BAB II

TINJAUAN PUSTAKA DAN KERANGKA PEMIKIRAN

2.1 Tinjauan Pustaka

2.1.1 Definisi Komunikasi

Istilah komunikasi (*communication*) dalam bukunya Deddy Mulyana yaitu *Ilmu Komunikasi Suatu Pengantar* berasal dari kata: *common*, yang berarti "sama", dengan maksud sama makna, sehingga secara sederhana, dapat dikatakan bahwa komunikasi merupakan proses menyamakan persepsi, pikiran, dan rasa antara komunikator dengan komunikan.

Komunikasi merupakan salah satu fungsi dari kehidupan manusia. Fungsi komunikasi dalam kehidupan menyangkut banyak aspek. Melalui komunikasi seseorang menyampaikan apa yang ada dalam bentuk pikirannya/atau perasaan hati nuraninya kepada orang lain baik secara langsung ataupun tidak langsung. Melalui komunikasi seseorang dapat membuat dirinya untuk tidak terasing dan terisolir dari lingkungan di sekitarnya. Melalui komunikasi seseorang dapat mengajarkan atau memberitahukan apa yang diketahuinya kepada orang lain. Adapun pendapat para ahli tentang pengertian Komunikasi sebagai berikut.

Bernard Barelson & Garry A. Steiner

Komunikasi adalah proses transmisi informasi, gagasan, emosi, keterampilan dan sebagainya dengan menggunakan simbol-simbol, kata-kata, gambar, grafis, angka, dan sebagainya

Theodore M. Newcomb

Setiap tindakan komunikasi dipandang sebagai suatu transmisi informasi terdiri dari rangsangan yang diskriminatif, dari sumber kepada penerima.

Everett M. Rogers

Proses dimana suatu ide dialihkan dari sumber kepada suatu penerima atau lebih, dengan maksud untuk mengubah tingkah laku mereka.

Gerald R. Miller

komunikasi terjadi ketika suatu sumber menyampaikan suatu pesan kepada penerima dengan niat yang disadari untuk mempengaruhi perilaku penerima

Raymond Ross

Komunikasi adalah proses menyortir, memilih, dan pengiriman simbol-simbol sedemikian rupa agar membantu pendengar membangkitkan respons/ makna dari pemikiran yang serupa dengan yang dimaksudkan oleh komunikator.

Pendapat para ahli tersebut memberikan gambaran bahwa komponen-komponen pendukung komunikasi termasuk efek yang ditimbulkan, antara lain adalah:

1. Komunikator (*komunikator,source,sender*)
2. Pesan (*message*)
3. Media (*channel*)
4. Komunikan (*komunikan,receiver*)
5. Efek (*effect*)

Dari beberapa pengertian di atas peneliti dapat mengambil kesimpulan bahwa komunikasi adalah proses pertukaran makna/pesan dari seseorang kepada orang lain dengan maksud untuk mempengaruhi orang lain

2.1.2 Proses Komunikasi

Proses komunikasi, terdiri atas dua tahap. meliputi proses komunikasi primer dan proses komunikasi sekunder. (Effendy dalam Mondry, 2008: 3).

1. Proses komunikasi secara primer, merupakan proses penyampaian pikiran dan atau perasaan seseorang kepada orang lain dengan menggunakan lambang (simbol) sebagai media. Lambang sebagai media primer dalam proses komunikasi meliputi bahasa, kial *(gesture),* gambar, warna, dan sebagainya. Syaratnya secara langsung dapat "menterjemahkan" pikiran atau perasan komunikator kepada komunikan.

Bahasa merupakan sarana yang paling banyak dipergunakan dalam komunikasi, karena hanya dengan bahasa (lisan atau tulisan) kita mampu menerjemahkan pikiran seseorang kepada orang lain, baik yang berbentuk ide, informasi atau opini bisa dalam bentuk konkret ataupun abstrak. Hal itu bukan hanya suatu hal atau peristiwa yang sedang terjadi sekarang, tetapi juga pada masa lalu atau waktu yang akan datang.

Kial (*gesture*) memang dapat "menerjemahkan" pikiran seseorang sehingga terekspresi secara fisik, tetapi menggapaikan tangan atau memainkan jemari, mengedipkan mata atau menggerakan anggota tubuh lainya hanya dapat mengkomunikasikan hal–hal tertentu saja (sangat terbatas). Demikian pula dengan isyarat yang menggunakan alat, seperti bedug, kentongan, sirine, dan lain–lain, juga warna yang memiliki makna tertentu. Kedua lambang (isyarat dan warna) tersebut sangat terbatas kemampuanya dalam mentransmisikan pikiran seseorang kepada orang lain.

2. Proses komunikasi sekunder, merupakan proses penyampain pesan dari seseorang kepada orang lain dengan menggunakan alat atau sarana sebagai media kedua setelah menggunakan lambang sebagai media pertama. Komunikator menggunakan media kedua dalam berkomunikasi karena komunikan sebagai sasarannya berada di tempat yang relatif jauh atau dalam jumlah yang banyak. Sarana yang sering dikemukakan untuk komunikasi sekunder sebagai media kedua tersebut, antara lain surat, telepon, faksimili, surat kabar, majalah, radio, televisi, film, internet, dan lain–lain.

Setelah pembahasan di atas mengenai proses komunikasi, kini kita mengenal unsur-unsur dalam proses komunikasi. Penegasan tentang unsur-unsur dalam proses komunikasi itu adalah sebagai berikut:

a. *Sender:* Komunikator yang menyampaikan pesan kepada seseorang atau sejumlah orang.
b. *Encoding*: Penyandian, yakni proses pengalihan pikiran kedalam bentuk lambang.
c. *Message*: Pesan yang merupakan seperangkat lambang bermakna yang disampaikan oleh komunikator.
d. *Media*: Saluran komunikasi tempat berlalunya pesan dari komunikator kepada komunikan.
e. *Decoding*: Pengawasandian, yaitu proses dimana komunikan menetapkan makna pada lambang yang disampaikan oleh komunikator kepadanya.
f. *Receiver*: Komunikan yang menerima pesan dari komunikator.
g. *Response*: Tanggapan, seperangkat reaksi pada komunikan setelah diterpa pesan.
h. *Feedback*: Umpan Balik, yakni tanggapan komunikan apabila tersampaikan atau disampaikan kepada komunikator.
i. *Noise*: Gangguan tak terencana yang terjadi dalam proses komunikasi sebagai akibat diterimanya pesan lain oleh komunikan yang berbeda dengan pesan yang disampaikan oleh komunikator kepadanya

2.1.3 Fungsi Komunikasi

Deddy Mulyana dalam bukunya Ilmu komunikasi suatu pengantar mengutip Kerangka berpikir William I. Gorden mengenai fungsi-fungsi komunikasi yang dibagi menjadi empat bagian. Fungsi-fungsi suatu peristiwa komunikasi (*communication event*) tampaknya tidak sama sekali independen, melainkan juga berkaitan dengan fungsi-fungsi lainnya, meskipun terdapat suatu fungsi dominan.

