BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

2.1. Tinjauan Tentang Komunikasi

2.1.1. Definisi Komunikasi

Komunikasi adalah salah satu kebutuhan manusia, yang sangat mendasar. Seperti halnya, makan dan minuman, manusia, membutuhkan komunikasi untuk kelangsungan hidupnya. Komunikasi diibaratkan seperti detak janung, keberadaannya, amat penting bagi kehidupan manusia, namun kita sering melupakan betapa besar peranannya.

Sejak lahir manusia, telah melakukan komunikasi, dimulai dengan tangis bayi pertama merupakan ungkapan perasaannya untuk memulai membina, komunikasi dengan ibunya. Semakin dewasa manusia, maka semakin rumit komunikasi yang dilakukannya. Dimana. komunikasi yang dilakukan tersebut dapat berjalan lancar apabila terdapat persamaan makna antara dua pihak yang terlibat. Hal ini sesuai dengan pengertian dari komunikasi itu sendiri yaitu :

> "Istilah komunikasi berasal dari perkataan bahasa, Inggris "*Communication*" yang menurut Wilbur Schramm bersumber pada istilah latin "*Communis*" yang dalam bahasa Indonesia berarti "sama" dan menurut Sir Gerald Barry yaitu "*Communicar*e" yang berarti berercakap-cakap". Jika kita berkomunikasi, berarti kita mengadakan

"kesamaan, dalam hal ini kesamaan pengertian atau makna. (Effendy, 1991:1).

Komunikasi mempunyai peranan penting bagi kehidupan manusia, hampir 90% dari kegiatan keseharian manusia dilakukan dengan berkomunikasi. Dimanapun, kapanpun, dan dalam kesadaran atau situasi macam apapun manusia selalu terjebak dengan komunikasi. Dengan berkomunikasi manusia dapat memenuhi kebutuhan dan mencapai tujuan-tujuan hidupnya, karma berkomunikasi merupakan suatu kebutuhan manusia yang amat mendasar.

Oleh karna itu sebagai makhluk sosial manusia senantiasa ingin berhubungan dengan manusia lainnya. la ingin mengetahui lingkungan sekitarnya, Bahkan ingin mengetahui apa yang terjadi dalam dirinya. Dengan rasa ingin tabu inilah yang memaksa manusia perlu berkomunikasi.

Dari definisi diatas menjelaskan bahwa, komunikasi merupakan proses penyampaian simbol-simbol balk verbal maupun nonverbal. Rangsangan atau stimulus yang disampaikan komunikator akan mendapat respon dari komunikan selama keduannya memiliki manna yang sama terhadap pesan yang disampaikan Jika disimpulkan maka komunikasi adalah suatu proses, pembentukan, penyampaian, penerimaan, dan pengolahan pesan yang terjadi di dalam seseorang dan atau di antara dua orang atau lebih dengan tujuan tertentu sebagaimana diharapkan oleh komunikator.

2.1.2. Unsur-unsur komunikasi

Komumikasi akan terjadi bila telah memenuhi unsur-unsur yang terdapat didalamnya. Artinya, komunikasi hanya bisa terjadi kalau didukung oleh adanya sumber, pesan, media, penerima, dan efek. Unsur-unsur ini bisa juga disebut komponen atau elemen komunikasi. Untuk melihat unsur-unsur komunikasi berikut beberapa unsur komunikasi menurut Cangara:

1. **Sumber**

   Semua peristiwa komunikasi akan melibatkan sumber sebagai pembuat atau pengirim informasi. Sumber sering disebut pengirim, komunikator atau dalam bahasa inggrisnya disebut *source*, *sender*, atau *encoder*.

2. **Pesan**

   Pesan yang dimaksud dalam proses komunikasi adalah sesuatu yang disampaikan pengirim kepada penerima. Isi pesan bisa berupa ilmu pengetahuan, hiburan, informasi, nasihat atau proganda. Dalam istilah asing pesan diterjemahkan dengan kata *message*, *content*, atau *information.*

3. **Media**

   Media ialah slat yang digunakan untuk memindahkan pesan dari sumber kepada penerima. Selman atau media komunikasi terbagi atas media massa dan media nir massa. Nirmassa merupakan komunikasi tatap muka sedangkan media massa menggunakan saluran yang berfungsi sebagai alat yang dapat menyampaikan pesan secara massal.

4. Penerima

Penerima adalah pihak yang menjadi sasaran pesan yang dikirim oleh sumber. Penerima bisa terdiri satu orang atau lebih, bisa dalam bentuk kelompok, partai atau negara.

5. Pengaruh

Pengaruh atau efek adalah perbedaan antara apa yang dipikirkan, dirasakan dan dilakukan oleh penerima sebelum dan sesudah menerima pesan. Pengaruh bisa diartikan perubahan atau penguatan keyakinan pada pengetahuan, sikap, dan tindakan seseorang sebagai akibat penerimaan pesan.(Cangara 4, 2004:21-25).

