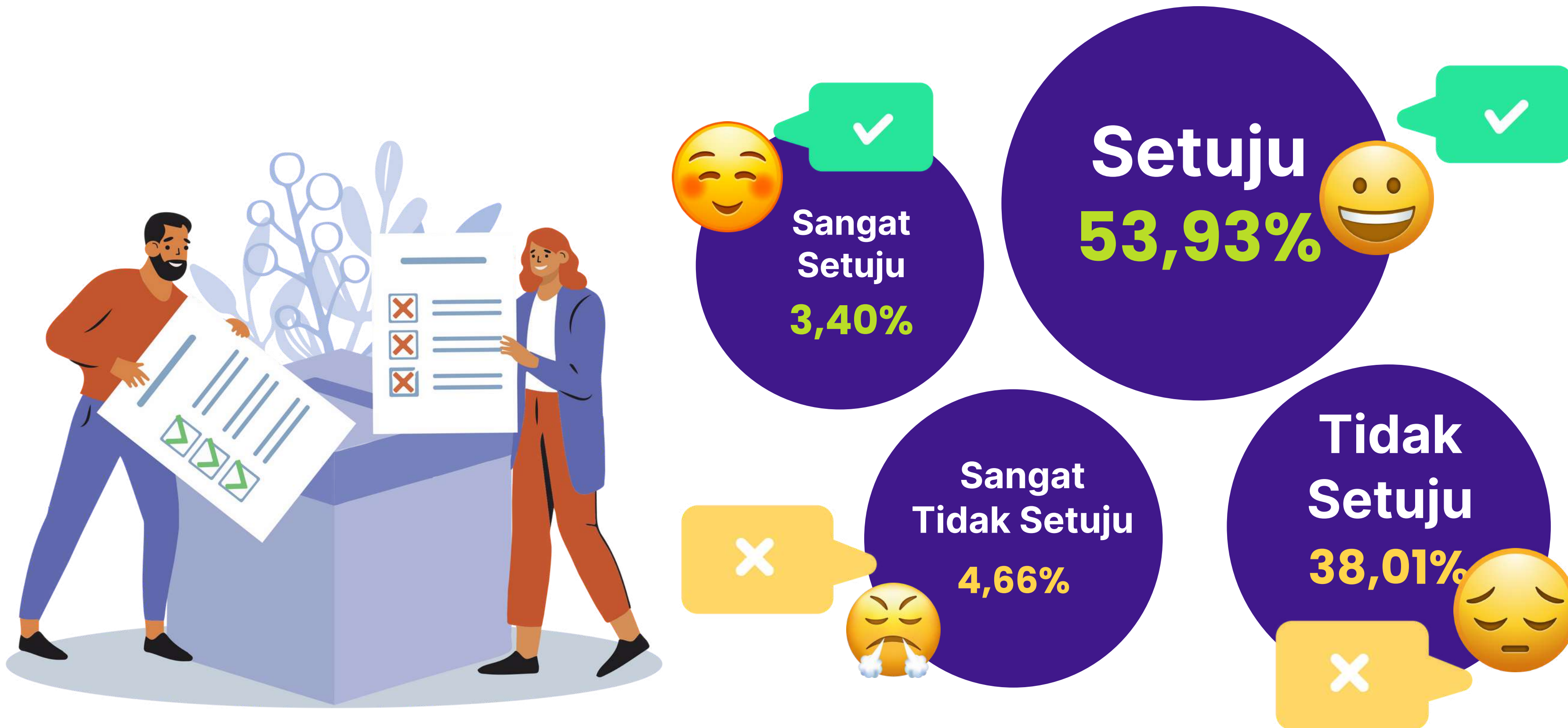


Perangkat Kontrol & Konektivitas (Hub Kontrol, Sensor, dll)

3,29%



Preferensi Pergantian Peran Call Center Berbasis AI



AI Literacy Index

Suatu indikator yang digunakan untuk mengukur tingkat **literasi seseorang** terhadap kecerdasan buatan (**Artificial Intelligence/AI**)

