BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Tinjauan Mengenai Komunikasi

2.1.1 Pengertian Komunikasi

Secara etimologis istilah komunikasi berasal dari bahasa Latin yakni C*ommunicare*. Artinya berbicara, menyampaikan pesan, informasi, pikiran, perasaan, gagasan dan pendapat yang dilakukan oleh seorang kepada yang lain dengan mengharapkan jawaban, tanggapan atau arus balik (*feedback*) dari orang yang diajak berbicara tersebut. Komunikasi menurut bahasa Latin yaitu C*ommunicati* (Inggris, *Communication*), artinya pemberitahuan. Kata sifatnya, C*ommunis* (Inggris, *Commonness*), berarti bersama-sama di antara dua orang atau lebih, yang berbicara mengenai kebersamaan, berbagi kepentingan, keinginan, pengetahuan, kepemilikan dan gagasan.

Berdasarkan arti kata komunikasi di atas lebih dipertegas lagi dengan pengertian komunikasi di bawah ini, yaitu

> "Komunikasi adalah proses penyampaian pesan dalam bentuk lambang bermakna sebagai paduan pikiran dan perasaan berupa ide, informasi, kepercayaan, harapan, imbauan, dan sebagainya, yang dilakukan seseorang kepada orang lain, baik secara langsung (tatap muka) maupun tidak langsung melalui media, dengan tujuan mengubah sikap, pandangan dan perilaku".(Effendy, 1989:60)

Berdasarkan pengertian di atas, C*ommunicare* bisa berarti dua orang atau lebih, yang secara bersama-sama bertemu baik secara langsung (tatap muka) maupun melalui media atau saluran tertentu (komunikasi antarpribadi), tukar

menukar mengenai pengetahuan, pengalaman, pikiran, gagasan dan perasaan (*to make common, sharing*).

Schramm memberikan tambahan bahwa kesamaan pengalaman diantara komunikator dan komunikan, yang berlangsung secara *source* dan *receiver*, komunikator dan komunikan akan mempunyai sudut pandang yang sama mengenai sesuatu pesan. Komunikasi akan efektif apabila komunikator mampu berkomunikasi sesuai dengan komunikannya.

Selain itu pula, seorang komunikator harus mempunyai rencana dan tujuan, tidak saja pesan itu tersampaikan, tapi juga dapat merubah sikap dan pendapat serta mempengaruhi komunikan, hal ini dipertegas dari definisi komunikasi,yaitu:

> "Komunikasi atau upaya–upaya yang sistematis untuk merumuskan secara tegas asas penyampaian informasi serta pembentukan sikap dan pendapat". Secara khusus Hovland menjelaskan bahwa "*Communication is the process to modify the behavior of other individual"*, (komunikasi adalah perubah perilaku orang lain). (Hovland dalam Effendy, 1988:113)

Dalam menyampaikan pesan, komunikasi dilakukan tidak terbatas pada komunikasi secara langsung, bisa juga dilakukan melalui media seperti televisi, radio, surat kabar dan lain–lain. Sehingga pesan akan tersampaikan dan tersebar luas tidak terbatas ruang dan waktu, serta mempengaruhi khalayak secara luas pula. Hal ini berdasar pada pengertian komunikasi:

"Komunikasi adalah pengoperan atau penyiaran *(transmitter*) lambang-lambang melalui sebagian besar media komunikasi massa seperti Surat Kabar, Radio, Majalah, Buku dan sebagian besar media komunikasi yang bersifat pribadi percakapan antar insan."(Barelson dalam Effendy, 1986:69).

2.1.2. Unsur-unsur Komunikasi

Dalam melakukan komunikasi setiap individu berharap tujuan dari komunikasi itu sendiri dapat tercapai dan untuk mencapainya ada unsur-unsur yang harus di pahami, menurut Onong Uchjana Effendy dalam bukunya yang berjudul *Dinamika Komunikasi*, bahwa dari berbagai pengertian komunikasi yang telah ada, tampak adanya sejumlah komponen atau unsur yang dicakup, yang merupakan persyaratan terjadinya komunikasi. Komponen atau unsur-unsur tersebut adalah sebagai berikut:

- Komunikator : Orang yang menyampaikan pesan;
- Pesan : Pernyataan yang didukung oleh lambang;
- Komunikan : Orang yang menerima pesan;
- Media : Sarana atau saluran yang mendukung pesan bila
- Komunikan jauh tempatnya atau banyak jumlahnya;
- Efek : Dampak sebagai pengaruh dari pesan.

(Effendy, 2002 : 6)

2.1.3 Sifat Komunikasi

Onong Uchjana Effendy dalam bukunya "Ilmu Komunikasi Teori dan Praktek" menjelaskan bahwa berkomunikasi memiliki sifat-sifat. Adapun beberapa sifat komunikasi tersebut, yaitu:

1. Tatap muka (*face-to-face*)
2. Bermedia (*Mediated*)
3. Verbal (*Verbal*)
   - Lisan (*Ora*l)
   - Tulisan
4. Non verbal (*Non-verbal*)
   - Gerakan/ isyarat badaniah (*gestural*)
   - Bergambar (*Pictorial*)

   (Effendy, 2002:7)

Komunikator (pengirim pesan) dalam menyampaikan pesan kepada komunikan (penerima pesan) dituntut untuk memiliki kemampuan dan pengalaman agar adanya umpan balik *(feddback)* dari si komunikan itu sendiri, dalam penyampain pesan komunikator bisa secara langsung (*face-to-face*) tanpa menggunakan media apapun. Komunikator juga dapat menggunakan bahasa sebagai lambang atau simbol komunikasi bermedia kepada komunikan, fungsi media tersebut sebagai alat bantu dalam menyampaikan pesannya.

Komunikator dapat menyampaikan pesannya secara verbal dan non verbal. Verbal dibagi ke dalam dua macam yaitu lisan (*Oral*) dan tulisan (*Written/ printed*). Sementara non verbal dapat menggunakan gerakan atau isyarat badaniah (*gesturual*) seperti melambaikan tangan, mengedipkan mata, dan sebagainya, ataupun menggunakan gambar untuk mengemukakan ide atau gagasannya,.