1. Fungsi Komunikasi Sosial

komunikasi itu penting membangun konsep diri kita, aktualisasi diri, kelangsungan hidup untuk memperoleh kebahagiaan, terhindar dari tekanan. Pembentukan konsep diri Konsep diri adalah pandangan kita mengenai siapa diri kita dan itu hanya bisa kita peroleh lewat informasi yang diberikan orang lain kepada kita. Pernyataan eksistensi diri Orang berkomunikasi untuk menunjukkan dirinya eksis. Inilah yang disebut aktualisasi diri atau pernyataan eksistensi diri. Ketika berbicara, kita sebenarnya menyatakan bahwa kita ada.

2. Fungsi Komunikasi Ekspresif

Komunikasi ekspresif dapat dilakukan sejauh komunikasi tersebut menjadi instrumen untuk menyampaikan perasaan-perasaan (emosi kita) melalui pesan-pesan non verbal.

3. Fungsi Komunikasi Ritual

Komunikasi ritual sering dilakukan secara kolektif. Suatu komunitas sering melakukan upacara-upacara berlainan sepanjang tahun dalam acara tersebut orang mengucapakan kata2 dan menampilkan perilaku yang bersifat simbolik.

4. Fungsi Komunikasi Instrumental

Komunikasi instrumental mempunyai beberapa tujuan umum: menginformasikan, mengajar, mendorong, mengubah sikap dan keyakinan dan mengubah perilaku atau menggerakkan tindakan dan juga untuk menghibur (persuasif) Suatu peristiwa komunikasi sesungguhnya seringkali mempunyai fungsi-fungsi tumpang tindih, meskipun salah satu fungsinya sangat menonjol dan mendominasi.

2.1.4 Tujuan Komunikasi

R. Wayne Pace, Brent D. Peterson, dan M. Dallas Burnett dalam bukunya, *Techniques for effective Communication*, menayatakan bahwa tujuan sentral dalam kegiatan komunikasi terdiri atas tiga tujuan utama, yaitu:

a. To secure understanding,

b. To establish acceptance,

c. To motivate action.

Pertama adalah *to secure understanding*, memastikan bahwa komunikan mengerti pesan yang diterimanya. Andaikata ia sudah dapat mnegerti dan menerima, maka penerimanya itu harus dibina *(to establish acceptance).* Pada akhirnya kegiatan dimotivasikan *(To motivate action)*

Gordon I. Zimmerman merumuskan bahwa kita dapat membagi tujuan komunikasi menjadi dua kategori besar. Pertama, kita berkomunikasi untuk menyelesaikan tugas-tugas yang penting bagi kebutuhan kita untuk memberi makan dan pakaian kepada diri sendiri, memuaskan kepenasaran kita akan lingkungan, dan menikmati hidup. Kedua, kita berkomunikasi untuk menciptakan dan memupuk hubungan dengan orang lain. Jadi komunikasi mempunyai fungsi isi, yang melibatkan pertukaran informasi yang kita perlukan untuk menyelesaikan tugas, dan fungsi hubungan yang melibatkan pertukaran informasi mengenai bagaimana hubungan kita dengan orang lain. (Mulyana, 2007:4)

Rudolph F. Verderber mengemukakan bahwa komunikasi mempunyai dua fungsi. Pertama, fungsi sosial, yakni untuk tujuan kesenangan, untuk menunjukan ikatan dengan orang lain, membangun dan memelihara hubungan. Kedua, fungsi pengambilan keputusan, yakni memutuskan untuk melakukan atau tidak melakukan sesuatu pada saat tertentu. (Mulyana, 2007:5)

2.1.5 Jenis Komunikasi

Pada dasarnya komunikasi digunakan untuk menciptakan atau meningkatkan aktifitas hubungan antara manusia atau kelompok.

Jenis komunikasi terdiri dari:

1. Komunikasi verbal

   Komunikasi verbal ialah simbol atau pesan yang menggunakan satu kata atau lebih dengan menggunakan usaha-usaha yang dilakukan secara sadar untuk berhubungan dengan orang lain secara lisan dalam menggunakan bahasa yang dapat di mengerti karena bahasa merupakan sebagai suatu sistem kode verbal

   Menurut Larry L. Barker, bahasa mempunyai tiga fungsi: penamaan (*naming atau labeling*), interaksi, dan transmisi informasi.

   a. Penamaan atau penjulukan merujuk pada usaha mengidentifikasikan objek, tindakan, atau orang dengan menyebut namanya sehingga dapat dirujuk dalam komunikasi.
   b. Fungsi interaksi menekankan berbagi gagasan dan emosi, yang dapat mengundang simpati dan pengertian atau kemarahan dan kebingungan.
   c. Melalui bahasa, informasi dapat disampaikan kepada orang lain, inilah yang disebut fungsi transmisi dari bahasa. Keistimewaan bahasa sebagai fungsi transmisi informasi yang lintas-waktu, dengan

menghubungkan masa lalu, masa kini, dan masa depan, memungkinkan kesinambungan budaya dan tradisi kita.

2. Komunikasi non verbal

Bahasa non verbal merupakan salah satu bentuk komunikasi yang sering digunakan dalam presentasi, dimana penyampaiannya bukan dengan kata-kata ataupun suara tetapi melalui gerakan-gerakan anggota tubuh yang sering dikenal dengan istilah bahasa isyarat atau *body language*. Selain itu juga, penggunaan bahasa non verbal dapat melalui kontak mata, penggunaan objek seperti pakaian, potongan rambut, dan penggunaan simbol-simbol. Menurut Drs. Agus M. Hardjana, M.Sc., Ed. menyatakan bahwa: "Komunikasi non verbal yaitu komunikasi yang pesannya dikemas dalam bentuk non verbal, tanpa kata-kata".

Sedangkan menurut Atep Adya Barata mengemukakan bahwa: "Komunikasi non verbal yaitu komunikasi yang diungkapkan melalui pakaian dan setiap kategori benda lainnya (*the object language*), komunikasi dengan gerak (*gesture*) sebagai sinyal (*sign language*), dan komunikasi dengan tindakan atau gerakan tubuh (*action language*).

A. Bentuk Komunikasi Non Verbal

Bentuk-bentuk komunikasi non verbal terdiri dari tujuh macam yaitu:

a. Komunikasi visual

b. Komunikasi sentuhan

c. Komunikasi gerakan tubuh

d. Komunikasi lingkungan

e. Komunikasi penciuman

f. Komunikasi penampilan

g. Komunikasi citrasa

2.1.6 Bentuk Komunikasi

Di bawah ini dijelaskan Bentuk-bentuk komunikasi yang meliputi:

1. Komunikasi Persona *(Personal Communication)*

a) Komunikasi intrapersona *(intrapersonal communication)*

Komunikasi intrapersonal adalah komunikasi dengan diri sendiri, baik kita sadari atau tidak. Karena sebelum dengan komunikasi dengan orang lain kita biasanya berkomunikasi dengan diri-sendiri.

b) Komunikasi Antarpersona *(antrapersonal communication)*

Komunikasi Antarpersonal adalah komunikasi anatar dua orang secara tatap muka, yang memungkinkan setiap pertnyaan menangkap reaksi orang lain secara langsung, baik secara verbal ataupun non verbal. Bentuk komunikasi antarpersonal ini adalah komunikasi diadik (*dyadic communication*) yang melibatkan hanya dua orang saja.