Indeks ini bertujuan untuk memberikan wawasan tentang sejauh mana suatu individu dalam **mengidentifikasi, mengakses, memahami, menggunakan** teknologi AI dalam kehidupan sehari-hari

Sumber : Oxford Insight



Dimensi & Indikator AI Literacy Index



Cognitive (Pemahaman)

Saya memahami bagaimana AI mengolah dan menganalisis data untuk menghasilkan rekomendasi

Saya dapat membedakan antara keputusan yang dibuat oleh AI dan keputusan yang dibuat oleh manusia dalam suatu sistem



Operational (Penggunaan)

Saya sering menggunakan AI untuk membantu menyelesaikan tugas sehari-hari agar lebih efisien

Saya pernah menggunakan AI untuk mendukung pengambilan keputusan dalam pekerjaan

Saya merasa nyaman dalam menggunakan aplikasi atau perangkat berbasis AI



Ethical (Etika)

Saya merasa bahwa AI harus memiliki batasan dalam penggunaannya untuk mencegah potensi penyalahgunaan

Saya percaya bahwa AI dapat menggantikan peran manusia dalam pekerjaan yang memerlukan analisis dan pengambilan keputusan



Critical (Pengkritisan)

Saya mampu menilai keakuratan dan kebenaran informasi yang diberikan oleh AI

Saya lebih memilih keputusan manusia dibandingkan keputusan AI dalam situasi tertentu

AI Literacy Index

49,96

Tingkat literasi AI responden masih berada pada **kategori kurang baik** dan **belum cukup siap** untuk menghadapi perkembangan teknologi AI secara optimal. Nilai ini mengindikasikan bahwa **sebagian besar responden masih dalam tahap awal** memahami konsep dasar AI,

AI Literacy Per Dimensi



Dimensi Cognitive:
49,57

Mampu membedakan keputusan AI dengan keputusan manusia, namun pemahaman tersebut masih perlu diperkuat agar lebih mendalam dan aplikatif.



Dimensi Operational:
44,69

Tingkat kenyamanan dalam memakai aplikasi berbasis AI masih sangat terbatas, menunjukkan hambatan dalam adopsi praktis teknologi AI.



Dimensi Ethical:
52,14

Mampu memahami perlunya batasan dan tanggung jawab moral untuk menghindari penyalahgunaan, meskipun penerapan kesadaran ini masih perlu ditingkatkan.



Dimensi Critical:
56,09

Kesiapan berpikir kritis terhadap AI untuk menghadapi situasi kompleks dan bernilai manusia masih belum optimal.

Data dan Tabulasi Lebih Lengkap



Informasi tabulasi data Survei Penetrasi Internet dan Perilaku Pengguna Internet 2025, termasuk:

- Tabulasi lengkap perilaku & karakteristik pengguna internet
- Data Survei Segmentasi Pasar ISP
- Hasil survei per provinsi

Tabulasi data lengkap dapat diakses melalui buku survei 2025 yang bisa dibeli pada link berikut:

<https://s.id/preorderbukusurvei2025>

SCAN ME





Asosiasi
Penyelenggara
Jasa
Internet
Indonesia

INDONESIA INTERNET SERVICE PROVIDER ASSOCIATION

SURVEI
APJII

**PROFIL INTERNET
INDONESIA 2025**

Podcast RISE Corner



YouTube : APJII





Asosiasi
Penyelenggara
Jasa
Internet
Indonesia

INDONESIA INTERNET SERVICE PROVIDER ASSOCIATION

SURVEI
APJII

PROFIL INTERNET
INDONESIA 2025

Terima Kasih



Untuk informasi lebih lengkap dan peluang kolaborasi, silakan menghubungi **Unit Survei APJII** melalui



Website : survei.apjii.or.id



Email : survei@apjii.or.id

Kami menantikan kesempatan untuk bersama-sama mengembangkan ekosistem digital Indonesia!



Asosiasi
Penyelenggara
Jasa
Internet
Indonesia