2.1.4 Tujuan Komunikasi

Setiap individu dalam berkomunikasi pasti mengharapkan tujuan dari komunikasi itu sendiri, secara umum tujuan berkomunikasi adalah mengharapkan adanya umpan yang diberikan oleh lawan berbicara kita serta semua pesan yang kita sampaikan dapat diterima oleh lawan bicara kita dan adanya efek yang terjadi setelah melakukan komunikasi tersebut. Onong Uchjana dalam buku " Ilmu Komunikasi Teori dan Praktek" mengemukakan beberapa tujuan berkomunikasi, yaitu:

a. Supaya gagasan kita dapat diterima oleh orang lain dengan pendekatan yang persuasif bukan memaksakan kehendak.

b. Memahami orang lain, kita sebagai pejabat atau pimpinan harus mengetahui benar aspirasi masyarakat tentang apa yang diinginkannya, jangan mereka menginginkan arah ke barat tapi kita memberi jalur ke timur.
c. Menggerakkan orang lain untuk melakukan sesuatu, menggerakkan sesuatu itu dapat bermacam-macam mungkin berupa kegiatan yang dimaksudkan ini adalah kegiatan yang banyak mendorong, namun yang penting harus diingat adalah bagaimana cara yang terbaik melakukannya.
d. Supaya yang kita sampaikan itu dapat dimengerti sebagai pejabat ataupun komunikator kita harus menjelaskan kepada komunikan (penerima) atau bawahan dengan sebaik-baiknya dan tuntas sehingga mereka dapat mengikuti apa yang kita maksudkan.

(Effendy, 1993 : 18)

Jadi secara singkat dapat dikatakan tujuan komunikasi itu adalah mengharapkan pengertian, dukungan, gagasan dan tindakan. Serta tujuan yang utama adalah agar semua pesan yang kita sampaikan dapat dimengerti dan diterima oleh komunikan.

2.2.Tinjauan Komunikasi Antarpribadi

2.2.1. Pengertian Komunikasi Antarpribadi

Komunikasi antarpersona menurut Joseph A. Devito yang dikutip oleh Effendi (2007) adalah:

> "Proses pengiriman dan penerimaan pesan-pesan antara dua orang, atau di antara sekelompok kecil orang-orang dengan beberapa efek dan beberapa umpan balik seketika. Berdasarkan definisi tersebut komunikasi antarpersona dapat berlangsung antara dua orang yang sedang bercakap-cakap atau antara dua orang dalam status pertemuan, misalnya antara penyaji makalah dengan salah seorang peserta suatu seminar." (Effendy, 2007: 158)

Berdasarkan definisi Devito itu, komunikasi antarpersona dapat berlangsung antara dua orang yang memang sedang berduaduaan seperti suami istri yang sedang bercakap-cakap, atau antara dua orang dalam suatu pertemuan, misalnya antara penyaji makanan dengan salah seorang peserta suatu seminar.

Menurut Liliweri yang dikutip dari Onong Uchjana Effendy mengenai pengertian komunikasi antarpersona sebagai berikut:

> "Pada hakikatnya komunikasi antar pribadi adalah komunikasi antara seorang komunikator dengan seorang komunikan. Jenis komunikasi tersebut dianggap paling efektif untuk mengubah sikap, pendapat, atau prilaku manusia berhubung prosesnya yang dialogis". (Liliweri, 1997: 12)

Sifat dialogis tersebut ditunjukan melalui komunikasi lisan dalam percakapan yang menampilkan arus balik yang langsung. Jika komunikator yang mengetahui tanggapan komunikan pada saat itu juga komunikator mengetahui dengan pasti apakah pesan-pesan yang dia kirimkan itu diterima atau di tolak, berdampak positif atau negatif. jika tidak diterima makakomunikator akan memberi kesempatan seluas-luasnya kepada komunikan untuk bertanya.

Jadi dapat dijelaskan bahwa komunikasi antarpersona adalah komunikasi yang diadakan dan berlangsung dalam dalam situasi yang dialogis, komunikasi diadik adalah komunikasi yang melibatkan dua orang atau berinteraksi secara sadar, langsung dan tatap muka. Sedangkan yang dimaksud dengan situasi yang dialogis adalah situasi yang berbagi dalam banyak hal, dapat berupa berbagai

informasi, kegembiraan, kesedihan dan dalam komunikasi antarpersona tidak melihat adanya perbedaan status sosial atau ekonomi dari masing-masing prilaku komunikasi. Dalam situasi seperti ini terasa adanya kemurniandialog yang dapat mengungkapkan berbagai pendapat, perasaan dan kepercyaan dari individu-individu yang terlibat.

2.2.2 Unsur-unsur Komunikasi Antarpribadi

Beberapa unsur komunikasi antar pribadi antara lain:

1. Konteks

   Konteks adalah suatu keadaan,suasana yang bersifat fisik, historis, psikologis tempat terjadinya komunikasi. Suatu konteks pada komunikasi antar persona ternyata berpengaruh terhadap harapan maupun tingkat partisipasi itu menentukan juga pemaknaan terhadap suatu pesan yang diterima yang akhirnya mempengaruhi prilaku.

2. Komunikator- komunikan.

   Dalam komunikasi antar persona sudah jelas bahwa yang melakukan komunikasi adalah manusia, manusia yang terlibat dalam transaksi komunikasi berperan tertentu yaitu sebagai pengirim (Komunikator) maupun penerima (Komunikan) yang umumnya dilakukan secara simultan, sebagai seorang pengirim maka ia menyusun suatu pesan dan mulai mengkomunikasikannya kepada orang lain dengan harapan akan mendapatkan tanggapan sebagai manusia. Pesan-pesan itu dapat berbentuk tanpa isyarat serta simbol-simbol secara verbal maupun nonverbal.

3. Pesan

Komunikasi antarpersona melalui proses umum yaitu Pengirim dan penerima pesan/pesan-pesan dalam komunikasi dapat dipahami melalui tiga unsur utama:

1) Makna yang terbentuk oleh semua orang
2) Simbol-simbol yang dipergunakan untuk menyampaikan makna,
3) Bentuk organisasi pesan-pesan itu.