2. Komunikasi Kelompok *(group communication)*

Kelompok adalah kumpulan manusia dalam lapisan masyarakat yang mempunyai ciri atau atribut yang sama dan merupakan satu kesatuan yang saling berinteraksi. Michael Burgoon (dalam Wiryanto, 2005) mendefinisikan komunikasi kelompok sebagai interaksi secara tatap muka antara tiga orang atau lebih, dengan tujuan yang telah diketahui, seperti berbagi informasi, menjaga diri, pemecahan masalah, yang mana anggota-anggotanya dapat mengingat karakteristik pribadi anggota-anggota yang lain secara tepat.

Kelompok pertemuan adalah kelompok orang yang menjadikan diri mereka sebagai acara pokok. Melalui diskusi, setiap anggota berusaha belajar lebih banyak tentang dirinya. Kelompok terapi di rumah sakit jiwa adalah contoh kelompok pertemuan. Kelompok penyadar mempunyai tugas utama menciptakan identitas sosial politik yang baru. Kelompok revolusioner radikal; (di AS) pada tahun 1960-an menggunakan proses ini dengan cukup banyak. Kelompok preskriptif, mengacu pada langkah-langkah yang harus ditempuh anggota kelompok dalam mencapai tujuan kelompok. Cragan dan Wright mengkategorikan enam format kelompok preskriptif, yaitu: diskusi meja bundar, simposium, diskusi panel, forum, kolokium, dan prosedur parlementer.(Rakhmat, 2008:147-148)

Anggota-anggota kelompok bekerja sama untuk mencapai dua tujuan: a. melaksanakan tugas kelompok, dan b. memelihara moral anggota-anggotanya. Tujuan pertama diukur dari hasil kerja kelompok-disebut prestasi

(*performance*) tujuan kedua diketahui dari tingkat kepuasan (*satisfacation*). Jadi, bila kelompok dimaksudkan untuk saling berbagi informasi (misalnya kelompok belajar), maka keefektifannya dapat dilihat dari beberapa banyak informasi yang diperoleh anggota kelompok dan sejauh mana anggota dapat memuaskan kebutuhannya dalam kegiatan kelompok.(Rahkmat, 2008:149)

Untuk itu faktor-faktor keefektifan kelompok dapat dilacak pada karakteristik kelompok, yaitu:

1. ukuran kelompok.
2. jaringan komunikasi.
3. kohesi kelompok.
4. kepemimpinan

2.1.7 Tinjauan Tentang Komunikasi Massa

Komunikasi Massa merupakan suatu tipe komunikasi manusia (*human communication*) yang lahir bersamaan dengan mulai digunakannya mesin cetak yang mampu melipatgandakan pesan-pesan komunikasi. Sejarah publisistik dimulai satu setengah abad setelah ditemukan mesin cetak oleh Johannes Gutenberg. Sejak itu dimulai suatu zaman yang dikenal dengan zaman publisistik atau awal dari era komunikasi massa. Sebaliknya, zaman sebelumnya dikenal sebagai zaman pra-publisistik (Briggs & Burke, 2006 : 56).

Dalam buku *Pengantar Teori Komunikasi: Analisis dan Aplikasi*, Richard West dan Lynn Turner mengatakan bahwa sebelum memasuki definisi komunikasi massa, maka penting untuk memahami terlebih dahulu media massa. Media massa adalah saluran-saluran atau cara pengiriman bagi pesan-pesan massa. Media massa dapat berupa surat kabar, video, CD-ROM, komputer, TV, radio, dan sebagainya. Sedangkan media massa menurut Defleur dan Dennis mengharuskan adanya komunikator profesional, yang secara definitif berarti komunikator yang terlembagakan, bukan individu, atau setidaknya merupakan bagian dari lembaga atau organisasi yang kompleks. (Setyowati, Yuli. 2006. *Komunikasi Massa*. Melalui http://blog.unila.ac.id/sitinuraini/files/2009/10/komunikasi-massa.pdf. 17/03/2012 pukul 22.45).

Komunikasi massa adalah komunikasi kepada khalayak luas dengan menggunakan saluran-saluran komunikasi itu. Jadi, komunikasi massa didefinisikan sebagai komunikasi kepada khalayak dalam jumlah besar melalui banyak saluran komunikasi. Oleh karenanya, konteks komunikasi massa mencakup baik saluran maupun khalayak (West & Turner, 2007 : 41).

Konteks komunikasi massa, pertama, memberikan kemampuan baik pada pengirim maupun pada penerima untuk menerima kontrol. Sumber-sumber seperti editor surat kabar atau penyiar televisi membuat keputusan mengenai informasi apa yang akan dikirim, sedangkan penerima memiliki kendali terhadap apa yang dibaca, didengar, ditonton dan dibahas. Kedua,

konteks komunikasi massa berbeda dengan konteks lain karena komunikasi yang terjadi biasanya lebih terkendali dan terbatas. Artinya, komunikasi dipengaruhi oleh biaya, politik, dan oleh kepentingan-kepentingan lain. Pembuat keputusan biasanya akan menggunakan batas untung-rugi untuk menentukan apakah pesan-pesan tertentu akan tetap disampaikan atau tidak (West & Turner, 2007 : 42).

Dalam buku *Psikologi Komunikasi* karya Jalaluddin Rakhmat, definisi yang paling sederhana tentang komunikasi massa dirumuskan Bittner, yakni komunikasi massa adalah pesan yang dikomunikasikan melalui media massa pada sejumlah besar orang. Ahli komunikasi yang lain mendefinisikan komunikasi dengan memperinci karakteristik komunikasi massa. Gerber mendefinisikan komunikasi sebagai produksi dan distribusi yang berlandaskan teknologi dan lembaga dari arus pesan yang kontinyu serta paling luas dimiliki orang dalam masyarakat industri. Dalam buku tersebut, kemudian dirangkum bahwa komunikasi massa didefinisikan sebagai jenis komunikasi yang ditujukan kepada sejumlah khalayak yang tersebar, heterogen, dan anonim melalui media cetak atau elektronis sehingga pesan yang sama dapat diterima secara serentak dan sesaat (Rakhmat, 2008 : 188 – 189).