2.1.3 Fungsi Komunikasi

Komunikasi memiliki beberapa fungsi. Menurut Effendy ada empat fungsi utama dari kegiatan komunikasi, yaitu:

1. **Menginformasikan *(to inform)***

   Adalah memberikan informasi kepada masyarakat, memberitahukan kepada masyarakat mengenai peristiwa yang terjadi, ide atau pikiran dan tingkah laku orang lain, serta segala sesuatu yang disampaikan orang lain.

2. **Mendidik *(to educate)***

   Adalah komunikasi merupakan sarana pendidikan, dengan komunikasi manusia dapat menyampaikan ide dan pikirannya kepada orang lain sehingga orang lain mendapatkan informasi dan ilmu pengetahuan.

3. **Menghibur (to *entertain)***

   Adalah komunikasi selain berguna, untuk menyampaikan komunikasi, pendidikan, mempengaruhi juga berfungsi untuk menyampaikan hiburan atau menghibur orang lain.

4. **Mempengaruhi (to influence)**

   Adalah fungsi mempengaruhi setiap individu yang berkomunikasi, tentunya berusaha mempengaruhi jalan pikiran komunikan dan lebih jauh lagi berusaha merubah sikap dan tingkah laku komunikan sesuai dengan apa yang diharapkan.(Wendy, 1997 : 36)

2.1.4 Tujuan Komunikasi

Komunikasi memiliki tujuan. Seperti kegiatan lainnya, komunikasi memiliki tujuan atau *destination* yang ingin dicapai oleh para, pelaku komunikasi. Menurut Schramm dalam. Sendjaja (2004) menjelaskan, "Tujuan komunikasi dapat dilihat dari dua persfektif yaitu : kepentingan komunikator dan kepentingan komunikan".Tujuan komunikasi dilihat dari sudut kepentingan number atau komunikator antara lain:

1 Memberikan informasi

   Komunikasi merupakan proses 1 pesan yang didalamnya samt akan informasi. Melalui komunikasi, pecan tersebut disampaikan komunikator kepada komunikan.

2 Mendidik

   Dari sekedar memberikan informas akhirnya banyak input yang disampaikan komunikator agar komunikan menjadi lebih luas

pengetahuannya.

3 Menghibur

Seorang komunikator berkomunikasi tidak semata-mata memberikan informasi dan pengetahuan melainkan juga, menghibur perasaan komunikan. Hal ini Sering dilakukan untuk mengakrabkan ikatan emosional.

4 Menganjurkan suatu tindakan

Pesan yang disampaikan komunikator merupakan stimulus yang dapat menjadi acuan bagi komunikan. Komunikator dapat mempengaruhi komunikan melalui komunikasi

2.1.5 Pengertian Media Komunikasi

Media komunikasi adalah semua sarana yang dipergunakan untuk memproduksi, mereproduksi mendistribusikan atau menyebarkan dan menyampaikan informasi. Jenis Media Komunikasi

Berdasarkan fungsinya media komunikasi dibagi menjadi 3 yakni :

a. Fungsi Produksi, ialah media komunikasi yang berguna untuk menghasilkan informasi, contohnya adalah computer pengolah kata *word processor*.
b. Fungsi Reproduksi, ialah media komunikasi yang kegunaannya untuk memproduksi ulang dan menggandakan informasi, misalnya *audio tapes recorder* dan *videotapes*
c. Fungsi penyampaian informasi, ialah media komunikasi dipergunakan untuk menyearluaskan dan menyampaikan pesan

kepada komunikan yang menjadi sasaran. Contoh : telepon, bulletin, faksimile dsb.

Berdasarkan bentuknya media komunikasi dibagi menjadi 4 yaitu :

a. Media Cetak, ialah segala barang cetak yang dapat dipergunakan sebagai sarana penyampaian pesan, contohnya seperti surat kabar, *leaflet, brosur, bulletin* dan sebagainya.
b. Media Visual atau Media Pandang, artinya untuk menerima pesan yang disampaikan digunakan indera penglihatan, Misalnya film, televisi, lukisan, foto, pameran, dll
c. Media *Audio*, untuk menerima pesan yang disampaikan dengan menggunakan indera pendengaran, seperti radio, telepon, *tape recorder* dan sebagainya.
d. Media *Audio-Visual*, ialah media komunikasi yang dapat dilihat sekaligus ddengar. Jadi untuk dapat mengakses informasi yang disampaikan, digunakan indera penglihatan dan pendengaran sekaligus. Yang termasuk dalam jenis ini adalah tv dan film.

Berdasarkan jangkauan penyebaran informasi terbagi menjadi 2 yaitu media komunikasi eksternal dan media komunikasi internal.

