BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

2.1. Tinjauan Komunikasi

2.1.1 Pengertian Komunikasi

Kata Komunikasi atau *communication* dalam bahasa Inggris berasal dari kata Latin *comunicatio*, yang bersumber dari kata *communis* yang berarti sama. Dalam perspektif umum, kata sama yang dimaksudkan di sini adalah sama makna. (Hikmat, 2011: 68).

Esensinya, menurut Santropoetro dalam Hikmat (2011: 68) adalah kesamaan pengertian di antara mereka yang berkomunikasi. Suatu komunikasi dalam kegiatannya berlangsung melalui suatu proses, yaitu jalan dan urutan kegiatan sehingga terjadi/timbul pengertian tentang suatu hal di antara unsur-unsur yang saling berkomunikasi.

Banyak definisi komunikasi diungkapkan oleh para ahli dan pakar komunikasi seperti yang di ungkapkan oleh Carl. I. Hovland yang dikutip oleh Effendy dalam buku "Ilmu Komunikasi Teori dan Peraktek" ilmu komunikasi adalah: Upaya yang sistematis untuk merumuskan secara tegar asas-asas penyampain informasi serta pembentukan pendapat dan sikap. (Effendy, 2004:10).

Menurut Hovland, dikutip oleh Onong Uchjana Effendy dalam buku "Ilmu Komunikasi Teori dan Peraktek" mendefinisikan komunikasi sebagai berikut : proses mengubah perilaku orang lain. *(communications is the process to modify the behavior of other individuals)*. (Effendy, 2004: 10).

Definisi diatas memberikan gambaran bahwa ketika ingin mengubah perilaku seseorang yakni dengan melakukan komunikasi dengan cara memberikan rangsangan berupa suatu lambang atau bahasa yang dipahami oleh pemberi pesan dan penerima pesan. Perubahan yang diinginkan tidak hanya bersifat perubahaan perilaku tapi juga perubahaan cara berpikir (*mindset*) orang yang dituju. Reaksi perubahaan itu pun bermacam-macam, ada yang langsung atau bahkan ada yang mengalami proses penundaan sampai orang yang dituju benar-benar memahami maksud dari aksi komunikasinya.

Komunikasi merupakan proses seorang komunikator menyampaikan sesuatu, apakah itu pesan, kesan, atau informasi kepada orang lain sebagai komunikan, bukan hanya sekedar memberitahu, tapi juga mempengaruhinya untuk melakukan tindakan tertentu, yakni mengubah perilaku orang lain dengan menggunakan suatu media dalam penyampainnya.

2.1.2 Proses Komunikasi

Menurut Onong Uchjana Effendy, proses komunikasi terbagi menjadi dua tahap yaitu : “Proses komunikasi secara primer” dan “proses komunikasi secara sekunder” (Effendy,2004:11-16). Berikut adalah penjelasan mengenai proses komunikasi tersebut : Proses komunikasi secara primer adalah proses penyampaian pikiran dan atau perasaan seseorang kepada orang lain dengan menggunakan lambang (*symbol*) sebagai media. Lambang sebagai media primer dalam proses komunikasi adalah bahasa, kial, isyarat, gambar, warna, dan lain sebagainya yang secara langsung mampu “menterjemahkan” pikiran dan atau perasaan komunikator kepada komunikan. Sedangkan proses komunikasi secara sekunder adalah proses penyampaian pesan oleh seseorang kepada orang lain dengan menggunakan alat atau sarana sebagai media kedua setelah memakai lambang sebagai media pertama. Seorang komunikator menggunakan media kedua dalam melancarkan komunikasinya karena komunikan sebagai sasarannya berada di tempat yang relatif jauh atau jumlahnya banyak. Surat, telepon, teleks, surat kabar, majalah, radio, televisi, film, dan banyak lagi adalah media kedua yang sering digunakan dalam komunikasi.

2.1.3 Unsur-Unsur Komunikasi

Dalam komunikasi tentunya terdapat unsur pendukung didalamnya. Unsur-unsur tersebut menurut Widjaja (2000: 30) adalah :

- Komunikator

Komunikator adalah seorang penyampai pesan. Dalam komunikasi, setiap orang dapat menjadi komunikator. Dalam komunikasi tatap muka atau yang menggunakan media pandang dengan audio visual, seorang komunikator harus mampu menyesuaikan diri dengan lingkungan dan komunikan penampilan ini sesuai dengan tata krama dan memperhatikan keadaan, waktu dan tempat.