Sedangkan menurut Warner J. Severin dan James W. Tankard, Jr. dalam buku *Teori Komunikasi: Sejarah, Metode, dan Terapan dalam Media Massa*,

komunikasi massa didefinisikan dalam tiga ciri (Severin & Tankard, 2008 : 4):

1. Komunikasi massa diarahkan kepada audiens yang relatif besar, heterogen, dan anonim.
2. Pesan-pesan yang disebarkan secara umum, sering dijadwalkan untuk bisa mencapai sebanyak mungkin anggota audiens secara serempak dan sifatnya sementara.
3. Komunikator cenderung berada dalam sebuah organisasi yang kompleks yang mungkin membutuhkan biaya yang besar.

Sementara menurut Dennis McQuail dalam bukunya, *Teori Komunikasi Massa: Suatu Pengantar*, karakteristik media massa mempunyai lima ciri, yakni (McQuail, 1987):

1. Publisitas, yakni disebarluaskan kepada publik, khalayak, atau orang banyak.
2. Universalitas, pesannya bersifat umum, tentang segala aspek kehidupan dan semua peristiwa di berbagai tempat, juga menyangkut kepentingan umum karena sasaran dan pendengarnya orang banyak (masyarakat umum).
3. Periodisitas, tetap atau berkala, misalnya harian atau mingguan, atau siaran sekian jam per hari.

4. Kontinuitas, berkesinambungan atau terus-menerus sesuai dengan periode mengudara atau jadwal terbit.
5. Aktualitas, berisi hal-hal baru, seperti informasi atau laporan peristiwa terbaru, tips baru, dan sebagainya. Aktualitas juga berarti kecepatan penyampaian informasi kepada publik.

Sedangkan dalam buku *Komunikasi Massa Suatu Pengantar* (Elvinaro dkk, 2007), disebutkan ciri-ciri media massa adalah sebagai berikut:

1. Komunikator terlembagakan

   Ciri komunikasi massa yang pertama adalah komunikatornya. Komunikasi massa melibatkan lembaga, dan komunikatornya bergerak dalam organisasi yang kompleks. Dalam Kamus Besar Bahasa Indonesia, lembaga sendiri didefinisikan sebagai pola perilaku manusia yg mapan, terdiri atas interaksi sosial berstruktur dl suatu kerangka nilai yg relevan.

2. Pesan bersifat umum

   Komunikasi massa bersifat terbuka, artinya komunikasi massa ditujukan untuk semua orang dan tidak ditujukan untuk sekelompok orang tertentu. Oleh karenanya, pesan komunikasi massa bersifat umum.

3. Komunikannya anonim dan heterogen

   Komunikan pada komunikasi massa bersifat anonim dan heterogen. Pada komunikasi antarpersona, komunikator akan mengenal komunikannya, mengetahui identitasnya. Sedangkan dalam komunikasi massa,

komunikator tidak mengenal komunikan (anonim), karena komunikasinya menggunakan media dan tidak tatap muka.

4. Media massa menimbulkan keserempakan

   Kelebihan komunikasi massa dibandingkan dengan komunikasi lainnya, adalah jumlah sasaran khalayak atau komunikan yang dicapaiknya relatif banyak dan tidak terbatas. Bahkan lebih dari itu, komunikan yang banyak tersebut secara serempak pada waktu yang besamaan memperoleh pesan yang sama pula.

5. Komunikasi mengutamakan isi ketimbang hubungan

   Dalam komunikasi antarpersona yang diutamakan adalah hubungan. Semakin saling mengenal antarpelaku komunikasi, komunikasinya semakin aktif. Sedangkan dalam konteks komunikasi massa, komunikator tidak harus selalu kenal komunikannya, dan sebaliknya. Yang penting, bagaimana komunikator menyusun pesan secara sistematis, baik, sesuai dengan medianya, agar komunikannya bisa memahami isi pesan tersebut.

6. Komunikasi massa bersifat satu arah

   Komunikator aktif menyampaikan pesan, komunikan pun aktif menerima pesan, namun diantaranya keduanya tidak dapat melakukan dialog sebagaimana halnya dalam komunikasi antarpersona.

7. Stimulasi alat indra terbatas

Pada komunikasi antarpersona yang bersifat tatap muka, maka seluruh alat indra pelaku komunikasi, komunikator dan komunikan, dapat digunakan secara maksimal. Dalam komunikasi massa, stimulasi alat indra bergantung pada jenis media massa.

8. Umpan balik tertunda (*delayed*) dan tidak langsung (*indirect*)

   Umpan balik sebagai respons mempunyai volume tidak terbatas pada komunikasi antarpersona. Sedangkan dalam proses komunikasi massa, umpan balik bersifat tidak langsung dan tertunda.

Namun menurut McManus, komunikasi massa termasuk bentuk komunikasi yang sulit didefinisikan karena perubahan bentuk media yang sangat dinamis. Sehingga mereka mengemukakan beberapa ciri lingkungan media baru yang punya kaitan dalam dinamisasi definisi komunikasi massa (Severin & Tankard, 2008 : 4):

1. Teknologi yang dahulu berbeda dan terpisah seperti percetakan dan penyiaran sekarang bergabung.
2. Ada pergeseran dari kelangkaan media menuju media yang melimpah.
3. Ada pergeseran dari mengarah kepuasan massa audiens kolektif menuju kepuasan grup atau individu.
4. Ada pergeseran dari media satu arah kepada media interaktif.

2.1.8 Tinjauan Tentang Konvergensi Media

Konvergensi berasal dari bahasa Inggris yaitu convergence. Kata konvergensi merujuk pada dua hal atau benda atau lebih bertemu dan bersatu

dalam suatu titik (Arismunandar, 2006: 1). Konvergensi akan mudah dibayangkan jika menggunakannya dalam ilmu fisika khususnya tentang cahaya. Cahaya matahari datang dari berbagai sudut yang kemudian dikumpulkan atau dibiaskan oleh *loop* (kaca pembesar) pada satu titik. Penggabungan berkas-berkas cahaya tersebut adalah peritiwa konvergensi.

Istilah konvergensi ini bisa dipadukan dengan kata-kata lainnya, misalnya dalam konteks ini adalah media. Sehingga, konvergensi media berarti penggabungan atau pengintegrasian media-media yang ada untuk digunakan dan diarahkan ke dalam satu titik tujuan. Istilah konvergensi secara umum juga merujuk pada kaitannya dengan perkembangan teknologi komunikasi dan informasi (TIK)

(*sumber: www.satrioarismunandar6.blogspot.com, diakses tanggal 26 april 2012 pukul 20.15 WIB).*

Istilah konvergensi mulai banyak digunakan sejak tahun 1990-an. Kata ini umum dipakai dalam perkembangan teknologi digital, integrasi teks, angka, gambar, video, dan suara (Briggs dan Burke, 2000: 326).

Konvergensi media atau konvergensi *TIK* sebenarnya secara umum tidak memiliki perbedaan yang siginifikan. Dua hal ini sebenarnya lebih mengarah pada, selain soal pencapaian satu tujuan, pengelolaan konten (informasi, gambar, audio, video, dan lain-lain) agar bisa masuk dalam jenis teknologi apapun, seperti yang diunkapkan oleh Prof. Henry Jenkins.