A. Media Komunikasi Eksternal adalah media komunikasi yang dipergunakan untuk menjalin hubungan dan menyampaikan informasi dengan pihak-pihak yang berada di luar perkantoran. Media komunikasi eksternal yang sering digunakan antara lain :

1. Media cetak ialah media komunikasi tercetak atau tertulis dimaksudkan untuk menjangkau public eksternal seperti pemegang saham, konsumen, pelanggan, mitra kerja, dan sebagainya. Contohnya adalah mahalah perusahaan, *bulletin*, *brosur* dan *leaflet.* Media eksternal cetak ini berfunghsi sebagai : Media Penghubung, sarana menyampaikan keterangan-keterangan kepada kalayak, Media Pendidikan, Sarana membentuk opini publik, Sarana membangun citra.
2. Radio merupakan media suara yang mampu mengirimkan pesan berupa informasi lisan (suara) kepada khalayak. Beberapa perkatoran memilih memanfaatkan radio untuk menyampaikan informasi secara luas kepada khalayak sasaran. Penggunaan media radio oleh suatu perusahaan dapat dilakukan dengan mendirikan pemancar, mengisi acara pada stasiun radio, TV Kepentingan perusahaan untuk menyampaikan pesan kepada publik melalui televisi dapat ditempuh dengan memasang iklan, mengundang wartawan atau reporter televisi agar memuat berita tentang kegiatan perusahaan atau dapat pula mengajukan permohonan untuk mengisi acara
3. Telepon Sebagai media komunikasi, telepon sangat penting untuk menyampaikan dan menerima informasi lisan secara cepat dengan pihak publik eksternal

4. Surat merupakan media penyampaian informasi secara tertulis, dapat berupa surat konvensional maupun surat elektronik. Surat menyurat merupakan salah satu kegiatan penting diperusahaan. Banyak informasi yang keluar masuk perusahaan melalui media surat, karena surat merupakan media komunikasi yang efektif apabila yang terkait tidak dapat berhubungan secara langsung atau lisan. InternetMerupakan media komunikasi berbasis komputer teknlogi informasi. Internet banyak dipilih oleh perusahaan guna menjalin kemampulan dalam menjangkau khalayak.

   Keunggulan media komunikasi internet adalah:

   - Mudah, cepat dan murah dengan jangkauan dunia
   - Tidak ada birokrasi baik secara teknis maupun non teknis
   - Tersebar di berbagai pelosok kota

B. Media Komunikasi Internal adalah semua sarana penyampaian dan penerimaan informasi di kalangan publik internal perusahaan, dan biasanya bersifat non komersial. Penerima maupun pengirim informasi adalah orang dalam atau orang dalam tau public internal, terdiri atas pimpinan, angota, pegawai, maupun unit-unit kertja yang ada di dalam perusahaan tersebut, Jenis media yang dipergunakan secara internal ini antara lain :

   1. Telepon
   2. Surat
   3. Papan pengumuman

4. *House Journal* Bentuknya dapat berupa majalah bulanan, profil perusahaan, *prospectus*, bulletin dan tabloid.
5. Printed material Media komunikasi dan publikasi berupa barang-barang cetakan seperti booklet, pamlet, kop surat, logo, kartu nama dan memo.
6. Media pertemuan dan pembicaraan.

2.2 Tinjauan Tentang Internet

2.2.1 Pengertian Internet

Internet dapat diartikan sebagai jaringan komputer luas dan besar yang mendunia, yaitu menghubungkan pemakai komputer dari suatu negara ke negara lain di seluruh dunia, dimana di dalamnya terdapat berbagai sumber daya informasi dari mulai yang statis hingga yang dinamis dan interaktif.

Secara harfiah, internet (kependekan dari *interconnected-networking*) ialah rangkaian komputer yang terhubung di dalam beberapa rangkaian. Manakala Internet (huruf 'I' besar) ialah sistem komputer umum, yang berhubung secara global dan menggunakan TCP/IP sebagai protokol pertukaran paket (*packet switching communication protocol*). Rangkaian internet yang terbesar dinamakan Internet. Cara menghubungkan rangkaian dengan kaedah ini dinamakan *internetworking*.

(http://id.wikipedia.org/wiki/Internet)

2.2.2 Sejarah internet

Sejarah internet dimulai pada 1969 ketika Departemen Pertahanan Amerika, U.S. *Defense Advanced Research Projects Agency* (DARPA)

memutuskan untuk mengadakan riset tentang bagaimana caranya menghubungkan sejumlah komputer sehingga membentuk jaringan organik. Program riset ini dikenal dengan nama ARPANET. Pada 1970, sudah lebih dari 10 komputer yang berhasil dihubungkan satu sama lain sehingga mereka bisa saling berkomunikasi dan membentuk sebuah jaringan.