4. Saluran

Dalam membagi pesan dari seorang pengirim (setelah proses encoding) maka pesan harus melewati suatu tempat, atau alur lewatnya pesan-pesan itu, saluran itu sebenarnya mirip sarana transportasi yang mengangkut barang atau manusia dari suatu tempat ke tempat lainnya. Dalam komunikasi suatu kata berisi pesan dibawah oleh seseorang kepada orang lain melalui gelombang suara, pernyataan raut wajah, gerakan tubuh, gerakan cahaya mata. Secara umum semakin banyak saluran yang dipergunakan untuk mendistribusikan pesan akan menghasilkan komunikasi yang semakin sukses.

5. Gangguan

Gangguan merupakan setiap rangsangan yang menghambat pembagian pesan dari pengirim kepada penerima maupun sebaliknya. Sebagian besar sukses komunikasi manusia sangat bergantung pada cara mengatasi gangguan yang berbentuk eksternal maupun semantik.

Gangguan eksternal *(External noise)* adalah gangguan dari luar yang mengganggu penglihatan, suara ataupun stimulus lain dari lingkungan yang menarik seseorang untuk memperhatikannya sehingga pemaknaan terhadap pesan semakin jauh.

Gangguan semantik *(semantic noise)* yang terjadi karena tidak benarnya proses decoding terhadap pesan. Gangguan semantic sering terjadi pada bahasa kata-kata, ungkapan, dialek yang berbeda dengan maksud pengirimannya.

6. Umpan Balik

Umpan balik adalah pemberian tanggapan terhadap pesan yang dikirimkan dengan suatu makna tertentu. Umpan balik menunjukan bahwa suatu pesan didengar, dilihat, dimengerti apalagi sama maknanya. Jadi berhasil kalau secara verbal maupun nonverbal reaksi penerima dapat menceritakan kepada pengirim bahwa pesan itu diterima ataupun ditolak atau juga dikoreksi. Dengan jalan ini maka penerima akan memahami pesannya belum atau bahkan tidak mencapai sasaran sama sekali.

7. Model Proses

Model komunikasi sebenarnya mempunyai beberapa fungsi yang menurut Devito yaitu:

1) Model menyajikan pengorganisasian dari berbagai unsur dalam suatu proses komunikasi
2) Model merupakan alat bantu yang berfungsi heuristik

3) Model memungkinkan kita melakukan suatu prediksi terhadap komunikasi (apa yang terjadi pada suatu kondisi tertentu) model membantu kita mengadakan pengukuran terhadap unsur-unsur dan proses komunikasi dalamsuatu keadaan tertentu. (Liliweri, 1994 : 11-17).

2.2.3 Ciri-ciri Komunikasi Antarpribadi

Ciri-ciri komunikasi antar persona menurut Alo Liliweri yang merupakan rumusan dari berbagai ciri-ciri komunikasi antar persona menurut para ahli diantaranya sebagai berikut:

1. Spontanitas yaitu terjadi sambil lalu dengan media utama adalah tatap muka.
2. Tidak mempunyai tujuan yang ditetapkan terlebih dahulu.
3. Terjadi secara kebetulan diantara peserta yang identitasnya kurang jelas.
4. Mengakibatkan dampak yang disengaja dan tidak disengaja.
5. Kerap kali berbalas-balasan.
6. Mempersyaratkan hubungan paling sedikit dua orang dengan
7. Hubungan yang bebas dan bervariasi, ada keterpengaruhan.
8. Harus membuahkan hasil.
9. Menggunakan lambang-lambang yang bermakna (Lilweri, 1997: 13).

2.2.4 Jenis-jenis Komunikasi Antarpribadi

Secara teoritis komunikasi antar pribadi di klasifikasi menjadidua jenis menurut sifatnya:

1. Komunikasi diadik *(dyadic communication)*

   Komunikasi diadik adalah komunikasi antar pribadi yang berlangsung antara dua orang yakni yang seorang adalah komunikator yang menyampaikan pesan dari seorang lagi komunikan yang menerima pesan, oleh karena itu prilaku komunikasinya dua orang, maka dialog yang terjadi berlangsung secara intens. Komunikator memusatkan perhatianya kepada diri komunikan seorang itu. Situasi komunikan seperti itu akan nampak dalam komunikasi triadik atau komunikasi kelompok, baik kelompok dalam bentuk keluarga maupun dalam bentuk kelas atau seminar.

2. Komunikasi triadik *(triadik communication)*

   Komunikasi triadik adalah komunikasi antar pribadi (antar persona) yang pelakunya terdiri dari tiga orang, yakni seorang komunkator dan dua orang komunikan. Apabila dibandingkan dengan komunikasi diadik, maka komunikasi diadik lebih efektif, karena komunikator memusatkan perhatiannya kepada seorang komunikan, sehingga ia dapat menguasai *frame of reference* komunikan sepenuhnya, juga umpan balik yang berlangsung, kedua faktor yang sangat berpengaruh terhadap efektif atau tidaknya proses komunikasi.

   Walaupun demikian dibandingkan dengan bentuk-bentuk komunikasi lainnya, misalnya komunikasi kelompok dan komunikasi massa, komunikasi triadik merupakan komunikasi antar pribadi lebih

efektif tidaknya proses komunikasi (Onong Uchjana Effendy, 2003 : 62-63).

2.2.5 Fungsi-fungsi Komunikasi Antarpribadi

Fungsi-fungsi komunikasi antarpersona terdiri dari fungsi sosial dan fungsi pengambilan keputusan.

1. Fungsi Sosial

   Komunikasi antar persona secara otomatis mempunyai fungsi sosial, ini disebabkan dalam proses komunikasi beroprasi dalam konteks sosial yang orang-orangnya berinteraksi satu sama lain. “Dalam kondisi demikian maka fungsi komunikasi antar persona mengandung aspek-aspek menurut Liliweri adalah sebagai berikut:

   1) Manusia berkomunikasi untuk mempertemukan kebutuah biologis dan psikologis, karna seperti kita ketahui bahwa setiap manusia secara alamiah merupakan makhluk sosial, tanpa mengadakan interaksi sosial maka seseorang gagal dalam kehidupannya.
   2) Manusia berkomunikasi untuk memenuhi kewajiban sosial, karena setiap orang terikat dalam suasana sistem dan norma yang berlaku dalam masyarakat. Norma dan nilai tersebut mengatur kewajiban-kewajiban tertentu secara sosial dalam berkomunikasi sebagai suatu keharusan yang tidak dapat dielakan.
   3) Manusia berkomunikasi untuk mengembangkan hubungan timbal balik, dalam setiap perkenalan pertama dengan orang lain, setiap orang berusaha menutup diri. Barangkali pada saat pertama bentuk

tindakan sosial yang terjadi hanya berinteraksi “biasa”, sebagai akaibat basa-basi dalam pergaulan, kemudian meningkat menjadi relasi sosial, ekonomi diantara mereka. Dari suatu relasi yang kurang mementingkan pihak lain, kini meningkat menjadi pertukaran kepentingan dua pihak sebagai wujud dari rasa saling memerlukan.