Seorang komunikator juga harus betul-betul menguasai masalah. Apabila tidak, maka setelah proses komunikasi berlangsung akan menimbulkan ketidakpercayaan terhadap komunikator dan akhirnya terhadap pesan itu sendiri yang akan menghambat efektivitas komunikasi. Dalam suatu proses komunikasi timbal balik, yang lebih menguasai masalah akan cenderung memenangkan tujuan komunikasi.

Komunikator juga harus menguasai bahasa dengan baik. Bahasa ini adalah bahasa yang digunakan dan dapat dipahami oleh komunikan. Komunikator mutlak menguasai istilah-istilah umum yang digunakan oleh lingkungan tertentu. Penguasaan bahasa akan

sangat membantu menjelaskan pesan-pesan yang ingin kita sampaikan kepada komunikan. Sebaiknya gunakan bahasa yang baik dan benar.

- **Pesan**

Pesan adalah keseluruhan dari apa yang disampaikan oleh komunikator. Pesan ini mempunyai inti pesan yang sebenarnya menjadi pengarah di dalam usaha mencoba mengubah sikap dan tingkah laku komunikan. Pesan dapat secara panjang lebar mengupas berbagai segi., namun inti pesan dari komunikasi akan selalu mengarah kepada tujuan akhir komunikasi itu.

Pesan terbagi menjadi 3 bentuk, yakni :

Informatif. Bersifat memberikan keterangan-keterangan, kemudian komunikan mengambil kesimpulan dan keputusan sendiri. Dalam situasi tertentu pesan informatif justru lebih berhasil dari pada persuasif, misalnya jika audiensi adalah kalangan cendikiawan

Persuasif. Berisi bujukan, yakni membangkitkan pengertian dan kesadaran manusia bahwa apa yang kita sampaikan akan memberikan perubahan sikap, tetapi perubahan ini adalah atas kehendak sendiri. Perubahan tersebut diterima atas kesadaran sendiri.

Koersif. Penyampaian pesan yang bersifat memaksa dengan menggunakan sanksi-sanksi apabila tidak dilaksanakan. Bentuk yang terkenal dari penyampaian model ini adalah agitasi dengan

penekanan-penekanan yang menimbulkan tekanan batin dan ketakutan di kalangan publik.

- ***Channel (*** **saluran)**

  Channel adalah saluran penyampaian pesan, biasa juga disebut dengan media. Media komunikasi dapat dikategorikan dalam dua bagian yakni :

  Media umum

  Media ini dapat digunakan oleh segala bentuk komunikasi, contohnya radio CB, OHP, dan sebagainya.

  Media massa

  Media ini digunakan untuk komunikasi massal. Disebut demikian karena sifatnya yang masal misalnya : Pers, radio, film dan televisi.

- **Efek**

  Efek adalah hasil akhir dari suatu komunikasi yakni sikap dan tingkah laku orang, sesuai atau tidak sesuai dengan yang kita inginkan. Apabila sikap dan tingkah laku orang lain itu sesuai, maka komunikasi berhasil, demikian juga sebaliknya.

2.1.4 Fungsi Komunikasi

Fungsi komunikasi Menurut Widjaja dalam karyanya "Ilmu Komunikasi : pengantar studi" apabila dipandang dari arti yang lebih luas adalah sebagai berikut :

1. Informasi, pengumpulan, penyimpanan, pemrosesan, penyebaran berita, data, gambar, fakta, pesan, opini, dan komentar yang dibutuhkan agar dapat dimengerti dan beraksi secara jelas terhadap kondisi lingkungan dan orang lain agar dapat mengambil keputusan yang tepat.
2. Sosialisasi, penyediaan sumber ilmu pengetahuan yang memungkinkan orang bersikap dan bertindak sebagai anggota masyarakat yang efektif sehingga ia sadar akan fungsi sosialnya dan dapat aktif di dalam masyarakat.
3. Motivasi, menjelaskan tujuan setiap masyarakat jangka pendek maupun jangka panjang, mendorong orang menentukan pilihan dan keinginannya, mendorong kegiatan individu dan kelompok berdasarkan tujuan bersama yang akan dikejar.
4. Perdebatan dan diskusi, menyediakan dan saling menukar fakta yang diperlukan untuk memungkinkan persetujuan atau menyelesaikan perbedaan pendapat mengenai masalah publik. Menyediakan bukti-bukti relevan yang diperlukan untuk kepentingan umum agar masyarakat lebih melibatkan diri dengan masalah yang menyangkut kepentingan bersama.