Tahun 1972, Roy Tomlinson berhasil menyempurnakan program *e-mail* yang ia ciptakan setahun yang lalu untuk ARPANET. Program *e-mail* ini begitu mudah sehingga langsung menjadi populer. Pada tahun yang sama, icon @ juga diperkenalkan sebagai lambang penting yang menunjukkan "at" atau "pada". Tahun 1973, jaringan komputer ARPANET mulai dikembangkan ke luar Amerika Serikat. Komputer *University College* di London merupakan komputer pertama yang ada di luar Amerika yang menjadi anggota jaringan Arpanet. Pada tahun yang sama, dua orang ahli komputer yakni Vinton Cerf dan Bob Kahn mempresentasikan sebuah gagasan yang lebih besar, yang menjadi cikal bakal pemikiran internet. Ide ini dipresentasikan untuk pertama kalinya di Universitas Sussex.

Hari bersejarah berikutnya adalah tanggal 26 Maret 1976, ketika Ratu Inggris berhasil mengirimkan e-mail dari Royal Signals and Radar Establishment di Malvern. Setahun kemudian, sudah lebih dari 100 komputer yang bergabung di ARPANET membentuk sebuah jaringan atau *network*. Pada 1979, Tom Truscott, Jim Ellis dan Steve Bellovin, menciptakan newsgroups pertama yang diberi nama USENET. Tahun 1981 France Telecom menciptakan gebrakan dengan meluncurkan telpon televisi

pertama, dimana orang bisa saling menelpon sambil berhubungan dengan *video link.*

Karena komputer yang membentuk jaringan semakin hari semakin banyak, maka dibutuhkan sebuah protokol resmi yang diakui oleh semua jaringan. Pada tahun 1982 dibentuk *Transmission Control Protocol* atau TCP dan *Internet Protokol* atau IP yang kita kenal semua. Sementara itu di Eropa muncul jaringan komputer tandingan yang dikenal dengan Eunet, yang menyediakan jasa jaringan komputer di negara-negara Belanda, Inggris, Denmark dan Swedia. Jaringan Eunet menyediakan jasa e-mail dan newsgroup USENET.

Untuk menyeragamkan alamat di jaringan komputer yang ada, maka pada tahun 1984 diperkenalkan sistem nama domain, yang kini kita kenal dengan DNS atau *Domain Name System*. Komputer yang tersambung dengan jaringan yang ada sudah melebihi 1000 komputer lebih. Pada 1987 jumlah komputer yang tersambung ke jaringan melonjak 10 kali lipat menjadi 10.000 lebih.

Tahun 1988, Jarko Oikarinen dari Finland menemukan dan sekaligus memperkenalkan IRC atau *Internet Relay Chat*. Setahun kemudian, jumlah komputer yang saling berhubungan kembali melonjak 10 kali lipat dalam setahun. Tak kurang dari 100.000 komputer kini membentuk sebuah jaringan. Tahun 1990 adalah tahun yang paling bersejarah, ketika Tim Berners Lee menemukan program *editor* dan *browser* yang bisa menjelajah

antara satu komputer dengan komputer yang lainnya, yang membentuk jaringan itu. Program inilah yang disebut www, atau Worl Wide Web.

Tahun 1992, komputer yang saling tersambung membentuk jaringan sudah melampaui sejuta komputer, dan di tahun yang sama muncul istilah surfing the internet. Tahun 1994, situs internet telah tumbuh menjadi 3000 alamat halaman, dan untuk pertama kalinya virtual-shopping atau e-retail muncul di internet. Dunia langsung berubah. Di tahun yang sama Yahoo! didirikan, yang juga sekaligus kelahiran Netscape Navigator 1.0.

Satu hal yang paling menarik ialah 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. Untuk lebih meningkatkan kualitas sumber daya manusia di Indonesia, sudah waktunya para profesional Indonesia memanfaatkan jaringan internet dan menjadi bagian dari masyarakat informasi dunia.

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*.

2.2.3 Manfaat Internet

Secara umum ada banyak manfaat yang dapat diperoleh apabila seseorang mempunyai akses ke internet. Berikut ini sebagian dari apa yang tersedia di internet: (1) Informasi untuk kehidupan pribadi : kesehatan, rekreasi, hobby, pengembangan pribadi, rohani, sosial. (2) Informasi untuk kehidupan profesional/pekerja : sains, teknologi, perdagangan, saham, komoditas, berita bisnis, asosiasi profesi, asosiasi bisnis, berbagai forum komunikasi.

Satu hal yang paling menarik ialah 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. Untuk lebih meningkatkan kualitas sumber daya manusia di Indonesia, sudah waktunya para profesional Indonesia memanfaatkan jaringan internet dan menjadi bagian dari masyarakat informasi dunia.

2.2.4 Fasilitas /Layanan Internet

1. *Browsing/Surfing*

Browsing adalah Sebuah layanan pada internet yang berfungsi untuk menampilkan suatu situs/website guna mencari suatu informasi.

Program yang digunakan untuk *browsing/surfing* adalah Internet Explorer, Mozilla Firefox, Opera, Netscape Navigator.