Sehingga, jenis konten apapun akan bisa dikonsumsi oleh satu jenis atau berbagai *platform* media.

Konvergensi ini tidak hanya didorong oleh kepentingan bisnis untuk memperlebar pasar, namun juga akibat dari hasrat konsumen untuk lebih mudah mendapatkan konten dengan media di manapun, kapanpun, dan dalam format apapun yang mereka inginkan. Atau sederhananya, konvergensi media ini hadir bukan karena pola *top-down* tapi juga *bottom-up*. Konvergensi ini sangat mungkin dilakukan jika konten yang diproduksi telah hadir dalam bentuk digital.

Perkembangan teknologi yang berkonvergensi ini tidak hanya sebatas dalam ranah teknologi semata, melainkan telah merambah dan mengubah pola-pola dasar kehidupan manusia. Konvergensi mengubah hubungan antara teknologi, industri, pasar, dan gaya hidup. Pola-pola produksi dan pola konsumsi berubah, dan penggunaannya berdampak pada level ekonomi, politik, sosial, dan budaya.

Saat ini, orang tidak perlu repot lagi jika ingin berbelaja sesuatu, dari ponsel yang dimiliki bisa melakukan banyak hal misalnya membaca koran di pagi hari, bertegur sapa dengan para kolega, mengirim pesan penting dalam bentuk yang singkat (SMS) atau panjang melalui email, melakukan rapat-rapat penting, sampai pada melakukan transaksi dalam jumlah yang besar. Semua konten tersebut hadir dalam satu platform media.

Hal ini juga bisa berlaku sebaliknya, menurut Jenkins, konvergensi dalam kasus ini bisa dimaknai sebagai sebuah pergeseran budaya ketika konsumen dimungkinkan mengakses informasi dan konten yang sama dalam pelbagai paltform media. Jadi, piranti keras bisa saja malah semakin beragam, tetapi konten yang akan berkonvergensi hingga bisa dibaca dalam pelbagai platform piranti keras.

Internet dan komputer berperan besar dalam hal ini, namun ada hal yang harus diingat bahwa walaupun selalu terjadi perubahan media dari waktu ke waktu, tapi media yang lama tidak akan ditinggalkan begitu saja. Akan tetapi hidup bersama dan saling berinteraksi dengan media-media pendatang baru.

Manuskrip tetap penting walaupun teknologi radio ditemukan. Radio juga tetap memegang peranannya walaupun TV ditemukan. Begitu pula dengan internet dan komputer, media-media yang lahir sebelumnya tetap penting dan memegang peranannya masing-masing. Untuk itu, media harus dipandang sebagai suatu sistem yang selalu berubah-ubah terus di mana berbagai unsur memainkan peran yang lebih besar atau lebih kecil (Briggs dan Burke, 2000: 6).

Munculnya fenomena konvergensi media ini menyebabkan banyak bentuk media tradisional harus memutar otak agar bisa bertahan dalam perubahan-perubahan yang sangat cepat ini, khususnya bagi penerbit buku, majalah, dan koran. Kompas misalnya sebagai koran harian terbesar di

Indonesia, mulai menata dengan apik koran digitalnya dengan meluncurkan *Kompas.com*. *Detik.com* melakukan lebih dahulu hal ini dengan mengubah format penerbitannya menjadi sistem online.

Penerbit buku Mizan juga melakukan hal serupa dengan membuat *Mizan.com.* Dan ternyata, tidak hanya berhenti pada media cetak saja, melainkan juga pada media-media elektronik. Liputan 6 sebagai program berita unggulan di Indonesia juga melakukan hal serupa dengan mengelola blog dan *webiste liputan6.com*. Selain itu, radio-radio juga secepat kilat membuat media-media online. Siaran tidak lagi dipancarkan melalui pemancar biasa melainkan telah melakukah *radiostreaming* di website masing-masing. Dan masih banyak contoh lainnya yang menunjukan perubahan akibat konvergensi media yang terjadi.

Dari contoh-contoh di atas dapat ditarik sejumlah pengertian tentang pengertian komunikasi massa dengan pola tradisional. Perkembangan teknologi dalam konvergensi media ini memungkinkan orang untuk terlibat secara pribadi, antarpribadi, maupun dengan khalayak ramai dalam waktu yang sekaligus.

Ini menunjukan konvergensi media memadukan ciri-ciri komunikasi massa dengan komunikasi antarpribadi yang dilakukan dalam satu media sekaligus. Hal ini disebut dengan demasivikasi, yakni kondisi dimana ciri utama media massa yang menyebarkan informasi secara masif menjadi lenyap. Arus informasi yang berlangsung menjadi makin personal, karena tiap

orang mempunyai kebebasan untuk memilih informasi yang mereka butuhkan.

Dalam hal struktur kepemilikan media juga mengalami perubahan. Jika dalam media tradisional atau umum kita melihat kecenderungan bahwa media semakin dimiliki oleh para elit pemilik modal, maka fenomena konvergensi media ini tidak dapat *disimplifikasi* begitu saja.

(Sumber: http://kombinasi.net/konvergensi-media/ Diakses tanggal 26 April 2012 pukul 20:30 WIB)

2.1.9 Tinjauan Umum Mengenai Internet

2.1.9.1 Pengertian Internet

Internet adalah jaringan komputer yang dapat menghubungkan suatu komputer atau jaringan komputer dengan jaringan kompuer lain, sehingga dapat berkomunikasi atau berbagi data tanpa melihat jelas 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 didalamnya 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* atau *IP* yang berfungsi sebagai protokol pertukaran paket *(packet switching communication protocol).*

Dikembangkan dan diuji coba pertama kali pada tahun 1969 oleh *ARPA (United States Departement of Defense Advanced Research Project 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.

2.1.9.2 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 diseluruh 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 yang beranggotakan para pengguna internet dari seluruh dunia. Dalam komunitas ini pengguuna internet berkomunikasi, mencari informasi dan berbelanja. melakukan transaksi bisnis, dan sebagainya. Maka internet sering disebut sebagai cyberspace atau virtual world (dunia maya).

(http://www.scribd.com/doc/53141529/12-BAB-II, diakses tanggal 18 Maret 2012, Pukul 19.57)

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.

2.1.10 Tinjauan Tentang Website

2.10.1 Pengertian Website

Website atau situs dapat diartikan sebagai kumpulan halaman-halaman yang digunakan untuk menampilkan informasi teks, gambar diam atau gerak, animasi, 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 jaringan-jaringan halaman (hyperlink).