5. Pendidikan, pengalihan ilmu pengetahuan dapat mendorong perkembangan intelektual, pembentukan watak, serta membentuk keterampilan dan kemahiran yang diperlukan pada semua bidang kehidupan.
6. Memajukan kehidupan, menyebarkan hasil kebudayaan dan seni dengan maksud melestarikan warisan masa lalu, mengembangkan kebudayaan dengan memperluas horizon seseorang, serta membangun imajinasi dan mendorong kreativitas dan kebutuhan estetiknya.
7. Hiburan, penyebarluasan sinyal, simbol, suara dan imaji dari drama, tari, kesenian, kesustraan, musik, olahraga, kesenangan kelompok, dan individu.
8. Integrasi, menyediakan bagi bangsa, kelompok dan individu kesempatan untuk memperoleh berbagai pesan yang mereka perlukan agar mereka dapat saling kenal dan mengerti serta menghargai kondisi pandangan dan keinginan orang lain.

Sedangkan menurut Mudjito dalam Widjaja mengatakan bahwa fungsi komunikasi adalah :

1. Komunikasi merupakan alat suatu organisasi sehingga seluruh kegiatan organisasi itu dapat diorganisasikan (dipersatukan) untuk mencapai tujuan tertentu.
2. Komunikasi merupakan alat untuk mengubah perilaku para anggota dalam suatu organisasi.

3. Komunikasi adalah alat agar informasi dapat disampaikan kepada seluruh anggota organisasi. (Widjaja, 2000: 64-66).

2.1.5 Tujuan Komunikasi

Menurut Onong Uchjana Effendy, tujuan dari komunikasi adalah:

1. Perubahan sikap (*attitude change*)
2. Perubahan pendapat (*opinion change*)
3. Perubahan perilaku (*behavior change*)
4. Perubahan sosial (*social change*). (Effendy, 2003: 8)

Sedangkan tujuan komunikasi pada umumnya menurut H. A. W. Widjaja adalah sebagai berikut:

a. Supaya yang disampaikan dapat dimengerti. Sebagai komunikator harus dapat menjelaskan kepada komunikan (penerima) dengan sebaik-baiknya dan tuntas sehingga mereka dapat mengikuti apa yang dimaksud oleh pembicara atau penyampai pesan (komunikator).

b. Memahami orang Sebagai komunikator harus mengetahui benar aspirasi masyarakat tentang apa yang diinginkannya. Jangan hanya berkomunikasi dengan kemauan sendiri.

c. Supaya gagasan dapat diterima oleh orang lain Komunikator harus berusaha agar gagasan dapat diterima oleh orang lain dengan menggunakan pendekatan yang persuasif bukan dengan memaksakan kehendak.

d. Menggerakkan orang lain untuk melakukan sesuatu Menggerakkan sesuatu itu dapat berupa kegiatan yang lebih banyak mendorong seseorang untuk melakukan sesuatu yang kita kehendaki. (Widjaja, 2000: 66)

2.2 Tinjauan Tentang Komunikasi Organisasi

2.2.1 Pengertian Komunikasi Organisasi

Komunikasi merupakan suatu kegiatan penyampaian pernyataan manusia dengan lambang-lambang yang mengandung arti. Komunikasi yang efektif hanya dapat tercapai bila pihak-pihak yang terlibat dalam proses komunikasi memberi arti dan makna yang sama terhadap lambanglambang yang digunakan dalam kegiatan komunikasi tersebut.

Istilah organisasi bersumber dari kata Latin *organization* yang berasal dari kata kerja yang juga merupakan kata Latin, *organizare*, yang berarti "*to form as or into a whole consisting of independent or coordinated parts*" (membentuk sebagai atau menjadi keseluruhan dan bagian-bagian yang saling bergantung atau terkoordinasi). (Effendy,2003:114).

Dengan kata lain, secara harfiah organisasi berarti paduan dari bagian-bagian yang saling bergantung satu sama lainnya. Definisi organisasi menurut Rogers dan Rogers yaitu : "Suatu sistem yang mapan dari mereka yang bekerja sama untuk mencapai tujuan bersama, melalui suatu jenjang kepangkatan dan pembagian tugas" (Rogers dan Rogers dalam Effendy, 2003:114).

Rogers dan Rogers memandang organisasi sebagai suatu struktur yang melangsungkan proses pencapaian tujuan yang telah ditentukan, dimana operasi dan instruksi di antara bagian yang satu dengan bagian yang lainnya berjalan secara harmonis, dinamis dan pasti. Suatu pendekatan subjektif memandang organisasi sebagai kegiatan yang dilakukan orang-orang.

