BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Tinjauan Tentang Komunikasi

2.1.1 Pengertian Komunikasi

Komunikasi merupakan suatu hal yang paling dibutuhkan manusia dalam menjalani kehidupan ini, selain kebutuahan jasmani dan rohani. Seorang manusia membutuhkan manusia lainnya untuk hidup, maka dari itu dalam hubungan antar manusia dibutuhkan suatu hal yang diistilahkan sebagai komunikasi. Secara etimologis, komunikasi berasal dari perkataan latin "*communication*", ini bersumber dari perkataan "*communis"* yang berarti sama. Maksud sama dalam pengertian ini adalah sama makna atau sama arti (Effendy, 2003:30).

Hakikat komunikasi adalah proses pernyataan antar manusia. Yang dinyatakan itu adalah pikiran atau perasaan seseorang kepada orang lain dengan menggunakan bahasa sebagai alat penyalurnya (Effendy, 2003:28).

Menurut Carl I. Hovland sebagaimana yang dikutip oleh Onong Uchjana Effendy dalam buku "*Ilmu Komunikasi Teori dan Praktek"* memunculkan istilah *"Science of Communication"* yang didefinisikan sebagi berikut :

> "*A systematic attempt to formulate in rigorous fashion the principles by which information is transmitted an opinions and attitudes are forme"* (Suatu upaya sistematis untuk merumuskan

dengan cara setepat-tepatnya, asas-asas pentransmisian informasi serta pembentukan opini dan sikap) (Effendy, 2003:13).

Dari definisi tersebut, komunikasi dapat diartikan sebagai upaya manusia untuk menyampaikan pikiran, perasaan, ataupun sikap kepada manusia lainnya, dengan harapan penyampaian tersebut dapat dimengerti.

Betapa pentingnya komunikasi dapat terlihat dari timbulnya permasalahan-permasalahan yang timbul akibat komunikasi. Manusia tidak bisa hidup sendiri. Semakin besarnya masyarakat semakin besar pula manusia yang harus dicakup. Akibatnya akan semakin banyak masalah yang timbul, akibat perbedaan-perbedaan diantara manusia yang banyak tersebut. Seperti pikirannya, perasaannya, kebutuhannya, keinginannya, sifatnya, tabiatnya, pandangan hidupnya, dan lain sebagainya.

2.1.2 Tujuan Komunikasi

Setiap individu dalam berkomunikasi pasti mengharapkan tujuan dari komunikasi itu sendiri. Secara umum tujuan berkomunikasi adalah mengharapkan adanya umpan yang diberikan oleh lawan bicara kita serta semua pesan yang kita sampaikan dapat diterima oleh lawan bicara kita dan adanya efek yang terjadi setelah melakukan komunikasi tersebut. Menurut Onong Uchana Effendy dalam buku "*Ilmu Komunikasi Teori dan Praktek"* mengatakan ada pun beberapa tujuan berkomunikasi, yakni :

a. Perubahan sikap (*attitude change*)
b. Perubahan pendapat (*opinion change*)
c. Perubahan perilaku (*behavior change*)
d. Perubahan sosial (*social change*) (Effendy, 2006:8).

Joseph A Devito dalam bukunya "*Komunikasi Antar Manusia"* menyebutkan bahwa tujuan komunikasi adalah sebagai berikut :

1. Menemukan
   Dengan berkomunikasi kita dapat memahami secara baik diri kita sendiri dan diri orang lain yang kita ajak bicara. Komunikasi juga memungkinkan kita untuk menemukan dunia-luar yang dipenuhi objek, peristiwa, dan manusia lain.
2. Untuk berhubungan
   Salah satu motivasi kita yang paling kuat adalah berhubungan dengan orang lain.
3. Untuk meyakinkan
   Media massa ada sebagian besar untuk meyakinkan kita agar mengubah sikap dan perilaku kita.
4. Untuk bermain
   Kita menggunakan banyak perilaku komunikasi kita untuk bermain dan menghibur diri. Kita mendengar pelawak, musik, dan film sebagian besar untuk hiburan. (Devito, 1997:31)

2.2 Tinjauan Tentang Komunikasi Massa

2.2.1 Definisi Komunikasi Massa

Para ahli komunikasi berpendapat bahwa yang dimaksud dengan komunikasi massa adalah kegiatan komunikasi yang mengharuskan unsur-unsur yang terlibat didalamnya saling mendukung dan bekerja sama, untuk terlaksananya kegiatan komunikasi massa ataupun komunikasi melalui media massa, jelasnya merupakan singkatan dari komunikasi media massa. Kemudian para ahli komunikasi membatasi pengertian media massa pada komunikasi dengan menggunakan media massa, seperti surat kabar, majalah, radio, televisi, atau film.