4) Manusia berkomunikasi untuk meningkatkan dan merawat kualitas mutu diri sendiri. Ternyata bahwa hanya melalui komunikasi antar persona setiap orang akan mendapatkan penilaian dari orang lain. Dengan demikian kita mampu menilai, melihat mutu komunikasi orang lain dan kemudian mengubah diri sendiri, meningkatkannya lalu terdampak pada usaha merawat kesehatan jiwa. Seseorang yang secara terus menerus secara lugas, saling bertukar pikiran dan perasaan sampai pada tahap pisikologis, maka dirinya akan mengubah keadaan kesehatan jiwa orang lain yang berkomunikasi dengannya.
5) Manusia berkomunikasi untuk menangani konflik, pertentangan antar manusia, terutama antar pribadi merupakan kenyataan hidup yang tidak dapat dihindari. Konflik ini tidak dapat terelakan karena ia datang tidak direncanakan. Melalui komunikasi antarpersona konflik dapat dihindari karena telah terjadi pertukaran pesan dan persamaan makna tentang sesuatu hal tertentu (Liliweri, 1994: 27-30).

2. Fungsi pengambilan keputusan

Selain sebagai makhluk sosial, manusia juga dikaruniai oleh otak akal sebagai sarana berfikir yang tidak dimiliki oleh hewan, maka manusia memiliki kemampuan untuk mengambil suatu keputusan. Banyak keputusan diambil manusia, dilakukan dengan berkomunikasi karena mendengar saran pendapat, pengalaman, gagasan, pikiran maupun perasaan orang lain. Ada dua aspek dari fungsi pengambilan keputusan jika dikaitkan dengan komunikasi, yaitu:

1) Manusia berkomunikasi untuk membagi informasi, informasi merupakan kunci utama bagi seseorang dalam pengambilan keputusan yang efektif. Beberapa informasi yang diperoleh melalui kegiatan pengamatan, melalui bacaan, melalui obrolan, melalui acara televisi, melalui pesan radio hanya lebih banyak di peroleh komunikasi antarpersona.
2) Manusia berkomunikasi untuk mempengaruhi orang lain, karena informasi sangatlah mempengaruhi keberhasilan dalam pengambilan keputusan, maka komunikasi pada awalnya bertujuan untuk mendapatkan persetujuan dan kerja sama dengan orang lain. Tujuan pengambilan keputusan antara lain mempengaruhi orang lain terutama sikap prilaku". (Liliweri, 1994 : 30-32)

2.2.6 Tujuan Komunikasi Antarpribadi

Menurut Prof. Drs. H.A.W. Widjaja dalam bukunya "Ilmu Komunikasi" tujuan dari komunikasi antar persona adalah:

1. Mengenali diri sendiri dan orang lain.
2. Mengetahui dunia luar
3. Menciptakan dan memelihara hubungan
4. Mengubah sikap dan prilaku
5. Bermain dan mencari hiburan
6. Membantu orang lain. (Widjaja, 2000 : 122)

2.2.7 Hambatan-Hambatan Komunikasi Antar Pribadi

Komunikasi antar persona merupakan komunikasi antara seorang individu degan individu lain, Menurut Sri Haryani dalam bukunya "Komunikasi Bisnis" beberapa hal yang menyebabkan komunikasi antar individu tidak efektif adalah:

1. Perbedaan persepsi
2. Kesalahan penyerapan pesan/informasi
3. Perbedaan bahasa
4. Kurang perhatian
5. Perbedaan kondisi emosional
6. Perbedaan latar belakang pendidikan (Haryani, 2001 : 51).

2.3 Tinjauan Mengenai Internet

2.3.1 Pengertian Internet

Internet adalah jaringan komputer yang dapat menghubungkan suatu komputer atau jaringan komputer dengan jaringan komputer lain, sehingga dapat berkomunikasi atau berbagi data tanpa melihat jenis komputer itu sendiri.

Dalam Kamus Komputer dan Teknologi Komunikasi disebutkan bahwa Internet merupakan singkatan dari *Interconnection Networking. The network of*

the networks. Diartikan sebagai *a global network of computer networks* atau sebuah jaringan komputer dalam skala global/mendunia, dimana di dalamnya terdapat berbagai sumber daya informasi dari mulai yang statis hingga yang dinamis dan interaktif. Jaringan komputer ini berskala internasional yang dapat membuat masing-masing komputer saling berkomunikasi. *Network* ini membentuk jaringan inter-koneksi (*Inter-connected network*) yang terhubung melalui protokol TCP/IP yang berfungsi sebagai protokol pertukaran paket (*packet switching communication protocol*). Dikembangkan dan diuji coba pertama kali pada tahun 1969 oleh ARPA (*United States Department of Defense Advanced Research Projects Agency*) dalam proyek ARPAnet. Beberapa penyelidikan awal yang disumbang oleh ARPANET termasuk kaedah rangkaian tanpa-pusat (*decentralised network*), teori *queueing*, dan kaedah pertukaran paket (*packet switching*).

Tujuan awal dibangunnya proyek itu adalah untuk keperluan militer dengan menghubungkan komputer di daerah-daerah vital untuk mengatasi masalah bila terjadi serangan nuklir dan untuk menghindari terjadinya informasi terpusat, yang apabila terjadi perang dapat mudah dihancurkan.

2.3.2 Fungsi Internet

Quarterman dan Mitchell membagi kegunaan internet dalam empat kategori, yaitu:

1. **Internet sebagai media komunikasi,** merupakan fungsi internet yang paling banyak digunakan dimana setiap pengguna internet dapat berkomunikasi dengan pengguna lainnya dari seluruh dunia.