Organisasi terdiri dari tindakan-tindakan, interaksi, dan transaksi yang melibatkan orangorang. Organisasi diciptakan dan dipupuk melalui kontak-kontak yang terus-menerus berubah yang dilakukan antara orang-orang antara yang satu dengan lainnya dan tidak eksis secara terpisah dari orang-orang yang perilakunya membentuk organisasi tersebut. Sedangkan pandangan objektif menyarankan bahwa sebuah organisasi adalah sesuatu yang bersifat fisik dan kongkret, dan merupakan struktur dengan batas-batas yang pasti. Istilah "organisasi" mengisyaratkan bahwa sesuatu yang nyata merangkum orang-orang, hubungan-hubungan, dan tujuan-tujuan. (Pace dan Faules dalam Mulyana,2005:11).

Pernyataan Pace dan Faules tersebut memperlihatkan bahwa dalam pandangan subjektif organisasi merupakan kegiatan yang dilakukan orangorang yang satu sama lain saling berinteraksi. Sedangkan pandangan objektif menganggap organisasi mensyaratkan adanya suatu jenjang jabatan ataupun kedudukan yang memungkinkan semua individu tersebut memiliki perbedaan posisi yang jelas, seperti pimpinan, staf pimpinan dan karyawan. Di samping itu, dalam sebuah institusi baik yang komersial maupun sosial, memiliki satu bidang pekerjaan yang menjadi tanggung jawabnya.

Redding dan Sanborn mengatakan bahwa komunikasi organisasi adalah pengiriman dan penerimaan informasi dalam organisasi yang kompleks. Yang termasuk dalam bidang ini adalah komunikasi internal, hubungan manusia, hubungan persatuan pengelola, komunikasi dari atasan kepada bawahan, komunikasi dari bawahan kepada atasan, komunikasi horizontal atau yang

sama tingkatnya dalam organisasi, keterampilan berkomunikasi dan berbicara, mendengarkan, menulis, dan komunikasi evaluasi program. (Redding dan Sanborn dalam Muhammad,2002:65).

Sedangkan Goldhaber (1986) mengemukakan bahwa ”Komunikasi organisasi adalah proses menciptakan dan saling menukar pesan dalam satu jaringan hubungan yang saling bergantung satu sama lain untuk mengatasi lingkungan yang tidak pasti atau selalu berubah-ubah” (Goldhaber dalam Muhammad,2002:67). Komunikasi organisasi dapat didefinisikan sebagai pertunjukan dan pertukaran pesan di antara unit-unit komunikasi yang merupakan bagian dari suatu organisasi tertentu.

Suatu organisasi terdiri dari unit-unit komunikasi dalam hubungan-hubungan hierarkis antara yang satu dengan lainnya dan berfungsi dalam suatu lingkungan (Pace dan Faules dalam Mulyana,2005:31).

Definisi di atas memperlihatkan bahwa adanya pertunjukan dan pertukaran pesan antara unit-unit komunikasi. Pertunjukan dan pertukaran pesan merupakan penyampaian dan penerimaan informasi yang menurut Pace dan Faules, dalam penyampaian dan penerimaan informasi ke seluruh unit-unit organisasi merupakan salah satu tantangan besar dalam organisasi. Proses penyampaian dan penerimaan informasi berhubungan dengan aliran informasi.

Dengan landasan pengertian komunikasi dan organisasi sebagaimana yang telah diuraikan di atas, maka terdapat batasan tentang komunikasi organisasi, yaitu komunikasi antar manusia (*human communication*) yang

terjadi dalam konteks organisasi. Atau dengan definisi yang disebutkan Goldhaber, komunikasi organisasi diberi batasan sebagai arus pesan dalam suatu jaringan yang sifat hubungannya saling bergantung satu sama lain (*the flow of messages within a network of independent relationship*) (Sendjaja, Rahardjo dan Pradekso,2004:133).

2.2.2 Fungsi Komunikasi Dalam Organisasi

Dalam suatu organisasi baik yang berorientasi komersial maupun sosial, tindak komunikasi dalam organisasi atau lembaga tersebut akan melibatkan empat fungsi, yaitu : fungsi informatif, regular, persuasif dan integratif.

1. Fungsi informatif
2. Fungsi regular
3. Fungsi Persuasif
4. Fungsi integratif. (Sendjaja, Rahardjo dan Pradekso, 2004: 136)

Organisasi dapat dipandang sebagai suatu sistem pemrosesan informasi (*information-processing system*). Maksudnya, seluruh anggota dalam suatu organisasi berharap dapat memperoleh informasi yang lebih banyak, lebih baik dan tepat waktu. Informasi yang didapat memungkinkan setiap anggota organisasi dapat melaksanakan pekerjaannya secara lebih pasti.