Bagaimana peliknya komunikasi massa, seperti yang dikatakan oleh Onong Uchjana Effendy dalam bukunya Ilmu Komunikasi Teroi dan Praktek, yaitu :

> "Yang dimaksud dengan komunikasi massa adalah komunikasi dengan menggunakan media massa, yang meliputi surat kabar, yang mempunyai sirkulasi yang luas, radio dan televisi yang siarannya ditujukan kepada umum dan film-film yang dipertunjukan di gedung-gedung bioskop" (Effendy, 1990:11).

Sedangkan menurut A Waris Oemi Abdurrahman. *Massa Communication* (komunikasi massa) adalah komunikasi yang menggunakan media massa, yaitu pers radio dan televisi dengan nama "*Message*" dapat diterima oleh komunikannya yang anonim dari heterogen secara "*Timely*" (tepat), massal dan *simulataneously* (bersamaan). (Abdurrahman, 2001:75).

Komunikasi kita artikan setiap bentuk komunikasi massa yang menyampaikan pernyataan secara terbuka melalui media penyebaran teknis secara tidak langsung dan satu arah pada publik yang tersebar.

Komunikasi massa dibedakan dengan komunikasi lainnya dengan suatu kenyataan bahwa komunikasi massa dialamatkan kepada sejumlah populasi dari berbagai kelompok dan bukan hanya satu atau beberapa individu atau sebagai kasus populasi. Komunikasi massa juga mempunyai anggapan tersirat akan adanya alat-alat khusus untuk menyampaikan komunikasi agar komunikasi dapat sampai pada saat yang sama. Semua orang mewakili berbagai masyarakat.

Seperti yang dikutip oleh Jalaludin Rakhmat dalam bukunya "*Psikologi Komunikasi"*, Meletzke (1983) menghimpun banyak definisi, dua diantaranya dikutip disini :

> Bentuk baru komunikasi dapat dibedakan dari corak-corak yang lama karena memiliki karakteristik utama sebagai berikut: diarahkan pada khalayak yang lebih besar, heterogen dan anonim; pesan disampaikan secara terbuka, seringkali mencapai kebanyakan khalayak secara serentak, barsifat sekilas; komunikator cenderung berada atau dalam organisasi yang kompleks yang melibatkan biaya yang besar. (Rakhmat, 1994:189)

Definisi yang dikemukakan oleh Wright, menegaskan adanya perbedaan media massa corak lama dan baru. Media massa corak lama meliputi : teater rakyat, juru dongeng keliling, juru pantun, wayang golek dan lain-lain serta jumlah khalayak terbatas. Sedangkan media massa corak baru meliputi : surat kabar, siaran radio, dan televisi yang ditujukan kepada umum, dan film yang dopertunjukkan di gedung-gedung bioskop serta diarahkan kepada khalayak yang lebih besar.

> Komunikasi massa dibedakan dari jenis komunikasi lainnya dengan suatu kenyataan bahwa komunikasi massa dialamatkan kepada sejumlah populasi dari berbagai kelompok, dan bukan hanya satu atau beberapa individu atau sebagian populasi. Komunikasi massa juga mempunyai anggapan tersirat akan adanya alat-alat khusus untuk menyampaikan komunikasi itu dapat mencapai pada saat yang sama semua orang yang mewakili berbagai lapisan masyarakat. (Rakhmat, 1994:189)

Sedangkan definisi yang paling sederhana tentang komunikasi massa yang dikutip oleh Jalaludin Rakhmat dirumuskan oleh Bittner (1980:10) : "Komunikasi massa adalah pesan yang dikomunikasikan melalui media massa pada sejumlah orang". (Rakhmat, 1994:188)

Definisi yang dikemukakan oleh Bittner menjelaskan, bahwa komunikasi massa ditujukan pada sejumlah besar orang yang tidak terbatas dan jangkauannya sangat luas. Meliputi penduduk yang bertempat tinggal dalam kondisi geografis yang sangat berbeda, kebudayaan yang beragam, agama yang berbeda, status sosial, usia serta jenis kelamin yang berbeda.