2. **Media pertukaran data**, dengan menggunakan *email, newsgroup, ftp* dan www (*world wide web* - jaringan situs-situs web) para pengguna internet di seluruh dunia dapat saling bertukar informasi dengan cepat dan murah.
3. **Media untuk mencari informasi atau data**, perkembangan internet yang pesat, menjadikan www sebagai salah satu sumber informasi yang penting dan akurat.
4. **Fungsi komunitas**, internet membentuk masyarakat baru yang beranggotakan para pengguna internet dari seluruh dunia. Dalam komunitas ini pengguna internet dapat berkomunikasi, mencari informasi, berbelanja, melakukan transaksi bisnis, dan sebagainya. Karena sifat internet yang mirip dengan dunia kita sehari-hari, maka internet sering disebut sebagai *cyberspace* atau *virtual world* (dunia maya). [1]

Keanggotaan Internet tidak mengenal batas negara, ras, kelas ekonomi, ideologi atau faktor-faktor lain yang biasanya dapat menghambat pertukaran pikiran. Internet adalah suatu komunitas dunia yang sifatnya sangat demokratis serta memiliki kode etik yang dihormati segenap anggotanya. Manfaat Internet terutama diperoleh melalui kerjasama antar pribadi atau kelompok tanpa mengenal batas jarak dan waktu.

[1] http://www.scribd.com/doc/53141529/12-BAB-II

2.3.3 Bagian-Bagian Internet

2.3.3.1 Web Site atau Situs

2.3.3.1.1 Pengertian Web Site atau Situs

Situs dapat diartikan sebagai kumpulan halaman-halaman yang digunakan untuk menampilkan informasi, gambar gerak, suara, dan atau gabungan dari semuanya itu baik yang bersifat statis maupun dinamis yang membentuk satu rangkaian bangunan yang saling terkait dimana masing-masing dihubungkan dengan link-link. (Budhi Irawan, 2005 : 4)

2.3.3.1.2 Unsur-unsur Web Site atau Situs

Untuk membangun situs diperlukan beberapa unsur yang harus ada agar situs dapat berjalan dengan baik dan sesuai yang diharapkan. Unsur-unsur yang harus ada dalam situs antara lain:

a. *Domain Name*

Atau nama domain adalah alamat permanen situs di dunia internet yang digunakan untuk mengidentifikasi sebuah situs atau dengan kata lain domain name adalah alamat yang digunakan untuk menemukan situs kita pada dunia internet. Istilah yang umum digunakan adalah URL.

Berikut beberapa nama domain yang sering digunakan dan tersedia di internet:

1. Generic Domains (gTLDs)

Merupakan *domain name* yang berakhiran dengan .com, .net, .org, .edu, .mil, atau .gov.

Jenis domain ini sering juga disebut *top level domain* dan *domain* ini tidak berafiliasi berdasarkan negara, sehingga siapapun dapat mendaftar.

- .com : merupakan top level domain yang ditujukan untuk kebutuhan "commercial".
- .edu : merupakan domain yang ditujukan untuk kebutuhan dunia pendidikan (education)
- .gov : merupakan domain untuk pemerintahan (government)
- .mil : merupakan domain untuk kebutuhan angkatan bersenjata (military)
- .org : domain untuk organisasi atau lembaga non profit (Organization).

2. Country-Specific Domains (ccTLDs)

Yaitu domain yang berkaitan dengan dua huruf ekstensi, dan sering juga disebut *second level domain*, seperti .id (Indonesia), .au (Australia), .jp (Jepang) dan lain lain. Domain ini dioperasikan dan di daftarkan di masing-masing negara. Di Indonesia, domain-domain ini berakhiran, .co.id, .ac.id, .go.id, .mil.id, .or.id, dan pada akhir-akhir ini ditambah dengan war.net.id, .mil.id, dan web.id. Penggunaan dari masing-masing akhiran tersebut berbeda tergantung pengguna dan pengunaannya, antara lain:

- .co.id : untuk Badan Usaha yang mempunyai badan hukum sah
- .ac.id : untuk Lembaga Pendidikan
- .go.id : khusus untuk Lembaga Pemerintahan Republik Indonesia
- .mil.id : khusus untuk Lembaga Militer Republik Indonesia

- .or.id : untuk segala macam organisasi yang tidak termasuk dalam kategori "ac.id", "co.id", "go.id", "mil.id", dan lain – lain
- .war.net.id : untuk industri warung internet di Indonesia
- .sch.id : khusus untuk Lembaga Pendidikan yang menyelenggarakan pendidikan seperti SD, SMP dan atau SMU
- .web.id : ditujukan bagi badan usaha, organisasi ataupun perseorangan yang melakukan kegiatannya di World Wide Web.

Nama domain dari tiap-tiap situs di seluruh dunia tidak ada yang sama sehingga tidak ada satupun situs yang akan dijumpai tertukar nama atau tertukar halaman situsnya. Untuk memperoleh nama dilakukan penyewaan domain, biasanya dalam jangka tertentu (tahunan).

b. Hosting

Hosting dapat diartikan sebagai ruangan yang terdapat dalam *harddisk* tempat menyimpan berbagai dokumen *web* (html, *database*, *audio*, *video*, dsb) yang akan ditampilkan di *homepage*/situs web yang dapat dikunjungi dari seluruh dunia. Besarnya data yang bisa dimasukkan tergantung dari besarnya *hosting* yang disewa/dimiliki, semakin besar *hosting* semakin besar pula data yang dapat dimasukkan dan ditampilkan dalam situs.

Hosting juga diperoleh dengan menyewa. Besarnya hosting ditentukan ruangan *harddisk* dengan ukuran MB (*Mega Byte*) atau GB (*Giga Byte*). Lama penyewaan hosting rata-rata dihitung per tahun.

Penyewaan *hosting* dilakukan dari perusahaan-perusahaan penyewa *web hosting* yang banyak dijumpai baik di Indonesia maupun luar negeri.

c. *Scripts*/Bahasa Program

Scripts atau bahasa program adalah bahasa yang digunakan untuk menerjemahkan setiap perintah dalam situs pada saat diakses. Jenis *scripts* sangat menentukan statis, dinamis atau interaktifnya sebuah situs. Semakin banyak ragam *scripts* yang digunakan maka situs akan terlihat semakin dinamis, interaktif, serta terlihat bagus. Bagusnya situs dapat terlihat dengan tanggapan pengunjung serta frekuensi kunjungan.