Fungsi regulatif ini berkaitan dengan peraturan-peraturan yang berlaku dalam suatu organisasi. Pada semua lembaga atau organisasi, ada dua hal yang berpengaruh terhadap fungsi regulatif ini. Pertama, atasan atau orang-orang yang berada di tataran manajemen yaitu mereka yang memiliki

kewenangan untuk mengendalikan semua informasi yang disampaikan. Kedua, berkaitan dengan pesan atau *message*. Pesan-pesan regulatif pada dasarnya berorientasi pada kerja. Artinya bawahan membutuhkan kepastian peraturan tentang pekerjaan yang boleh dan tidak boleh untuk dilaksanakan.

Dalam mengatur suatu organisasi, kekuasaan dan kewenangan tidak akan selalu membawa hasil sesuai dengan yang diharapkan. Adanya kenyataan ini, maka banyak pimpinan yang lebih suka untuk mempersuasi bawahannya daripada *member* perintah. Pekerjaan yang dilakukan secara sukarela oleh karyawan akan menghasilkan kepedulian yang lebih besar dibanding kalau pimpinan sering memperlihatkan kekuasaan dan kewenangannya. Setiap organisasi berusaha untuk menyediakan saluran yang memungkinkan karyawan dapat melaksanakan tugas dan pekerjaan yang lebih baik.

Ada dua saluran komunikasi yang dapat mewujudkan hal tersebut, yaitu saluran komunikasi formal seperti penerbitan khusus dalamsebuah organisasi tersebut (*newsletter*, *bulletin*) dan laporan kemajuan organisasi; juga saluran komunikasi informal seperti perbincangan antarpribadi selama masa istirahat kerja, pertandingan olahraga ataupun kegiatan darmawisata.

2.3 Tinjauan Tentang Peranan

Peranan menurut kamus Bahasa Indonesia adalah tindakan yang dilakukan oleh seseorang di suatu peristiwa. (Kamus Umum Bahasa Indonesia, 1979). Sedangkan menurut kamus komunikasi yang disusun oleh Onong Uchjana Effendy mengatakan bahwa peranan adalah: "Sesuatu yang menjadi bagian atau yang memegang pimpinan secara menonjol dalam suatu peristiwa." (Effendy, 1989:315).

Jadi dapat ditarik benang merah bahwa peranan adalah tindakan yang dilakukan seseorang secara menonjol diantara yang lainnya terhadap suatu peristiwa sehingga memberikan dampak yang berarti. Dari pengertian diatas dapat dijelaskan bahwa seseorang atau sesuatu dapat dikatakan berperan dengan baik jika melakukan suatu tindakan yang menonjol diantara yang lainnya terhadap suatu peristiwa sehingga memberikan dampak yang besar, dalam penelitian ini berarti Pihak Dinas Komunikasi dan Informatika berperan untuk menyediakan layanan informasi bagi publik, informasi yang memiliki unsur mendidik dan tentunya sehat, seperti fasilitas internet publik.

Dinas Komunikasi dan Informatika dapat dikatakan berperan baik, ketika menimbulkan efek yakni minat publik Kota Bandung terhadap informasi sehat serta hal-hal yang bermanfaat lainnya guna memenuhi kebutuhan publik akan informasi.

2.4 Tinjauan Tentang Minat

2.4.1 Definisi Minat

Kamus Besar Bahasa Indonesia menjelaskan bahwa minat adalah kecenderungan hati yang tinggi terhadap sesuatu gairah, keinginan.

Effendy menjelaskan "Minat merupakan kelanjutan dari **perhatian** yang merupakan titik tolak bagi timbulnya **hasrat** (*desire*) untuk melakukan suatu kegiatan yang diharapkan komunikator"(2000: 25).

Minat tumbuh dalam diri seseorang apabila pesan yang disampaikan komunikator diterima dengan penuh perhatian dan menyentuh sisi emosional komunikan. Jika telah terjadi penerimaan pesan yang seperti itu, maka komunikasi yang dilakukan dapat dikatakan berhasil, kemudian akan timbul minat yang merupakan efek dari penyampaian pesan tersebut. Pernyataan tersebut dapat diartikan bahwa minat merupakan sebuah reaksi yang dihasilkan dari penghayatan terhadap sebuah objek tertentu.

Ketika seseorang diberi stimuli yang kemudian diarahkan ke pada sesuatu hal maka seseorang tersebut akan menimbulkan efek yang kemudian diteruskan kepada minat, apakah itu untuk lebih memberikan perhatian atau bahkan memberikan efek acuh terhadap stimuli yang kita berikan.