Ahli komunikasi lain mendefinisikan komunikasi dengan memperinci karakteristik komunikasi massa. Gerbner (1967) menulis, "Komunikasi massa adalah produksi dan distribusi yang berlandaskan teknologi dan lembaga dari arus pesan yang kontinu serta paling luas dimiliki orang dalam masyarakat industri". (Rakhmat, 1994:188)

Menurut definisi yang dikemukakan oleh Gebner menjelaskan, bahwa komunikasi massa itu merupakan suatu produk teknologi yang dimiliki oleh masyarakat industri, sehingga hasil dari produknya itu dapat menjangkau jutaan manusia bahkan lebih, yang tersebar dalam kondisi geografis yang luas dan terbatas dalam waktu yang sama secara serentak.

Jelasnya, komunikasi dalam komunikasi massa adalah sejumlah orang yang disatukan oleh suatu minat yang sama dan terbuka bagi pengaktifan tujuan yang sama; meskipun orang-orang yang bersangkutan tadi tidak saling mengenal, dan tidak terorganisasikan.

Secara sederhana, komunikasi massa adalah komunikasi melalui media massa, yakni surat kabar, majalah, radio, televisi dan film. Secara teknis kita dapat menunjukkan empat anda pokok dari komunikasi massa,

yang dikemukakan oleh Elizabeth-Noelle Neuman (1973:92), adalah sebagai berikut :

1. Bersifat tidak langsung, artinya harus melalui media teknis.
2. Bersifat satu arah, artinya tidak ada interaksi antara peserta-peserta komunikasi (para komunikan).
3. Bersifat terbuka, artinya ditujukan pada publik yang tidak terbatas dan anonim.
4. Mempunyai publik yang secara geografis tersebar. (Rakhmat, 1994:189)

2.2.2 Ciri-ciri Komunikasi Massa

Seperti diungkapkan Severin dan Tankard, Jr, yang dikutip oleh Onong Uchjana Effendy komunikasi massa itu adalah keterampilan, seni dan ilmu dikaitkan dengan pendapat DeVito bahwa komunikasi massa itu ditujukan kepada massa yang sangat banyak. Bila dibandingkan dengan bentuk-bentuk komunikasi lainnya, maka komunikasi massa mempunyai ciri-ciri khusus disebabkan oleh sifat-sifat komponennya. Ciri-cirinya adalah sebagai berikut :

1. Komunikasi massa berlangsung satu arah
2. Komunikator pada komunikasi massa melembaga
3. Pesan pada komunikasi massa bersifat umum
4. Media komunikasi massa menimbulkan keserempakan
5. Komunikan komunikasi massa bersifat heterogen (Effendy, 2003:22-25)

Sementara itu, ciri komunikasi massa menurut Nurudin dalam bukunya yang berjudul *Pengantar Komunikasi Massa*, yaitu:

1. Komunikator dalam komunikasi massa melembaga
2. Komunikan dalam komunikasi massa bersifat heterogen
3. Pesannya bersifat umum

4. Komunikasinya berlangsung satu arah
5. Komunikasi massa menimbulkan keserempakan
6. Komunikasi massa mengandalkan peralatan teknis
7. Komunikasi massa dikontrol oleh *gatekeeper* (Nurudin, 2007:14)

Beberapa ciri di atas, mengandung makna yang sama seperti yang diungkapkan Effendy, tetapi Nurudin menambahkan dua ciri lain, yaitu bahwa komunikasi massa mengandalkan peralatan teknis. Peralatan teknis yang dimaksud diantaranya yaitu mesin cetak sebagai contoh paling sederhana. Selain itu, pemancar untuk media elektronik sangat dibutuhkan. Apalagi dewasa ini, sudah terjadi revolusi komunikasi massa dengan perantaraan satelit.

Komunikasi massa dikontrol oleh *gatekeeper*, artinya sebelum pesan disampaikan kepada khalayak, ada orang-orang yang bertugas menyaring serta mengemas pesan tersebut agar lebih mudah dipahami. *Gatekeeper* ini cukup berperan dalam menentukan kualitas informasi yang disebarkan.