Beragam *scripts* saat ini telah hadir untuk mendukung kualitas situs. Jenis-jenis *scripts* yang banyak dipakai para *designer* antara lain HTML, ASP, PHP, JSP, Java Scripts, Java Applets, dsb. Bahasa dasar yang dipakai oleh setiap situs adalah HTML sedangkan ASP dan lainnya merupakan bahasa pendukung yang bertindak sebagai pengatur dinamis dan interaktifnya sebuah situs.

Scripts ASP, PHP, JSP atau lainnya bisa dibuat sendiri, bisa juga dibeli dari para penjual *scripts* yang biasanya berada di luar negeri. Harga Scripts rata-rata sangat mahal, biasanya mencapai puluhan juta karena membuatnya cukup sulit. *Scripts* ini biasanya digunakan untuk membangun portal berita, artikel, forum diskusi, buku tamu, anggota organisasi, *email*, *mailing list* dan lain sebagainya yang memerlukan *update* setiap saat.

d. Design Web

Setelah melakukan penyewaan domain dan hosting serta penguasaan *scripts*, unsur situs yang paling penting dan utama adalah *design*. *Design web* sangat menentukan kualitas dan keindahan situs. *Design* sangat berpengaruh kepada penilaian pengunjung akan bagus tidaknya sebuah *website*.

Untuk membuat situs biasanya dapat dilakukan sendiri atau menyewa jasa *web designer*. Saat ini sangat banyak jasa *web designer*, terutama di kota-kota besar. Kualitas situs sangat ditentukan oleh kualitas *designer*.

Semakin banyak penguasaan *web designer* tentang beragam program/*software* pendukung pembuatan situs maka akan dihasilkan situs yang semakin berkualitas, demikian pula sebaliknya. Jasa *web designer* ini yang umumnya memerlukan biaya yang tertinggi dari seluruh biaya pembangunan situs dan semuanya itu tergantung kualitas *designer*.

e. Publikasi

Keberadaan situs tidak ada gunanya tanpa dikunjungi atau dikenal oleh masyarakat atau pengunjung internet. Karena efektif tidaknya situs sangat tergantung dari besarnya pengunjung dan komentar yang masuk.

Untuk mengenalkan situs kepada masyarakat dimerlukan apa yang disebut dengan publikasi atau promosi. Publikasi situs di masyarakat dapat dilakukan dengan berbagai cara seperti dengan pamflet-pamflet, selebaran, baliho, dan lain sebagainya namun cara ini bisa dikatakan

masih kurang efektif dan sangat terbatas. Cara yang biasanya dilakukan dan paling efektif tanpa terbatas ruang atau waktu adalah publikasi langsung di internet melalui *search engine* (mesin pencari, seperti: Yahoo, Google, Search Indonesia, dsb).

Cara publikasi di *search engine* ada yang gratis dan ada pula yang membayar. Yang gratis biasanya terbatas dan cukup lama untuk bisa masuk dan dikenali di *search engine* terkenal seperti Yahoo atau Google. Namun sebenarnya cara efektif dalam publikasi adalah dengan membayar, walaupun harus mengeluarkan biaya tetapi situs cepat masuk ke *search engine* dan dikenal oleh pengunjung.

2.4 Tinjauan Mengenai Game Online

2.4.1 Pengertian Game Online

Game Online atau sering disebut *Online Games* adalah sebuah permainan (*games*) yang dimainkan di dalam suatu jaringan (baik LAN maupun Internet). Perkembangan *game online* tidak lepas dari perkembangan teknologi komputer dan jaringan komputer itu sendiri. Meledaknya *game online* sendiri merupakan cerminan dari pesatnya jaringan komputer yang dahulunya berskala kecil (*small local network*) sampai menjadi internet dan terus berkembang sampai sekarang. *Game Online* saat ini tidaklah sama seperti ketika diperkenalkan untuk pertama kalinya. Pada saat muncul pertama kalinya tahun 1960, komputer hanya bisa dipakai untuk 2 orang saja untuk bermain *game*. Lalu munculah komputer dengan kemampuan *time-sharing* sehingga pemain yang bisa memainkan *game* tersebut

bisa lebih banyak dan tidak harus berada di suatu ruangan yang sama (*Multiplayer Games*).

Lalu pada tahun 1970 ketika muncul jaringan komputer berbasis paket (*packet based computer networking*), jaringan komputer tidak hanya sebatas LAN saja tetapi sudah mencakup WAN dan menjadi Internet. *Game online* pertama kali muncul kebanyakan adalah *game-game* simulasi perang ataupun pesawat yang dipakai untuk kepentingan militer yang akhirnya dilepas lalu dikomersialkan. *Game-game* ini kemudian menginspirasi *game-game* yang lain muncul dan berkembang.[2]

Menurut Ligagame Indonesia (ligagames.com), *game online* muncul diIndonesia pada tahun 2001, dimulai dengan masuknya *Nexia Online*. *Game online* yang beredar di Indonesia sendiri cukup beragam, mulai dari yang ber-*genre action*, *sport*, maupun RPG (*role-playing game*). Tercatat lebih dari 20 judul *game online* yang beredar di Indonesia. Ini menandakan betapa besarnya antusiasme para *gamer*s di Indonesia dan juga besarnya pangsa pasar *games* di Indonesia.[3]

2.4.2 Tipe-tipe *Game Online*

2.4.2.1 Berdasarkan jenis permainan

Berdasarkan jenis-jenis permainannya, berikut ini adalah beberapa tipe *game online* antara lain:

- ***First Person Shooter*** **(FPS)**, sesuai namanya *game* ini mengambil pandangan orang pertama pada *game*-nya sehingga seolah-olah kita sendiri

[2] http://www.scribd.com/doc/68479491/5/Pengertian-Game-dan-Game-Online
[3] http://www.scribd.com/doc/19462631/gameonline

yang berada dalam *game* tersebut, kebanyakan *game* ini mengambil *setting* peperangan dengan senjata-senjata militer (di indonesia *game* jenis ini sering disebut game tembak-tembakan). Contoh *game genre* ini antara lain *Duke Nukem 3D, Quake, Blood, Unreal, Unreal Tournament, Half-Life, Counter-Strike, Perfect Dark, Time Splitters, Call of Duty, System Shock, GoldenEye 007* dan *Point Blank*.

