BAB II

TINJAUAN PUSTAKA DAN KERANGKA PEMIKIRAN

2.1 Tinjauan Pustaka

2.1.1 Penelitian Terdahulu

Penelitian terdahulu adalah referensi yang berkaitan dengan penelitian. Penelitian terdahulu yang dijadikan sebagai bahan acuan, antara lain sebagi berikut:

(Muhammad Hardi ja'alhaq,UNIKOM, Jurnalistik,2010) "Manfaat Penggunaan Internal Antara System (IAS) Dalam Proses Pengiriman Berita Oleh Wartawan Lembaga Kantor Berita Nasional (LKBN) ANTARA Biro Jawa barat". Untuk melihat bagaimana manfaatnya, peneliti mencoba menganalisis Penggunaan IAS dilihat dari Kecepatan Pengiriman Berita, Ketepatan Pesan, Jangkauan Komunikasi, dan juga Peningkatan Proses Kerja. Dari hasil penelitian menunjukan bahwa kecepatan pengiriman berita melalui IAS bisa mencapai satu detik, yang berarti sangat baik, ketepatan tujuan pesan melalui penggunaan IAS sangat akurat sehingga wartawan tidak pernah salah dalam mengirimkan berita, jangkauan komunikasi dalam menggunakan IAS bisa di daerah mana saja dikarenakan IAS berbasis internet, penggunaan IAS ini juga bisa meningkatkan proses kerja baik wartawan maupun redaksi. Semua itu menunjukan tercapainya tujuan dari dibuatnya IAS dan juga

mewakili definisi manfaat yang artinya upaya dari sesuatu yang telah ada atau telah berjalan bisa lebih baik dari sebelumnya. Karena media IAS adalah pengganti media sebelumnya yaitu e-mail dan pergantian media itu menunjukan kemajuan.

"(Maryanto,UNIKOM,Jurnalistik,2010) Efektivitas Tayangan Seputar Bandung Raya Pagi Di Bandung TV terhadap Pemenuhan kebutuhan Informasi Pemirsa di Kecamatan Arcamanik". Dengan menganalisis sejauhmana intensitas dan isi pesan tayangan Seputar Bandung Raya Pagi di Bandung TV sebagai indikator dari variabel X, terhadap pemenuhan kebutuhan kognitif, afektif, dan integratif personal pemirsa di Kecamatan Arcamanik sebagai indikator dari variabel Y.

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif. Sedangkan metode penelitian yang digunakan adalah metode survey dengan teknik analisis deskriptif. Data diperoleh dari angket, studi pustaka, dan internet searching. Populasi pada penelitian ini adalah warga daerah kecamatan Arcamanik Bandung yang berjumlah 14664 kepala keluarga. Pengambilan sampel yang digunakan adalah teknik stratified random sampling, maka diperoleh sampel sebanyak 100 kepala keluarga. Teknik analisis data menggunakan korelasi Rank Spearman.

Hasil penelitian menunjukkan ada Hubungan yang tinggi berarti kuat, antara Efektivitas Tayangan Seputar Bandung Raya Pagi di Bandung TV terhadap Pemenuhan Kebutuhan Informasi Pemirsa di

Kecamatan Arcamanik. Hipotesis yang diterima adalah H1 : Ada hubungan antara Efektivitas Tayangan Seputar Bandung Raya Pagi di Bandung TV Terhadap pemenuhan kebutuhan informasi pemirsa di kecamatan arcamanik. Hasil antara Efektivitas Tayangan Seputar Bandung Raya Pagi terhadap pemenuhan kebutuhan informasi sebesar 0,723, yang menunjukkan bahwa Tayangan Seputar Bandung Raya Pagi di Bandung TV dianggap dapat memenuhi kebutuhan informasi pemirsa di Kecamatan Arcamanik.