Untuk melakukan *browsing* harus mengetik alamat *website* pada *address*. Misalnya : www.detik.com, www.rotten. com, www.invir.com, www.puspendik.com, www.plasa.com, www.geocities.com, www.yahoo.com

2. *Email (Electronic Mail)*

Sebuah layanan untuk pengiriman surat elektronik. Untuk mengirim *email* kita harus mempunyai *email* (*mailbox*). Untuk membuat *mailbox* melalui website tertentu yang menyediakan layanan tersebut.

Yahoo.com, plasa.com, telkom.net, doramail.com, dll.

3. Mailing List

Sering disebut dengan milis, yaitu layanan internet sebagai pengembangan dari email yang difungsikan untuk berdiskusi. Melalui milis kita dapat menyampaikan pengumuman seperti lomba pidato, *olimpiade math, science*, artikel menarik, dll.

Setiap *email* yang dikirim akan disampaikan kepada seluruh anggota sehingga mendapatkan informasi.

Untuk mendapatkan layanan milis kita dapat memanfaatkan fasilitas yang disediakan oleh www.yahoogroups.com

4. *Chatting*

Adalah fasilitas yang digunakan untuk melakukan perbincangan atau bercakap-cakap melalui internet menggunakan teks atau sering disebut dengan *chatting*.

5. Newsgroup

Adalah aplikasi internet yang berfungsi untuk berkomunikasi antara satu dgn yg lain guna membahas suatu topik dalam sebuah forum. Grup-grup akan menjadi sarana pertemuan jarak jauh secara elektronik. Contoh : diskusi tentang Indonesia alt.culture.indonesia, soc.culture.indonesia; tentang *internet alt.internet;* tentang *serial tv: alt.tv.xfile, alt.tv.xena,tentanghobi:alt.filateli.rec.collection.stamps*

6. File Transfer Protocol (FTP)

Adalah fasilitas untuk mengi rim suatu file yang disertakan melalui email. *File* yang dikirim dapat berupa *file* naskah (*word),* gambar, animasi, musik dll.

7. Teleconference

Adalah fasilitas internet yang juga digunakan untuk berbincang-bincang dengan cara yang kompleks yaitu mulai dari suara hingga gambar, shg seolah-olah kita dapat langsung berhadapan dengan lawan bicara. Fasilitas ini merupakan pengembangan dari *chatting*. Komputer yang digunakan untuk *teleconference* harus dilengkapi dengan *web camera, sound card, tv tuner*, VoIP. Fasilitas ini sangat cocok untuk melakukan rapat atau perte-muan jarak jauh karena bisa saling memandang dan mendengar secara langsung.

8. Internet Telephone

Yaitu fasilitas untuk berkomunikasi dgn suara melalui internet menggunakan pesawat telepon. Pulsa yang dibayar sama dengan pulsa

internet walapun dilakukan secara SLJJ atau SLI. *Software* yang digunakan untuk *telephone* adalah *Net2phone, buddytalk, media ring talk* dll.

9. Internet Fax

Internet juga dapat digunakan untuk mengirim faximili yang secara umum dilakukan melalui mesin faksimili. Biaya yang dibebankan adalah biaya lokal atau sama dengan internet. Fasilitas ini sangat mempermudah para sekretaris perusahaan untuk mengirim faksimili dalam jumlah yang banyak.

2.2.5 Media Online

Media sosial (online) adalah sebuah media online dimana para penggunanya bisa dengan mudah berpartisipasi, berbagi, dan menciptakan isi meliputi blog, sosial network atau jejaring sosial, wiki, forum dan dunia virtual. Blog, jejaring sosial dan wiki mungkin merupakan bentuk media sosial yang paling umum digunakan oleh masyarakat di seluruh dunia. Sementara jejaring sosial merupakan situs dimana setiap orang bisa membuat *web page* pribadi, kemudian terhubung dengan teman-teman untuk berbagi informasi dan berkomunikasi. Jejaring sosial terbesar antara lain Facebook, Myspace, dan Twitter. Jika media tradisional menggunakan media cetak dan media broadcast, maka media sosial menggunakan internet. Media sosial mengajak siapa saja yang tertarik untuk berpertisipasi dengan memberi kontribusi dan *feedback* secara terbuka, memberi komentar, serta membagi informasi dalam waktu yang cepat dan tak terbatas.

Saat teknologi internet dan *mobile phone* makin maju maka media sosial pun ikut tumbuh dengan pesat. Kini untuk mengakses facebook atau twitter misalnya, bisa dilakukan dimana saja dan kapan saja hanya dengan menggunakan sebuah *mobile phone*. Demikian cepatnya orang bisa mengakses media sosial mengakibatkan terjadinya fenomena besar terhadap arus informasi tidak hanya di negara-negara maju, tetapi juga di Indonesia. Karena kecepatannya media sosial juga mulai tampak menggantikan peranan media massa konvensional dalam menyebarkan berita-berita.