- ***Real-Time Strategy* (RTS)**, adalah *genre* suatu permainan komputer yang memiliki ciri khas berupa permainan perang yang tiap pemainnya memiliki suatu negara, Negara tersebut di kelola dalam hal pengumpulan sumber daya (alam, manusia, ekonomi), pengaturan strategi pasukan-pasukan tempur, diplomasi dengan negara tetanga, peningkatan ekonomi, pengembangan keyakinan, pengembangan pendidikan dari negara primitif menuju peradaban modern. RTS dibedakan dari *turn-based strategy* dimana dalam RTS permainan tidak mengenal giliran. Setiap pemain dapat mengatur/memerintah pasukannya dalam waktu apapun. Dalam RTS, tema permainan dapat berupa sejarah (misalnya seri *Age of Empires*), fantasi (misalnya *Warcraft*) dan fiksi ilmiah (misalnya *Star Wars*). *Age of Empires, Rise of Nations, Stronghold, Warcraft*.
- ***Role Playing Game* (RPG)** adalah sebuah permainan yang para pemainnya memainkan peran tokoh-tokoh khayalan dan berkolaborasi untuk merajut sebuah cerita bersama. Para pemain memilih aksi tokok-tokoh mereka berdasarkan karakteristik tokoh tersebut, dan keberhasilan aksi mereka tergantung dari sistem peraturan permainan yang telah ditentukan. Asal tetap

mengikuti peraturan yang ditetapkan, para pemain bisa berimprovisasi membentuk arah dan hasil akhir permainan ini. Dalam sebuah permainan RPG, jarang ada yang "kalah" atau "menang". Ini membuat permainan RPG berbeda dari jenis permainan papan lainnya seperti Monopoli atau Ular Tangga, permainan kartu, olah raga, dan permainan lainnya. Seperti sebuah novel atau film, permainan RPG mempunyai daya tarik karena permainan-permainan ini mengajak para pemain untuk menggunakan imajinasi mereka. RPG biasa lebih mengarah ke kolaborasi sosial daripada kompetisi. Pada umumnya dalam RPG, para pemain tergabung dalam satu kelompok. Permainan RPG rata-rata dimainkan seperti sebuah drama radio: ketika seorang pemain "berbicara", dia berbicara sebagai tokohnya dan ketika si pemain ingin tokohnya melakukan sesuatu yang fisik (seperti menyerang sebuah monster atau membuka sebuah gembok) dia harus menggambarkannya secara lisan. Ada pula sejenis permainan RPG di mana para pemain bisa melakukan gerakan fisik tokohnya oleh si pemain sendiri. Ini disebut *Live-Action Role-playing* atau LARP. Dalam permainan LARP, biasanya para pemain memakai kostum dan menggunakan alat-alat yang sesuai dengan tokoh, dunia dan cerita yang dia mainkan. Adapun istilah lainnya adalah MMORPG (*Massively multiplayer online role-playing game*) adalah permainan *role-playing game* (RPG) yang melibatkan ribuan pemain untuk bermain bersama dalam dunia maya yang terus berkembang pada saat yang sama melalui media internet dan jaringan. Contoh dari *genre*

permainan ini *World of Warcraft*, *The Lord of the Rings Online*: *Shadows of Angmar*, *Final Fantasy*, *Ragnarok*, *DOTTA*, *FlyFF* dan *Atlantica*.

- ***Life Simulation Games*** adalah Permainan simulasi kehidupan ini meliputi kegiatan individu dalam sebuah tokoh karakter. Dalam memainakan tokoh karakter tersebut pemain bertanggung jawab atas inteligen serta kemampuan fisik dari tokohnya tersebut. Tokoh karakter tersebut memerlukan kebutuhan layaknya manusia seperti kegiatan belajar, bekerja, belanja, bersosialisasi, memelihara hewan, memelihara lingkungan dan lain-lain. Lawan mainnya bisa berupa pemain lain yang memainkan karakter sebagai tetangga maupun komputer dengan kecerdasan buatan tingkat tinggi. Contohnya adalah *SimLife*, *Second Life*.
- ***Cross-Platform Online***, merupakan *game* yang dapat dimainkan secara *online* dengan hardware yang berbeda misalnya saja *need for speed undercover* dapat dimainkan secara *online* dari PC maupun Xbox 360 (Xbox 360 merupakan *hardware*/*console game* yang memiliki konektivitas ke internet sehingga dapat bermain secara *online*).
- ***Browser Games***, merupakan *game* yang dimainkan pada *browser* seperti *Firefox*, *Opera*, IE. Syarat dimana sebuah *browser* dapat memainkan *game* ini adalah *browser* sudah mendukung *javascript*, php, maupun *flash*.
- ***Massive Multiplayer Online Games***, adalah *game* dimana pemain bermain dalam dunia yang skalanya besar (>100 pemain), setiap pemain dapat berinteraksi langsung seperti halnya dunia nyata.

2.4.2.2 Berdasarkan Grafis

Bedasarkan teknologi grafisnya, *game online* dapat dibedakan menjadi:

- 2 Dimensi, *game* yang mengadopsi teknologi ini rata-rata *game* yang termasuk ringan, tidak membebani *system*. Tetapi *game* dengan kualitas gambar 2D tidak enak dilihat apabila dibandingkan dengan *game* 3D sehingga rata-rata *game online* sekarang mengadopsi teknologi 2,5D yaitu dimana karakter yang dimainkan masih berupa 2D akan tetapi lingkungannya sudah mengadopsi 3D.
- 3 Dimensi, *game* bertipe 3 dimensi merupakan *game* dengan grafis yang baik dalam penggambaran secara realita, kebanyakan *game-game* ini memiliki perpindahan kamera (*angle*) hingga 360 derajat sehingga kita bisa melihat secara keseluruhan dunia *games* tersebut. Akan tetapi game 3D meminta spesifikasi komputer yang lumayan tinggi agar tampilan 3 Dimensi game tersebut dapat ditampilkan secara sempurna.