2.5 Tinjauan Tentang Dinas Komunikasi dan Informatika

Dinas, menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia adalah bagian kantor pemerintah yang mengurus pekerjaan tertentu; jawatan; segala sesuatu yang bersangkutan dengan jawatan (pemerintah), bukan swasta, bertugas, bekerja.(1979. *Kamus Umum Bahasa Indonesia*).

Awal mula berdirinya Dinas Komunikasi dan Informatika (Diskominfo) dimulai dari Kantor Pengolahan Data Elektronik (KPDE) Provinsi Daerah Tingkat I Jawa Barat adalah kelanjutan dari organisasi sejenis yang semula sudah ada di lingkungan Pemerintah Provinsi Daerah Tingkat I Jawa Barat dengan nama Pusat Pengolahan Data (PUSLAHTA) Provinsi Daerah Tingkat I Jawa Barat.

Selanjutnya, berdasarkan ***Perda Nomor 21 Tahun 2008*** tentang Organisasi dan Tata Kerja Dinas Daerah Provinsi Jawa Barat**,** maka Bapesitelda Prov. Jabar diganti menjadi ***Dinas Komunikasi dan Informatika Provinsi*** Jawa Barat disingkat ***DISKOMINFO,*** yang berlokasi di Jalan Tamansari no. 55 Bandung.

Perubahan ini merupakan kenaikan tingkat dan memiliki ruang lingkup serta cakupan kerja lebih luas. Sasarannya tidak hanya persoalan teknis, tapi juga kebijakan, baik hubungannya kedalam maupun menyentuh kepentingan publik khususnya dibidang teknologi informasi. Dengan platform dinas, maka Diskominfo dapat mengeluarkan regulasi mengenai teknologi informasi dalam hal ini informasi yang sehat dan

bermanfaat guna kepentingan Provinsi Jawa Barat, terutama pencapaian Jabar *Cyber Province* Tahun 2012.

2.6 Tinjauan Tentang Internet

2.6.1 Tinjauan Tentang 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 ialah sistem global dari seluruh jaringan komputer yang saling terhubung menggunakan standar Internet Protocol Suite (TCP/IP) untuk melayani miliaran pengguna di seluruh dunia. 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*.

Internet dijaga oleh perjanjian bi- atau multilateral dan spesifikasi teknikal (protokol yang menerangkan tentang perpindahan data antara rangkaian). Protokol-protokol ini dibentuk

berdasarkan perbincangan *Internet Engineering Task Force* (IETF), yang terbuka kepada umum. Badan ini mengeluarkan dokumen yang dikenali sebagai RFC (*Request for Comments*). Sebagian dari RFC dijadikan Standar Internet (*Internet Standard*), oleh Badan Arsitektur Internet (*Internet Architecture Board* - IAB). Protokol-protokol Internet yang sering digunakan adalah seperti, IP, TCP, UDP, DNS, PPP, SLIP, ICMP, POP3, IMAP, SMTP, HTTP, HTTPS, SSH, Telnet, FTP, LDAP, dan SSL.

Beberapa layanan populer di Internet yang menggunakan protokol di atas, ialah *email*/surat elektronik, *Usenet*, *Newsgroup*, berbagi berkas (*File Sharing*), WWW (*World Wide Web*), *Gopher*, akses sesi (*Session Access*), WAIS, *finger*, IRC, MUD, dan MUSH. Di antara semua ini, *email*/surat elektronik dan *World Wide Web* lebih kerap digunakan, dan lebih banyak servis yang dibangun berdasarkannya, seperti milis (*Mailing List*) dan *Weblog*. Internet memungkinkan adanya servis terkini (*Real-time service*), seperti *web radio*, dan *webcast*, yang dapat diakses di seluruh dunia. Selain itu melalui Internet dimungkinkan untuk berkomunikasi secara langsung antara dua pengguna atau lebih melalui program pengirim pesan instan seperti *Camfrog*, *Pidgin* (*Gaim*), *Trilian*, *Kopete*, *Yahoo*! *Messenger*, *MSN Messenger* dan *Windows Live Messenger*.

Beberapa servis Internet populer yang berdasarkan sistem tertutup (*Proprietary System*), adalah seperti IRC, ICQ, AIM, CDDB, dan Gnutella.

Perkembangan Teknologi komunikasi memacu suatu cara baru dalam kehidupan, dari kehidupan dimulai sampai dengan berakhir, kehidupan seperti ini dikenal dengan *e-life*, artinya kehidupan ini sudah dipengaruhi oleh berbagai kebutuhan secara elektronik. Dan sekarang ini sedang semarak dengan berbagai huruf yang dimulai dengan awalan *e* seperti *e-commerce, e-government, e-education, e-library, e-journal, e-medicine, e-laboratory, e-biodiversitiy,* dan yang lainnya lagi yang berbasis elektronika.