Pesatnya perkembangan media sosial kini dikarenakan semua orang seperti bisa memiliki media sendiri. Jika untuk memiliki media tradisional seperti televisi, radio, atau koran dibutuhkan modal yang besar dan tenaga kerja yang banyak, maka lain halnya dengan media. Seorang pengguna media sosial bisa mengakses menggunakan social media dengan jaringan internet bahkan yang aksesnya lambat sekalipun, tanpa biaya besar, tanpa alat mahal dan dilakukan sendiri tanpa karyawan. Kita sebagai pengguna social media dengan bebas bisa mengedit, menambahkan, memodifikasi baik tulisan, gambar, video, grafis, dan berbagai model content lainnya. Menurut Antony Mayfield dari iCrossing, media sosial adalah mengenai menjadi manusia biasa. Manusia biasa yang saling membagi ide, bekerjasama, dan berkolaborasi untuk menciptakan kreasi, berfikir, berdebat, menemukan orang yang bisa menjadi teman baik, menemukan pasangan, dan membangun sebuah komunitas. Intinya, menggunakan media sosial menjadikan kita sebagai diri sendiri. Selain kecepatan informasi yang

bisa diakses dalam hitungan detik, menjadi diri sendiri dalam media sosial adalah alasan mengapa media sosial berkembang pesat. Jika dalam kehidupan sehari-hari kita tidak bisa menyampaikan pendapat secara terbuka karena satu dan lain hal, maka tidak jika kita menggunakan media sosial. Kita bisa menulis apa saja yang kita mau atau kita bebas mengomentari apapun yang ditulis atau disajikan orang lain. Ini berarti komunikasi terjalin dua arah. Komunikasi ini kemudian menciptakan komunitas dengan cepat karena ada ketertarikan yang sama akan suatu hal.

2.2.6 Komunitas Maya

Komunitas maya diciptakan untuk saling berkomunikasi di antara para pengguna internet dengan menggunakan teknologi yang menggunakan *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 maya yang terdiri dari pengguna awam juga mulai terbentuk. Komunitas maya bisa berupa *mailing list*, *newsgroup* atau *bulletin board*.(id.wikipedia.org).

2.2.7 Mesin (situs) Pencari

Mesin pencari adalah program komputer yang dirancang untuk membantu seseorang menemukan file-file yang disimpan dalam komputer, misalnya dalam sebuah server umum di web (WWW) atau dalam komputer sendiri. Mesin pencari memungkinkan kita untuk meminta content media dengan kriteria yang spesifik (biasanya yang berisi kata atau frasa yang kita

tentukan) dan memperoleh daftar *file* yang memenuhi kriteria tersebut. Mesin pencari biasanya menggunakan indeks (yang sudah dibuat sebelumnya dan dimutakhirkan secara teratur) untuk mencari file setelah pengguna memasukkan kriteria pencarian.

Dalam konteks Internet, mesin pencari biasanya merujuk kepada WWW dan bukan protokol ataupun area lainnya. Selain itu, mesin pencari mengumpulkan data yang tersedia di *newsgroup*, database besar, atau direktori terbuka seperti DMOZ.org. Karena pengumpulan datanya dilakukan secara otomatis, mesin pencari berbeda dengan direktori Web yang dikerjakan manusia.

Sebagian besar mesin pencari dijalankan oleh perusahaan swasta yang menggunakan algoritma kepemilikan dan database tertutup - yang paling populer adalah Google (MSN Search dan Yahoo! tertinggal sedikit di belakang). Telah ada beberapa upaya menciptakan mesin pencari dengan sumber-terbuka (*open-source*), contohnya adalah Htdig, Nutch, Egothor dan Open FTS.

2.3 Tinjauan Tentang Model TAM

User acceptance dapat didefinisikan sebagai keinginan sebuah grup *user* dalam memanfaatkan Teknologi Informasi (TI) yang didesain untuk membantu pekerjaan mereka . Kurangnya *user acceptance* akan sangat berpengaruh terhadap kesuksesan sebuah Sistem Informasi (SI) yang baru. Karena itu, *user acceptance* harus dipandang sebagai faktor sentral yang akan menentukan sukses atau

tidaknya suatu proyek . Untuk memprediksi *user acceptance* dalam bidang SI, para peneliti membuat model yang dapat menggambarkan *user acceptance*.