2.4.2.3 Berdasarkan Cara Pembayaran

Maksud dari cara pembayaran ini adalah bagaimana perusahaan *game online* mendapatkan uang dari *games* yang diproduksinya. Bedasarkan kategori ini *games online* dapat dibedakan menjadi 2 yaitu:

- Pay Per Item, *game* yang berada pada kategori ini merupakan *game* yang bisa diinstall atau dimainkan secara gratis, dan *game* ini biasanya mengenakan biaya pada pemainnya apabila pemainnya ingin cepat menaikkan level atau membeli barang (*item*) langka yang tidak pernah dijumpai pada permainan. Jenis *game* seperti ini yang paling sering dijumpai

di Indonesia. Contoh: *Gunbound*, *Ragnarok*, *Ghost Online*, *Lost Saga*, *Point Blank* dll.

- Pay Per Play, *game* ini harus dibeli dan diinstal secara legal karena pada saat diinstal *game* terebut akan mendaftarkan pemain ke internet langsung dan apabila yang diinstal adalah program bajakan maka secara otomatis *system* akan memblokirnya. Contoh: *War of Warcraft*, dll.[4]

2.5 Tinjauan Mengenai Komunitas Virtual

2.5.1 Pengertian Komunitas

Istilah kata Komunitas berasal dari bahasa Latin *communitas* yang berasal dari kata dasar *communis* yang artinya masyarakat, publik atau banyak orang. Wikipedia bahasa Indonesia menjelaskan pengertian komunitas sebagai sebuah kelompok sosial dari beberapa organisme yang berbagi lingkungan, umumnya memiliki ketertarikan dan habitat yang sama. Dalam komunitas manusia, individu-individu di dalamnya dapat memiliki maksud, kepercayaan, sumber daya, preferensi, kebutuhan, risiko dan sejumlah kondisi lain yang serupa. Soenarno (2002), Definisi Komunitas adalah sebuah identifikasi dan interaksi sosial yang dibangun dengan berbagai dimensi kebutuhan fungsional. Menurut Kertajaya Hermawan (2008), Komunitas adalah sekelompok orang yang saling peduli satu sama lain lebih dari yang seharusnya, dimana dalam sebuah komunitas terjadi relasi pribadi yang erat antar para anggota komunitas tersebut karena adanya kesamaan interest atau values. [5]

---

[4] http://geghans.blogspot.com/2010/02/jenis-jenis-atau-genre-games-online.html

[5] http://www.untukku.com/artikel-untukku/pengertian-komunitas-untukku.html

2.5.2 Pengertian Virtual (Realitas Virtual)

Realiatas Virtual merupakan satu teknologi yang membuat pengguna dapat berinteraksi dengan suatu lingkungan yang disimulasikan oleh komputer (*computer-simulated environment*). Lingkungan maya bisa dikatakan sebagai satu lingkungan nyata atau juga bisa disebut sebagai lingkungan imajenasi saja, hal ini tergantung ketika manusia berinteraksi di dunia maya (Internet).

Ketika seseorang bermain *game online* menandakan seseorang tersebut sedang berinteraksi dengan realitas maya yang disusun oleh skematisasi *pach-pach game* (alur cerita game), lain halnya ketika seseorang berbagi pengalaman tentang satu permainan dengan orang lain melalui layanan *milist, chating* ataupun forum, itu menandakan interaksi secara nyata, tetapi melalui internet dengan realitas mayanya sebagai satu kesatuan jejaring yang menghubungkan satu individu dengan individu lain untuk berinteraksi.

2.5.3 Pengertian Komunitas Virtual

Komunitas virtual muncul didalam ruang media berbasiskan komputer dimana aktivitas dan interaksi antar para anggota komunitas menggunakan teknologi informasi dan komunikasi. Komunitas virtual berguna untuk mengumpulkan orang-orang yang memiliki minat yang sama dan mereka dapat berdialog lewat *discussionboard* dan juga lewat *mailinglist* dan dialog mereka dapat disimpan untuk kemudian dapat dipelajari kembali.

Layanan ini diciptakan untuk saling berkomunikasi di antara para pengguna internet dengan menggunakan teknologi yang mengguakan *platform internet*.

Walaupun begitu, saat internet populer di kalangan awam, yaitu sejak munculnya *http* sebagai landasan *website*, masyarakat baru sekedar menggunakan internet untuk mencari berita atau komunikasi melalui *e-mail*. Namun segera setelah itu, komunitas virtual yang terdiri dari pengguna awam juga mulai terbentuk. Komunitas virtual bisa berupa *mailing list*, *newsgroup* atau *bulletin board*. Jika dalam *game online point blank* komunitas virtual ini disebut *clan*.

Fenomena pembentukan komunitas virtual tanpa disadari sebagai satu proses pembentukan nilai-nilai baru dalam masyarakat, yang dulunya dikenal sebagai makhluk sosial, kini mendapatkan satu predikat baru sebagai satu kesatuan masyarakat informasi *(society information)*.

Dalam KTT Masyarakat Informasi atau *World Summit of The Information Society* (WSIS) yang diadakan di Geneva-Swiss pada bulan Desember 2003, para pemimpin dunia menyatakan bahwa masyarakat informasi atau *information society* adalah:

"Our common desire and commitment to build a people-centred, inclusive and development-oriented Information Society, where everyone can create, access, utilize and share information and knowledge, enabling individuals, communities and peoples to achieve their full potential in promoting their sustainable development and improving their quality of life, premised on the purposes and principles of the Charter of the United Nations and respecting fully and upholding the Universal Declaration of Human Rights. (Masyarakat Informasi yang berpusat pada masyarakat, inklusif, dan berorientasi pada pembangunan, adalah dimana setiap orang dapat membuat, mengakses,

memanfaatkan, dan berbagi informasi serta pengetahuan, yang memungkinkan setiap individu, komunitas, dan masyarakat untuk mencapai potensi mereka dalam rangka mengembangkan pembangunan yang terus terpelihara dan mengembangkan kualitas hidup mereka, sebagaimana yang telah di deklarasikan di dalam tujuan dan prinsip-prinsip dari Piagam PBB, dan menghormati secara penuh serta menguatkan Deklarasi Universal Hak Asasi Manusia)." (http://www.hdn.or.id)