Tinjauan Tentang Internet Publik :

Seiring dengan pesatnya laju kebutuhan informasi yang dibutuhkan oleh masyarakat Jawa Barat maka dengan ini Pemerintah Provinsi Jawa Barat berkewajiban untuk mengfasilitasi kebutuhan tersebut yang sesuai dengan Keputusan Menteri Negara Pendayagunaan Aparatur Negara (Meneg PAN) Nomor 63/KEP/M.PAN/7/2003, memberikan pengertian pelayanan publik yaitu segala kegiatan pelayanan yang dilaksanakan oleh penyelenggara pelayanan publik sebagai upaya pemenuhan kebutuhan penerima pelayanan maupun pelaksanaan ketentuan peraturan perundang-undangan. Dengan demikian Dinas

Komunikasi dan Informatika (DISKOMINFO) Provinsi Jawa Barat menyediakan pelayanan publik bagi masyarakat Jawa Barat.

DinasKomunikasi dan Informatika (Diskominfo) Provinsi Jawa Barat telah menyediakan 1 ruangan khusus untuk layanan internet gratis yang bertempat dikantor Diskominfo jalan Taman Sari No. 55 Bandung yang bersifat umum. Adapun layanan ini dilengkapi dengan fasilitas :

- 10 unit Personal Computer;
- Menggunakan Provider Speedy;
- Kecepatan Internet 512 Mb;
- 2 buah Scanner.

layanan ini bisa digunakan bagi siapapun terutama masyarakat Jawa Barat yang membutuhkan/memerlukan informasi melalui media internet.

2.6.2 Tinjauan Informasi Sehat

Menurut salah satu pegawai di Dinas Komunikasi dan Informatika, Informasi sehat adalah informasi yang jauh dari konten pornografi serta sarat mengandung segi edukasi dan segala sesuatu mengenai informasi yang positif.

Sebetulnya terdapat hal-hal lain yang dapat terjadi pada ranah publik seperti internet,akan tetapi sesuai dengan kegiatan yang gencar dilakukan oleh Menteri Komunikasi dan Informatika Tifatul Sembiring, pada beberapa stasiun televisi beliau selalu

mengungkapkan bahwa beliau dan pihaknya (Kementerian Komunikasi dan Informatika) akan terus memerangi pornografi, hal tersebut yang menjadi pegangan Dinas Komunikasi dan Informatika dalam menyelenggarakan ruangan internet publik yang hanya menyediakan informasi sehat.

Informasi adalah sebuah alur dimana didalamnya terdapat sebuah pesan, sebuah makna yang mengandung nilai. Serta kata sehat yang berarti tidak terdapatnya gangguan, dalam ranah penelitian ini peneliti mencoba memberikan arti, peneliti mencoba untuk menjabarkan dengan mengaitkan satu dengan lain hal dimana informasi sehat disini adalah merupakan informasi yang jauh dari konten pornografi dan pornoaksi yang sebelumnya telah dibahas.

Ketika kita mengakses di ruangan tersebut kita akan sulit untuk masuk ke dalam situs berkonten pornografi dimana situs pornografi adalah situs yang memiliki gambar atau video yang sarat akan tampilan buka-bukaan. Memang belum 100% kita terjaga dari situs tersebut dikarenakan satu dan lain hal, akan tetapi kita perlu meyambut baik fasilitas tersebut guna tercapainya alur informasi sehat yang berimbang.

2.6.3 Tinjauan Publik

Secara sederhana pengertian publik secara umum adalah sekelompok individu dalam jumlah besar. Sedangkan dari beberapa pakar dapat diperoleh beberapa pengertian sebagai berikut:

Publik adalah sejumlah orang yang bersatu dalam satu ikatan dan mempunyai pendirian sama terhadap suatu permasalahan sosial. (Emery Bogardus)

Publik adalah sekelompok orang yang dihadapkan pada suatu permasalahan, berbagi pendapat mengenai cara pemecahan persoalan tersebut, terlibat dalam diskusi mengenai persoalan itu. (Herbert Blumer).[1]

Menurut pengertian psikologis, sekelompok orang yang berkumpul di satu tempat dan mempunyai perhatian terhadap suatu masalah atau hal yang sama.

Dari pemaparan diatas terlihat jelas bahwa publik kota Bandung menyimpan perhatian dimana perhatian tersebut cikal bakal dari minat yang kemudian dapat muncul suatu hasrat untuk menggunakan atau memperhatikan sesuatu dalam konteks ini ruangan internet publik.