2.10.2 Unsur-unsur Website 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:

1. Nama domain (Domain name atau URL - Uniform Resource Locator)
2. Rumah tempat website (Web hosting)
3. Bahasa Program (Scripts Program)
4. Desain website
5. Publikasi website
6. Pemeliharaan website

Pengertian Nama domain atau biasa disebut dengan Domain Name atau URL adalah alamat unik di dunia internet yang digunakan untuk mengidentifikasi sebuah website, atau dengan kata lain

domain name adalah alamat yang digunakan untuk menemukan sebuah website pada dunia internet. Contoh: *http://www.google.com.* Nama domain diperjualbelikan secara bebas di internet dengan status sewa tahunan. Nama domain sendiri mempunyai identifikasi ekstensi atau akhiran sesuai dengan kepentingan dan lokasi keberadaan website tersebut. Contoh nama domain ber-ekstensi internasional adalah *com, net, org, info, biz, name, ws*. Contoh nama domain ber-ekstensi lokasi Negara Indonesia adalah *co.id* (untuk nama domain website perusahaan), ac.id (nama domain website pendidikan), *go.id* (nama domain website instansi pemerintah), or.id (nama domain website organisasi).

Pengertian *Web Hosting* dapat diartikan sebagai ruangan yang terdapat dalam harddisk tempat menyimpan berbagai data, file-file, gambar dan lain sebagainya yang akan ditampilkan di website. Besarnya data yang bisa dimasukkan tergantung dari besarnya web hosting yang disewa atau dipunyai, semakin besar web hosting semakin besar pula data yang dapat dimasukkan dan ditampilkan dalam website.

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

penyewa web hosting yang banyak dijumpai baik di Indonesia maupun Luar Negeri.

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. Setelah melakukan penyewaan domain name dan web hosting serta penguasaan bahasa

program (scripts program), unsur *website* yang penting dan utama adalah desain.

Desain website menentukan kualitas dan keindahan sebuah website. Desain sangat berpengaruh kepada penilaian pengunjung akan bagus tidaknya sebuah website.Untuk membuat website biasanya dapat dilakukan sendiri atau menyewa jasa *website designer*. Saat ini sangat banyak jasa web designer, terutama di kota-kota besar.

Perlu diketahui bahwa kualitas situs sangat ditentukan oleh kualitas designer. Semakin banyak penguasaan *web designer* tentang beragam program atau atsoftware 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*. Keberadaan situs tidak ada gunanya dibangun 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 memerlukan apa yang disebut publikasi atau promosi. Publikasi situs di masyarakat dapat dilakukan dengan berbagai cara seperti dengan pamplet-pamplet, selebaran, baliho dan lain sebagainya tapi cara ini bisa dikatakan masih kurang efektif dan

sangat terbatas. Cara yang biasanya dilakukan dan paling efektif dengan tak terbatas ruang atau waktu adalah publikasi langsung di internet melalui search engine-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*. Cara efektif publikasi adalah dengan membayar, walaupun harus sedikit mengeluarkan akan tetapi situs cepat masuk ke *search engine* dan dikenal oleh pengunjung. Untuk mendukung kelanjutan dari situs diperlukan pemeliharaan setiap waktu sesuai yang diinginkan seperti penambahan informasi, berita, artikel, *link*, gambar atau lain sebagainya.

Tanpa pemeliharaan yang baik situs akan terkesan membosankan atau monoton juga akan segera ditinggal pengunjung. Pemeliharaan situs dapat dilakukan per periode tertentu seperti tiap hari, tiap minggu atau tiap bulan sekali secara rutin atau secara periodik saja tergantung kebutuhan (tidak rutin). Pemeliharaan rutin biasanya dipakai oleh situs-situs berita, penyedia artikel, organisasi atau lembaga pemerintahan. Sedangkan pemeliharaan periodik bisanya untuk situs-situs pribadi, penjualan atau *e-commerce*, dan lain sebagainya.

2.1.11 Tinjauan Tentang Komunitas

Istilah komunitas berasal dari bahasa latin *communitas* yang berasal dari kata dasar *communis* yang artinya masyarakat, public atau banyak orang.

Komunitas sebagai sebuah kelompok *social* dari beberapa organisme dan berbagai lingkungan, umumnya memiliki ketertarikan dan habitat yang sama.

Dalam komunitas manusia, individu-individu didalamnya dapat memiliki maksud, kepercayaan, sumber daya, preferensi, kebutuhan, resiko dan sejumlah kondisi lain yang serupa.

Soenarno (2002), 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.*

(http://www.infogue.com/viewstory/2010/12/14/pengertian_komunitas/?url=http://definisi-pengertian.blogspot.com/2010/12/pengertian-komunitas.html.5 Maret 2012, Pukul 23.25)

2.1.12 Tinjauan Tentang Kreativitas

Menurut Hurlock kreativitas menekankan pembuatan sesuatu yang baru dan berbeda. Sedangkan Munandar menyebutkan kreativitas adalah kemampuan untuk membuat kombinasi baru yang mencerminkan kelancaran, keluwesan dan orisinalitas dalam berpikir serta kemampuan untuk mengkombinasikan suatu gagasan.

Evans juga menjelaskan bahwa kreativitas adalah kemampuan untuk menemukan hubungan-hubungan baru, untuk melihat suatu obyek dari perspektif baru, dan untuk membentuk kombinasi baru dari dua atau lebih konsep yang sudah ada dalam pikiran.

Berdasarkan beberapa pendapat tersebut peneliti dapat menyimpulkan bahwa kreativitas adalah kemampuan seseorang untuk menemukan hubungan-hubungan baru dan membuat kombinasi-kombinasi baru yang mencerminkan kelancaran, keluwesan dan orisinalitas dalam berpikir sehingga dapat menciptakan sesuatu yang baru. Dalam hal ini sesuatu yang baru tidak berarti sebelumnya tidak

ada, akan tetapi sesuatu yang baru ini dapat berupa sesuatu yang belum dikenal sebelumnya.

(Sumber: http://id.shvoong.com/social-sciences/education/2253528-pengertian-kreativitas/, Diakses Tanggal 26 April 2012, Pukul 21.10)

2.2 Kerangka Pemikiran

2.2.1 Kerangka Teoritis

Teori adalah sesuatu pernyataan mengenai apa yang terjadi terhadap suatu fenomena yang ingin kita pahami. Teori yang bermanfaat adalah teori yang memberikan pencerahan, serta pemahaman yang mendalam terhadap suatu permasalahan atau fenomena dalam realita kehidupan. Akan tetapi perlu dijelaskan sebagai suatu arahan atau pedoman peneliti untuk dapat mengungkap fenomena agar lebih terfokus.

Dalam membahas fungsi media online web thepanasdalam.us dengan fokus terhadap media yang digunakan oleh komunitas the panasdalam dalam mengembangkan kreativitas anggotanya, peneliti menggunakan teori media dan teori kemasyarakatan dari Mc Quail yaitu :

Media-teori kemasyarakatan III : Fungsionalisme

Menurut teori ini, media berperan atau berfungsi dalam pengembangkan masyarakat, karena media adalah bagian dari system yang ada di masyarakat, menetapkan fungsi-fungsi sosial media.