Salah satu yang terkenal adalah model dari Davis (1989), yaitu ***Technology Acceptance Model (TAM).*** TAM memprediksi *user acceptance* terhadap teknologi apa pun berdasarkan dua faktor, *perceived usefulness* (tingkatan dimana user pecaya bahwa dengan menggunakan sistem akan meningkatkan performa mereka dalam bekerja) dan *perceived ease of use* (tingkatan dimana user percaya bahwa dengan sistem tersebut dapat digunakan dengan mudah dan bebas dari masalah). TAM sendiri merupakan evolusi dari model yang dikembangkan oleh Ajzen (1980), yaitu Theory of Reasoned Action (TRA). Seiring dengan berjalannya waktu, TAM juga mengalami perkembangan karena adanya kritikan-kritikan [3]. Salah satu kritikannya adalah bahwa TAM ternyata kurang mempunyai kekuatan untuk memprediksi *user acceptance*. Venkatesh dan Davis kemudian mengembangkan TAM asli yang kemudian menghasilkan TAM2 . Walaupun begitu, dengan banyaknya model selain TAM yang ada justru membuat para peneliti dan pengembang sistem kebingungan untuk memilih suatu model yang cocok untuk mengembangkan sistemnya.

Model TAM dikembangkan dari teori psikologis yang menjelaskan perilaku pengguna teknologi dipengaruhi oleh kepercayaan (*belief*), sikap (*attitude*), intensitas (*intention*) dan hubungan perilalu pengguna (*user behavior relationship*) (Abdalla, I., 2005, Lee, Y., Kozar K.A., & Larsenm, K.R.T., 2003) . Tujuan model ini untuk menjelaskan faktor-faktor utama dari perilaku pengguna teknologi informasi terhadap penerimaan penerimaan penggunaan teknologi

informasi itu sendiri. Dalam TAM dikenal ada 5 konstruk, seperti terlihat pada gambar 1, yaitu:

(1) Persepsi kemudahan penggunaan (*perceived ease of use*), didefinisikan sebagai sejauh mana seorang percaya bahwa menggunakan suatu teknologi akan bebas dari usaha

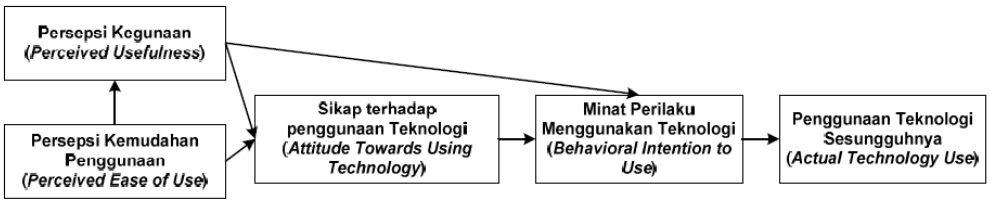
(2) Persepsi kegunaan (*perceived usefulness*), didefinisikan sebagai sejauh mana seorang percaya bahwa menggunakan suatu teknologi akan meningkatkan kinerjanya.

(3) Sikap terhadap penggunaan teknologi (*attitude toward using technology*), didefinisikan sebagai evaluasi dari pemakai tentang ketertarikannya dalam menggunakan teknologi.

(4) Minat perilaku menggunakan teknologi (*behavioral intention to use*), didefinisikan sebagai minat (keinginan) seseorang untuk melakukan perilaku tertentu.

(5). Penggunaan teknologi sesungguhnya (*actual technology use)*, diukur dengan jumlah waktu yang digunakan untuk berinteraksi dengan teknologi dan frekuensi penggunaan teknologi tersebut.

Gambar 2.1 Model Technology Acceptance Model (TAM)



Gambar Model TAM menjelaskan hubungan antar konstruk yang terdapat dalam TAM. Konstruk *perceived ease of use* dianggap akan berpengaruh terhadap konstruk *perceived usefulness*. Di lain pihak ke dua konstruk tersebut (*perceived ease of use* dan *perceived usefulness*) sama-sama memilik pengaruh terhadap konstruk *attitude toward using*. Konstruk *perceived usefulness* akan berpengaruh terhadap konstruk *behavioral intention*. Selain itu, konstruk *behavioral intention* juga akan dipengaruhi konstruk *attitude toward using* dan sekaligus akan mempengaruhi konstruk *actual technology use*.

2.4 Tinjauan Tentang Media Perkuliahan atau Pembelajaran

Ada Beberapa tinjauan tentang landasan penggunaan media pembelajaran, antara lain landasasan filosofis, psikologis, teknologis dan empiris.

1. Landasan Filosofis

Ada suatu pandangan bahwa dengan digunakannya berbagai jenis media hasil teknologi baru di dalam kelas, akan berakibat proses pembelajaran yang kurang manusiawi. Dengan kata lain, penerapan teknologi dalam pembelajaran akan terjadi dehumanisasi. Bukankan dengan adanya berbagai media pembelajaran justru siswa dapat mempunyai banyak pilihan untuk digunakan media yang sesuai dengan karakteristik pribadinya?. Dengan kata lain siswa dihargai harkat kemanusiaanya diberi kebebasan untuk menentukan pilhan, baik cara maupun alat belajar sesuai dengan kemampuannya. Dengan demikian, penerapan teknologi tidak berarti dehumanisasi. Sebenarnya perbedaan pendapat tersebut tidak perlu muncul, yang penting bagaimana pandangan guru terhadap siswa dalam

proses pembelajaran. Jika guru menganggap siswa sebagai anak manusia yang memiliki keprbadian, harga diri, motivasi, dan memiliki kemampuan pribadi yang berbeda dengan yang lain, maka baik menggunakan media hasil teknologi baru atau tidak, proses pembelajaran yang dilakukan akan tetap menggunakan pendekatan humanis.