2.2.3 Fungsi Komunikasi Massa

Seperti yang di kutip oleh Nurudin Fungsi komunikasi massa, menurut Jay Black dan Frederick C. Whitney (1988) antara lain:

1. *To inform* (menginformasikan)
2. *To entertaint* (memberi hiburan)
3. *To persuade* (membujuk)
4. *Transmission of the culture* (transmisi budaya) (Nurudin, 2007:62).

Informasi bisa diperoleh dari siapa saja, tetapi media massa dapat menyajikan informasi secara cepat serta lebih akurat. Khalayak dapat mengetahui informasi berbagai peristiwa atau kejadian dalam waktu bersamaan. Dengan demikian, media massa memenuhi fungsi informasi sehingga khalayak dapat mengambil keputusan dan sikap yang tepat dalam menghadapi suatu situasi.

Madia massa tidak hanya menyajikan informasi yang berat untuk dinikmati khalayak, tetapi juga memberikan pilihan lain yang lebih ringan. Oleh karena itu, salah satu fungsi media massa yaitu sebagai sarana hiburan. Hiburan yang ditampilkan beraneka ragam dan dapat mewakili serta memenuhi kebutuhan khalayak untuk *refreshing* otak.

Berbagai informasi maupun hiburan yang disajikan melalui komunikasi massa tidak lepas pula dari tujuan membujuk. Sebagai contoh, kebijakan pemerintah mengenai program Keluarga Berencana yang diinformasikan melalui media massa dengan tujuan agar masyarakat mengikuti anjuran tersebut. Komunikasi massa dianggap cukup efektif dalam hal membujuk karena dapat menjangkau khalayak yang luas.

Fungsi terakhir dari komunikasi massa yaitu transmisi budaya, dimana media massa berperan menyebarluaskan budaya dari generasi ke generasi. Dengan penyebarluasan hasil kebudayaan dan seni, artinya media massa telah ikut melestarikan warisan masa lalu. Selain itu, dapat pula mengembangkan imajinasi khalayak untuk lebih kreatif sehingga bisa jadi

muncul hasil kreasi baru yang tidak kalah bagus dengan hasil kebudayaan lama.

2.3 Tinjauan Mengenai Media Massa

2.3.1 Pengertian Media Massa

Menurut Asep Syamsul M Romli dalam bukunya yang berjudul *Jurnalistik Terapan* disebutkan bahwa media massa (*mass media*) merupakan singkatan dari Media Komunikasi Massa merupakan *channel of mass communication*, yaitu saluran, alat, atau sarana yang dipergunakan dalam proses komunikasi massa.

2.3.2 Karakteristik Media Massa

Dalam buku *Jurnalistik Terapan* Asep Syamsul M Romli menyebutkan karakteristik media massa meliputi :

1. Publisitas, disebarluaskan pada khalayak.
2. Universalitas, pesannya bersifat umum.
3. Priodisitas, tetap atau berkala.
4. Kontinuitas, berkesinambungan.
5. Aktualitas, berisi hal-hal baru (Romli, 2005:5)

2.3.3 Bentuk-bentuk Media Massa

Menurut Ardianto Elvinaro dalam bukunya "Komunikasi Massa Suatu Pengantar", pada dasarnya media massa dapat dibagi menjadi dua kategori, yakni media massa cetak dan media massa elektronik. Media

cetak yang dapat memenuhi kriteria tersebut adalah surat kabar dan majalah. Sedangkan media elektronik yang memenuhi kriteria media massa adalah radio siaran, televisi, film, media *online* (internet). (Elvinaro, 2007:103)

2.4 Tinjauan Umum Mengenai Internet

2.4.1 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/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.

2.4.2 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, berbelanja,

melakukan transaksi bisnis, dan sebagainya. Maka internet sering disebut sebagai *cyberspace* atau *virtual world* (dunia maya).[3]

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.

2.5 Tinjauan Tentang *Website*

2.5.1 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*).

[3] http://www.scribd.com/doc/53141529/12-BAB-II, diakses tanggal 30 Mei 2011, Pukul 19.57

2.5.2 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/URL - Uniform Resource Locator*)
2. Rumah tempat *website* (*Web hosting*)
3. Bahasa Program (*Scripts Program*)
4. Desain *website*
5. Publikasi *website*
6. Pemeliharaan *website*[4]

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.kompasiana.com. Nama domain diperjualbelikan secara bebas di internet dengan status sewa tahunan. Nama domain sendiri mempunyai identifikasi ekstensi/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 *websit*e instansi pemerintah), or.id (nama domain *website* organisasi).