Fungsi utama dari komunikasi dalam masyarakat, menurut lasswell (1948), adalah survelliance lingkungan, korelasi bagian-bagian masyarakat dalam menanggapi lingkungan, transmisi warisan budaya. Wright (1960) mengembangkan skema dasar untuk menggambarkan banyak efek media dan menambahkan hiburan sebagai kunci keempat fungsi ini dapat menjadi bagian dari budaya ditranmisikan tetapi memiliki aspek lain yang memberikan relaksasi indicator pahala, vidual dan pengurangan ketegangan, yang membuat ini lebih mudah bagi orang untuk mengatasi masalah-masalah kehidupan nyata dan bagi masyarakat untuk menghindari kerusakan (Mendelshon, 1996). Dengan penambahan item kelima, mobilisasi dira ncang untuk mencerminkan *application* luas komunikasi massa untuk propaganda politik dan komersial. Berikut ide-ide dasar tentang tugas media (fungsi) dalam masyarakat. Fungsi media dalam masyarakat :

A. Informasi :
    1. Menyediakan informasi mengenai kejadian dan kondisi dalam masyarakat dan dunia

2. Indicator relasi kekuasaan
3. Memfasilitasi inovasi, adaptasi dan proses

B. Korelasi :
   1. Penjelasan, interpretasi, dan komentar terhadap arti kejadian dan informasi
   2. Menyediakan dukungan terhadap otoritas dan norma yang mapan
   3. Alat sosialisasi
   4. Coordinator dari aktivitas yang terpisah
   5. Membangun consensus
   6. Menyusun peran prioritas dan menandai status relative dari masyarakat

C. Kontinuitas
   1. Mengekspresikan budaya dominan, mengukur subkultur, dan mengembangkan budaya baru
   2. Membangun dan merawat nilai-nilai bersama

D. Entertainment
   1. Menyediakan hiburan, pengalihan dan sebagai alat relaksasi
   2. Mengurangi tensi sosial

E. Mobilisasi

1. Kampanye untuk tujuan-tujuan objektif dalam masalah politik, perang, ekonomi, pembangunan, pekerjaan hingga terkadang agama.

2.2.2 Kerangka Konseptual

Kerangka konseptual adalah suatu orientasi kausal terhadap studi yang direnungkan. Sebagai itu, kerangka konseptual itu merumuskan suatu model terperinci dari masalah kebijakan yang diberikan dan pemecahannya yang diusulkan (Silalahi, 2006 : 84).

Dalam penelitian ini, peneliti ingin mengetahui bagaimana Fungsi media online web thepanasdalam.us dalam mengembangkan kreatifitas anggota komunitas The Panasdalam di kota Bandung.

Berdasarkan teori yang peneliti gunakan di kerangka teoritis, peneliti mencoba membuat kerangka konseptual dengan mengaplikasikan teori ke dalam kenyataan yang terjadi terhadap objek yang penulis teliti, sebagai berikut:

A. Informasi :

1. Menyediakan informasi mengenai kejadian dan kondisi dalam masyarakat dan dunia, dalam hal ini komunitas the panasdalam melalui tulisan-tulisan yang dimuat didalam thepanasdalam.us tidak hanya mengenai komunitasnya saja namun terdapat juga pengetahuan atau informasi mengenai

kejadian dan kondisi dalam masyarakat dan dunia. Contoh: artikel mengenai brutalnya FPI di Indonesia.

2. *Indicator* relasi kekuasaan, dalam hal ini the panasdalam sering sekali dikaitkan dengan komunitas pemberontakan yang meresahkan, namun seiring perkembangannya komunitas the panasdalam menjadi komunitas separatis berkebudayaan yang memiliki anggota yang cukup banyak, sehingga sering dianggap sebagai *indicator* relasi kekuasaan yang cukup berpengaruh, walaupun pada kenyataannya the panasdalam menolak untuk terjun ke dunia yang berbau kekuasaan. Contoh: banyaknya partai politik yang ingin mengajak komunitas the panasdalam untuk masuk kedalamnya dan ingin mempromosikan parpol tertentu melalui forum thepanasdalam.us.
3. Memfasilitasi inovasi, adaptasi dan proses, dalam hal ini the panasdalam mendukung adanya pemikiran-pemikiran yang berkaitan dengan inovasi beserta adaptasi dan proses menuju sebuah inovasi yang disepakati oleh masyarakat luas. Contoh: the panasdalam melakukan inovasi di dalam sebuah tulisan yang tidak lagi terbelenggu oleh teori dan kajian sastra, sehingga membutuhkan adaptasi dan proses agar masyarakat luas bisa menerima.

B. Korelasi :

1. Penjelasan, interpretasi, dan komentar terhadap arti kejadian dan informasi, dalam hal ini forum thepanasdalam.us sebagai wadah untuk anggotanya tetap berfikir kritis terhadap kejadian yang ada di sekitar, sehingga dalam menyikapi sebuah kejadian atau informasi anggota dapat menjelaskan, menginterpretasikan dan berkomentar tentang arti sebuah kejadian. Contoh: di dalam thepanasdalam.us ada sebuah forum unit kegiatan the panasdalam blog yang disediakan untuk para anggotanya untuk mengomentari sebuah kejadian.
2. Menyediakan dukungan terhadap otoritas dan norma yang mapan, dalam hal ini komunitas the panasdalam melalui thepanasdalam.us mendukung terhadap adanya otoritas utama yaitu pimpinan mereka sendiri dan mendukung norma-norma yang mapan menurut pandangan pimpinan tersebut. Contoh: dalam setiap tulisan yang dimuat di dalam forum thepanasdalam.us, anggota komuitas the panasdalam mendukung istilah bahwa sebuah karya tidak harus terbelenggu oleh kajian sastra sebagaimana yang diungkapkan ole pimpinan mereka.

3. Alat sosialisasi, dalam hal ini thepanasdalam.us menjadi alat sosialisasi yang efektif, mengingat pesatnya perkembangan teknologi dan informasi pada era saat ini. Contoh: thepanasdalam.us menjadi layaknya situs jejaring sosial bagi anggota komunitas the panasdalam, serta menjadi sarana untuk bersosialisasi dengan komunitas lain.
4. Coordinator dari aktivitas yang terpisah, dalam hal ini, banyaknya unit kegiatan yang dilakukan oleh komunitas the panasdalam membutuhkan koordinasi yang baik agar tidak terjadi benturan kepentingan antara unit kegiatan satu dengan lainnya. Contoh: thepanasdalam.us menjadi tempat untuk berkumpulnya setiap unit kegiatan yang ada di komunitas the panasdalam.
5. Membangun consensus, dalam hal ini thepanasdalam.us menjadi sarana untuk bermusyawarah dalam memutuskan setiap hal yang berhubungan dengan komunitas the panasdalam. Contoh: adanya pemilihan pemimpin baru atau yang bertanggung jawab terhadap setiap unit kegiatan melalui pemilihan yang berjalan adil dan disesuaikan dengan mufakat bersama, disesuaikan dengan suara terbanyak yang dimuat pula di thepanasdalam.us.