2. Landasan Psikologis

Dengan memperhatikan kompleks dan uniknya proses belajar, maka ketepatan pemilihan media dan metode pembelajaran akan sangat berpengaruh terhadap hasil belajar siswa. Di samping itu, persepsi siswa juga sangat mempengaruhi hasil belajar. Oleh sebab itu, dalam pemilihan media, di samping memperhatikan kompleksitas dan keunikan proses belajar, memahami makna persepsi serta faktor-faktor yang berpengaruh terhadap penjelasan persepsi hendaknya diupayakan secara optimal agar proses pembelajaran dapat berlangsung secara efektif. Untuk maksud tersebut perlu: Diadakan pemilihan media yang tepat sehingga dapat menarik perhatian siswa serta memberikan kejelasan objek yang diamatinya. Bahan pembelajaran yang kana diajarkan disesuaikan dengan pengalaman siswa.

Kajian Psikologis menyatakan bahwa anak akan lebih mudah mempelajarai hal yang konkrit ketimbang yang abstrak. Berkaitan dengan konkret-abstrak dan kaitannya dengan penggunaan media pembelajaran, ada beberapa pendapat. Pertama, bahwa dalam proses pembelajaran hendaknya menggunakan urutan dari belajar dengan gambaran atau film (*iconic*

representation of experiment) kemudian ke belajar dengan simbol , yaitu menggunakan kata-kata (*symbolic representation*). Hal ini juga berlaku tidak hanya untuk anak, tetapi juga untuk orang dewasa.

Kedua, bahwa sebenarnya nilai dari media terletak pada tingkat realistiknya dalam proses penanaman konsep, ia membuat jenjang berbagai jenis media mulai yang paling nyata ke yang paling abstrak.

Ketiga, membuat jenjang konkrit-abstrak dengan dimulai dari siswa yang berpartisipasi dalam pengalaman nyata, kmeudian menuju siswa sebagai pengamat kejadian nyata, dilanjutkan ke siswa sebagai pengamat terhadap kejadian yang disajikan dengan media, dan terakhir siswa sebagai pengamat kejadian yang disajikan dengan simbol. Jenjang konkrit-abstrak ini ditunjukkan dengan bagan dalam bentuk kerucut pengalaman (*cone of experiment*).

3. Landasan Teknologis

Teknologi Pembelajaran adalah teori dan praktek perancangan, pengembangan, penerapan, pengelolaan, penilaian proses dan sumber belajar. Jadi, teknologi pembelajaran merupakan proses kompleks dan terpadu yang melibatkan orang, prosedur, ide, peralatan, dan organisasi untuk menganalisis maslaha, mencari cara pemecahan, melaksankan, mengevaluasi, dan mengelola pemecahan masalah-masalah dalam situasi di mana kegiatan belajar itu mempunyai tujuan dan terkontrol. Dalam teknologi pembelajaran, pemecahan masalahan dilakukan dalam bentuk: kesatuan komponen-komponen sistem pembalajaran yang telah disusun

dalam fungsi desain atau seleksi, dan dalam pemanfaatan serta dikombinasikan sehingga menjadi sistem pembelajaran yang lengkap. Komponen-komponen Ini termasuk pesan, orang, bahan, media, peralatan, teknik dan latar.

4. Landasan Empiris

Temuan-temuan penelitian menunjukkan bahwa terdapat interaksi antara penggunaan media pembelajaran dan karakteristik belajar siswa dalam menentukan hasil belajar siswa. Artinya, Siswa akan mendapat keuntungan yang signifikan bila ia belajar dengan menggunakan media yang sesuai dengan karakteristik tipe atau gaya belajarnya. Siswa yang memilih tipe belajar *visual* akan lebih memperoleh keuntungan bila pembelajaran menggunakan media *visual*, seperti gambar, diagram, video, atau film.

Sementara siswa yang memilih tipe belajar *auditif*, akan lebih suka belajar dengan media audio, seperti radio, rekaman suara, atau ceramah guru. Akan kebih tepat dan menguntungkan siswa dari kedua tipe belajar tersebut jika menggunakan media *audio-visual*. Berdasarkan landasan rasional empiris tersebut, maka pemilihan media pembelajaran hendaknya jangan atas dasar kesukaan guru, tetapi harus mempertimbangkan kesesuaianm antara karakteristik pebelajar, karakteristik media pelajaran, dan karakteristik media itu sendiri.