[4] http://www.balebengong.net/topik/teknologi/2007/08/01/pengertian-website-dan-unsur-unsurnya.html, Pengertian Website dan unsur-unsurnya oleh Hendra W Saputro diakses tanggal 31 Mei 2011, pukul 20.59

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

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 pemerintah. Sedangkan pemeliharaan periodik bisanya untuk situs-situs pribadi, penjualan/*e-commerce*, dan lain sebagainya.

2.6 Tinjauan Umum Mengenai Blog

2.6.1 Pengertian Blog

Menurut Wikipedia, Blog merupakan singkatan dari *"web log"*. Merupakan bentuk aplikasi web yang menyerupai tulisan-tulisan (yang dimuat sebagai *posting*) pada sebuah halaman web umum. Tulisan-tulisan ini seringkali dimuat dalam urut terbalik (isi terbaru dahulu baru kemudian diikuti isi yang lebih lama), meskipun tidak selamanya demikian. Situs web seperti ini biasanya dapat diakses oleh semua pengguna internet sesuai dengan topik dan tujuan dari si pengguna blog tersebut.

2.6.2 Jenis-jenis Blog

Sesuai dengan topik dan tujuannya, blog terbagi kedalam beberapa jenis. Menurut Wikipedia, Jenis-jenis blog terdiri dari :

1. Blog politik: Tentang berita, politik, aktivis, dan semua persoalan berbasis blog (Seperti kampanye).
2. Blog pribadi: Disebut juga buku harian online yang berisikan tentang pengalaman keseharian seseorang, keluhan, puisi atau syair, gagasan jahat, dan perbincangan teman.
3. Blog bertopik: Blog yang membahas tentang sesuatu, dan fokus pada bahasan tertentu.
4. Blog kesehatan: Lebih spesifik tentang kesehatan. Blog kesehatan kebanyakan berisi tentang keluhan pasien, berita kesehatan terbaru, keterangan-ketarangan tentang kesehatan, dll.

5. Blog sastra: Lebih dikenal sebagai *litblog (Literary blog)*.
6. Blog perjalanan: Fokus pada bahasan cerita perjalanan yang menceritakan keterangan-keterangan tentang perjalanan / traveling.
7. Blog riset: Persoalan tentang akademis seperti berita riset terbaru.
8. Blog hukum: Persoalan tentang hukum atau urusan hukum; disebut juga dengan blawgs (Blog Laws).
9. Blog media: Berfokus pada bahasan kebohongan atau tidak konsistennya media massa; biasanya hanya untuk koran atau jaringan televisi.
10. Blog agama: Membahas tentang agama.
11. Blog pendidikan: Biasanya ditulis oleh pelajar atau guru.
12. Blog kebersamaan: Topik lebih spesifik ditulis oleh kelompok tertentu.
13. Blog petunjuk (*directory*): Berisi ratusan link halaman website.
14. Blog bisnis: Digunakan oleh pegawai atau wirausahawan untuk kegiatan promosi bisnis mereka.
15. Blog pengejawantahan: Fokus tentang objek diluar manusia; seperti anjing.
16. Blog pengganggu (*spam*): Digunakan untuk promosi bisnis affiliate; juga dikenal sebagai splogs (Spam Blog).[5]

2.7 Tinjauan Umum *Citizen Journalism*

2.7.1 Pengertian *Citizen Journalism*

Menurut Pandan Yudhapramesti dalam buku "Mengamati Fenomena *Citizen Journalism*" menjelaskan *Citizen journalism* yang juga dikenal dengan beragam nama lain sepereti *participatory journalism* atau *grassroot journalism* adalah jurnalisme orang biasa. Seseorang, tanpa memandang latar balakang pendidikan dan keahlian, dapat merencanakan, menggali, mengolah, dan mempresentasikan informasi, berupa tulisan,

[5] http://id.wikipedia.org/wiki/Blog, Blog diakses tanggal 31 Mei 2011, pukul 21.15

gambar, foto, tuturan (laporan lisan), video, dan lain-lain dalam *Citizen journalism*. (Yudhapramesti, 2007:35)