C. Kontinuitas

1. Mengekspresikan budaya dominan, mengukur subkultur, dan mengembangkan budaya baru, dalam hal ini komunitas the panasdalam mencoba mengekspresikan budaya dominan mereka yang mengusung slogan "*argumentum in absurdum"* sehingga argument yang mereka lontarkan sebagian besar adalah argumen yang *absurd.* Contoh: muatan-muatan yang ada di dalam thepanasdalam.us merupakan ekspresi dari budaya dominan komunitas the panasdalam dan juga sebagai pengembangan budaya baru.
2. Membangun dan merawat nilai-nilai bersama, dalam hal ini komunitas the panasdalam melalui thepanasdalam.us berusaha untuk tetap mebangun dan merawat nilai-nilai bersama. Contoh: thepanasdalam.us menjadi tempat untuk berdiskusi antar sesama anggota komunitas the panasdalam.

D. Entertainment

1. Menyediakan hiburan, pengalihan dan sebagai alat relaksasi, dalam hal ini, komunitas the panasdalam memanfaatkan teknologi informasi sebagai alat hiburan dan pengalihan akan situasi yang mereka anggap tidak nyaman. Contoh: thepanasdalam.us membuat muatan-

muatan yang bebas tanpa ditentukan oleh apapun, sehingga dengan begitu anggota komunitas the panasdalam akan merasa terhibur dan teralihkan pikirannya dan merasa bebas berekspresi.

2. Mengurangi tensi sosial, dalam hal ini komunitas the panasdalam melalui thepanasdalam.us mencoba mengurangi tensi sosial mengenai kejadian yang menimbulkan perselisihan yang diakibatkan oleh tingginya tensi sosial. Contoh: di dalam thepanasdalam.us terdapat sebuah forum untuk mengeluarkan unek-unek sehingga dengan begitu diharapkan setelah menulis dan membaca tulisan di thepanasdalam.us aggota komunitas the panasdalam khususnya dan masyarakat luas pada umunya bisa kerbali berpikir dingin.

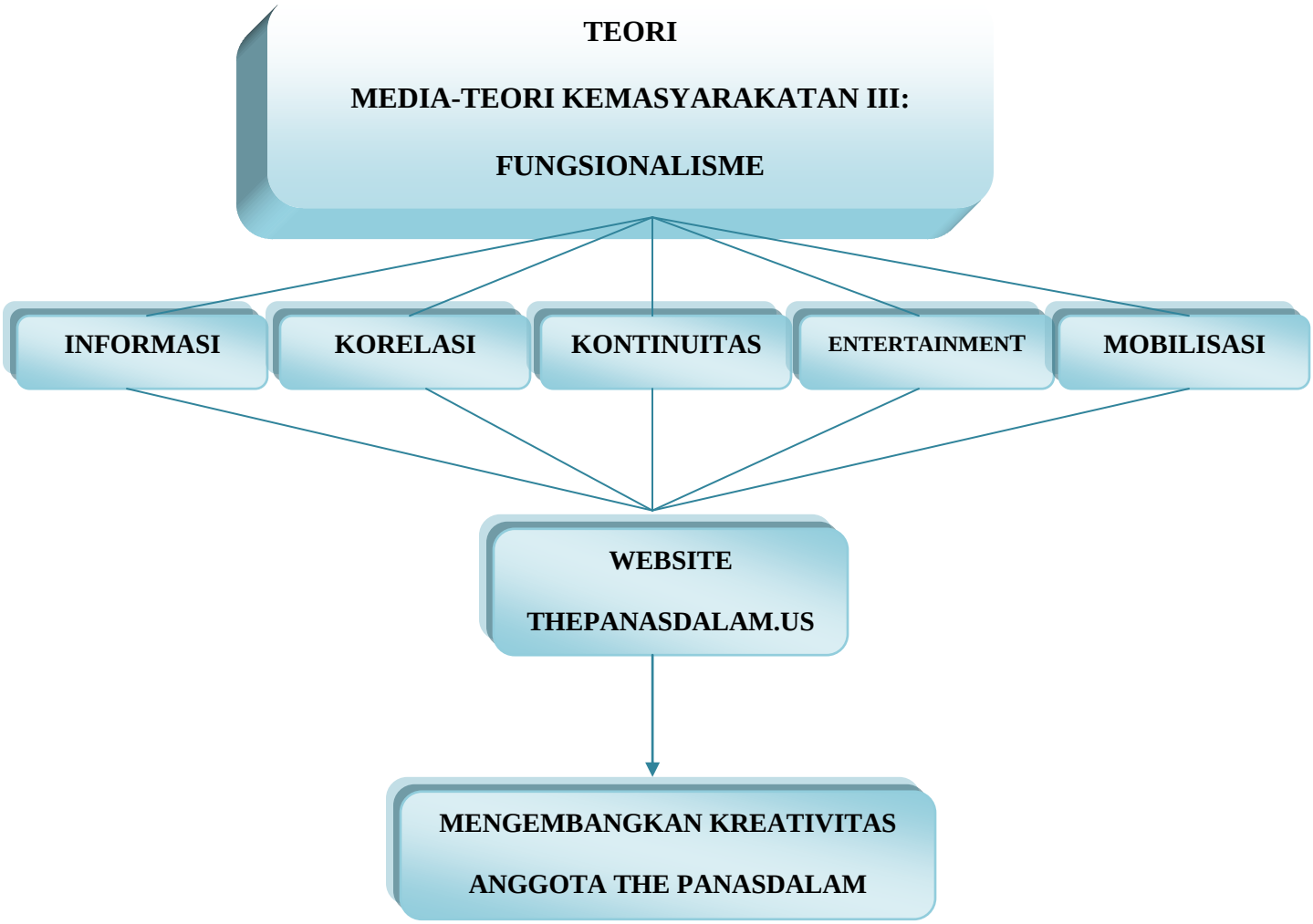
E. Mobilisasi

1. Kampanye untuk tujuan-tujuan objektif dalam masalah politik, perang, ekonomi, pembangunan, pekerjaan hingga terkadang agama. Dalam hal ini the panasdalam membuat kampanye-kampanye mengenai unit kegiatan yang berhubungan dengan kebudayaan tanpa adanya intervensi dari pihak luar, baik itu dari dunia politik atau ekonomi namun komunitas the panasdalam ikut serta dalam

pembangunan daerah tertinggal. Contoh: melalui thepanasdalam.us unit kegiatan the panasdalam institute, mempublikasikan kegiatan-kegiatan yang berhubungan dengan pengembangan daerah tertinggal dan melalui unit kegiatan Front Pembela Islam Kristen Hindu Budha, mencoba untuk tidak membeda-bedakan suatu agama dan diharapkan dengan adanya unit kegitan ini, anggota komunitas the panasdalam mampu menjadi makhluk yang bertoleransi.

GAMBAR 2.1

Aplikasi Alur Pemikiran Mc Quail



Sumber : Peneliti 2012