2.7. Tinjauan Tentang Teori S-O-R (Stimulus – Organism – Response)

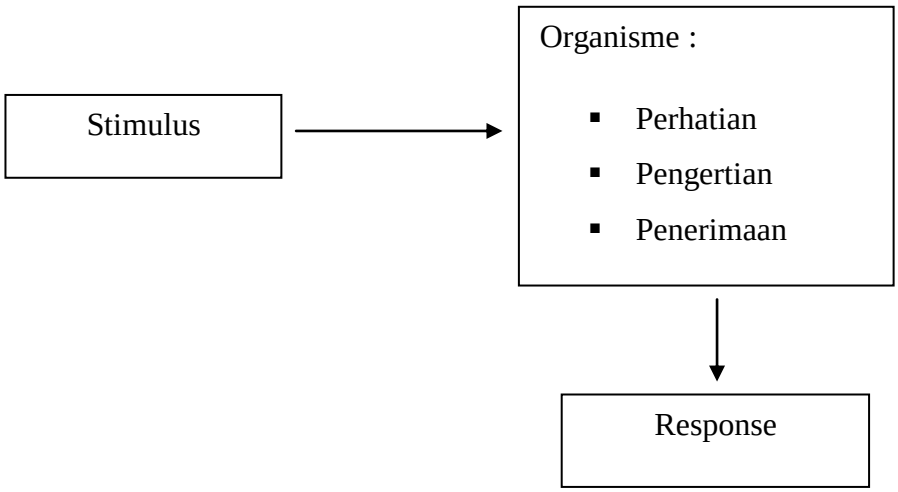
Menurut teori ini, efek yang ditimbulkan adalah reaksi khusus terhadap *stimulus* khusus, sehingga seseorang dapat mengharapkan dan memperkirakan kesesuaian antara pesan dan reaksi komunikan.

[1] http://markbiz.wordpress.com

Jadi unsur-unsur dalam model ini adalah :

- Stimulus (*Stimulus,* S)
- Komunikan (*Organism*, O)
- Efek (*Response*, R)

TEORI S-O-R



(Sumber : Effendy, 2003:255)

Dalam proses komunikasi, yang dapat menjadi *stimulus* untuk merangsang komunikan antara lain adalah pesan yang diberikan oleh komunikator.

Pesan merupakan seperangkat lambang yang bermakna yang disampaiakan oleh komunikan. Agar pesan komunikasi dapat dimengerti komunikan maka harus ditunjang oleh komunikasi yang efektif pula.

Wilbur Schramm menampilkan apa yang disebut "*The Condition Of Success In Communication*" yaitu kondisi yang harus dipenuhi jika kita menginginkan agar suatu pesan membangkitkan tanggapan yang kita kehendaki.

Kondisi tersebut dapat disimpulkan sebagai berikut :

- Pesan harus dirancang dan disampaikan sedemikian rupa sehingga dapt menarik perhatian komunikan
- Pesan harus menggunakan lambang-lambang tertuju kepada pengalaman yang sama antara komunikator dan komunikan, sehingga sama-sama mengerti.
- Pesan harus membangkitkan kebutuhan pribadi komunikan dan menyarankan beberapa cara untuk memperoleh kebutuhan tersebut (Effendy, 1993 : 41)

Merujuk dari uraian diatas, maka dapat ditarik kesimpulan bahwa pesan harus dikemas selengkap mungkin untuk disampaikan kepada komunikan. Salah satunya dengan menyampaikan pesan yang sesuai dengan kebutuhan yang ada pada komunikator.

Komunikan adalah yang menerima pesan dari komunikator (Effendy, 1995 : 19). Ditinjau dari komponen komunikan, seorang dapat menerima sebuah pesan hanya kalau terdapat empat kondisi tersebut :

- Ia dapat dan benar-benar mengerti pesan komunikasi

- Pada saat mengambil keputusan, ia sadar bahwa keputusannya itu sesuai dengan tujuannya.
- Pasa saat ia mengambil keputusan, ia sadar bahwa keputusan itu bersangkutan
- Ia mampu untu menepati baik secara mental maupun secara fisik (Effendy, 1993 : 42)

Adapun komunikan dari penyampian informasi adalah wartawan agar komunikasi yang dilakukan oleh pemerintah daerah kabupaten subang dengan wartawan baik maka harus adanya pengertian yang sama anatar kedua belah pihak mengenai pesan yang ada. Dan wartawan dapat menerima informasi yang di sampaikan oleh pemerintah kabupaten subang dan dapat memceritakan dan menulis kembali informasi yang diterima oleh wartawan dalam media massa sehingga masyarakat juga dapat menerima informasi yang jelas dan benar.