2.7.2 Jenis-jenis *Citizen Journalism*

Pandan Yudhapramesti mengatakan *Citizen journalism* bukanlah konsep yang sederhana yang dapat dipublikasikan secara sederhana pada seluruh organisai pemberitaan. *Citizen journalism* memiliki konsep yang kompleks dengan beragam variasi. Seperti yang dikutip oleh Pandan Yudhapramesti dalam buku "Mengamati Fenomena *Citizen Journalism*" Steve Outing, senior editor pada the Poynter Institute for Media Studies, mengklasifikasikan *Citizen journalism* kedalam 11 kategori, yaitu :

1. *Citizen journalism* yang membuka ruang untuk komentar publik, dimana pembaca atau khalayak bisa bereaksi, memuji, mengkritik, atau menambahkan bahan tulisan jurnalis profesional. Pada media cetak konvensional, jenis ini bisa kita kenal sebagai ruang surat pembaca.
2. Menambahkan pendapat masyarakat sebagai bagian dari artikel yang ditulis. Warga diminta untuk menuliskan pengalamannya, pada sebuah topik utama liputan yang dilaporkan jurnalis.
3. Kolaborasi antara jurnalis profesional dengan nonjurnalis yang memiliki kemampuan dalam materi yang dibahas, sebagai bantuan dalam mengarahkan atau memeriksa keakuratan artikel. Terkadang profesional nonjurnalis ini dapat juga menjadi kontributor tunggal yang menghasilkan artikel tersebut.
4. *Bloghouse* warga. Melalui blog, orang bisa berbagi cerita tentang dunia, dan bisa menceritakan dunia berdasarkan pengalaman dan sudut pandangnya.
5. *Newsroom citizen transparency blogs*, merupakan blog yang disediakan sebuah organisasi media sebagai upaya transparansi, dimana pambaca bisa memasukan keluhan, kritik, atau pujian atas pekerjaan media tersebut.

6. *Stand-alone citizen journalism site*, yang melalui proses *editing*. Sumbangan laporan dari warga, biasanya tentang hal-hal yang sifatnya sangat lokal, yang dialamai langsung oleh warga. Editor berperan untuk menjaga kualitas laporan, dan mendidik warga (kontributor) tentang topik-topik yang menarik dan layak untuk dilaporkan.
7. *Stand-alone citizen journalism site*, yang tidak melalui proses *editing*.
8. Gabungan *stand-alone citizen journalism website* dan edisi cetak.
9. *Hybrid: Pro + Citizen journalism*. Suatu kerja organisasi media yang menggabungkan pekerjaan jurnalis profesional dengan jurnalis warga. Situs *Ohmy News*, Radio Elshinta, atau Radio Mara FM Bandung termasuk ke dalam kategori ini. Dalam *Ohmy News*, kontribusi berita tidak otomatis diterima sebagai sebuah berita. Editor berperan dalam menilai dan memilih berita yang akan diangkat kehalaman utama.
10. Penggabungan antara jurnalis profesional dan jurnalis warga dalam satu atap, dimana *website* membeli tulisan dari jurnalis profesional dan menerima tulisan jurnalis warga.
11. Model Wiki, dimana pembaca adalah juga editor. Setiap orang bisa menulis artikel dan setiap orang bisa memberi tambahan atau komentar terhadap komentar yang terbit. (Yudhapramesti, 2007:38-40)

2.8 Tinjauan Mengenai Pendekatan Fenomenologi

Dalam bukunya *"Metodologi Penelitian Komunikasi Fenomenologi Konsepsi, Pedoman, dan Contoh Penelitiannya"* Engkus Kuswarno mengatakan fenomenologi adalah studi yang mempelajari fenomena, seperti penampakan, segala hal yang muncul dalam pengalaman kita, cara kita mengalami sesuatu, dan makna yang kita miliki dalam pengalaman kita. (Kuswarno, 2009:22)

Lebih lanjut Engkus Kuswarno mengatakan Fenomenologi bertujuan untuk mengtahui dunia dari sudut pandang orang yang

mengalaminya secara langsung atau berkaitan dengan sifat-sifat alami pengalaman manusia, dan makna yang ditempelkan padanya. (Kuswarno, 2009:35)

Studi dengan pendekatan fenomenologi dengan demikian, berupaya menjelaskan makna pengalaman hidup sejumlah orang tentang suatu konsep atau gejala.