2.1.2 Tinjauan Tentang Komunikasi

2.1.2.1 Pengertian Komunikasi

Manusia adalah mahkluk yang bermasyarakat dan hidup secara berkelompok. Didalamnya manusia menjalin hubungan dengan sesamanya, untuk menghubungkan diri dengan manusia lain, perlu ada jalinan komunikasi, agar manusia saling mengerti saling menolong dan saling melengkapi *(take and give)*, perlu komunikasi. “Komunikasi adalah sarana vital untuk mengerti diri sendiri, untuk mengerti orang lain, untuk memahami apa yang dibutuhkannya dan apa yang dibutuhkan orang lain, apa pemahaman kita dan apa pemahaman sesama”. (Siahaan,1991:1)

Istilah komunikasi dalam bukunya **Onong Uchjana Effendy** yaitu Ilmu Komunikasi Teori dan Praktek, “komunikasi berasal dari kata Latin *communication*, dan bersumber dari kata *communis* yang berarti sama,sama disini maksudnya sama makna". Jadi kalau dua orang terlibat

dalam komunikasi, misalnya dalam bentuk percakapan, maka komunikasi akan terjadi atau berlangsung selama ada kesamaan makna mengenai apa yang dipercakapkan. Kesamaan bahasa yang dipergunakan dalam percakapan itu belum tentu menimbulkan kesamaan makna. Dengan lain perkataan, mengerti bahasanya belum tentu mengerti makna yang dibawakan oleh bahasa itu. Jelas bahwa percakapan kedua orang tadi dapat dikatakan komunikatif apabila kedua-duanya, selain mengerti bahasa yang dipergunakan, juga mengerti makna dari bahasa yang dipergunakan, juga mengerti dari bahan yang dipercakapkan.

Akan tetapi, pengertian komunikasi yang dipaparkan diatas sifatnya dasariah, dalam arti kata bahwa komunikasi itu minimal harus mengandung kesamaan makna antara dua pihak yang terlibat. Dikatakan minimal karena kegiatan komunikasi tidak hanya informatif, yakni agar orang lain mengerti dan tahu, tetapi juga persuasif, yaitu agar orang lain bersedia menerima suatu paham atau keyakinan, melakukan suatu perbuatan atau kegiatan, dan lain-lain.Adapun beberapa pendapat menurut para ahli tentang pengertian Komunikasi yaitu sebagai berikut.

- Carl I. Hovland

> "Komunikasi adalah proses bilamana seseorang individu (komunikator) mengoper stimulans (biasanya lambang kata-kata) untuk merobah tingkah laku individu lainnya (Komunikan),*(Communicaion is the process by which an individual) (the communicator) transmits stimuli [usually verbal symbols] tomodify the behavior of other individuals communicant).*"(Siahaan,1991:3)

- Onong Uchjana Effendy

  "Komunikasi pada hakekatnya adalah proses penyampaian pikiran atau perasaan oleh komunikator kepada komunikan". (Siahaan,1991:3)

- Gerald R. Miller

  "Komunikasi terjadi ketika suatu sumber menyampaikan suatu pesan kepada penerima dengan niat yang disadari untuk mempengaruhi perilaku penerima". (Mulyana,2007:60)

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

1. Komunikator *(comunicator,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 atau pesan dari seseorang kepada orang lain dengan maksud untuk mempengaruhi orang lain.

2.1.2.2 Proses Komunikasi

Proses komunikasi terbagi menjadi dua tahap,yaitu secara primer dan secara sekunder.(Effendy, 2006: 11).

a. Proses Komunikasi Secara Primer

Proses komunikasi secara primer adalah proses penyampaian pikiran dan atau perasaan seseorang kepada orang lain dengan menggunakan lambang sebagai media. Lambang sebagai media primer dalam proses komunikasi adalah bahasa, kial, isyarat, gambar, warna, yang secara langsung mampu "menerjemahkan" pikiran dan atau perasaan komunikator kepada komunikan. Bahwa bahasa yang paling banyak digunakan dalam komunikasi adalah jelas karena hanya bahasalah yang mampu "menerjemahkan" pikiran seseorang kepada orang lain. Apakah itu berbentuk idea, informasi atau opini baik mengenai hal yang kongkret maupun abstrak.

Kial *(gesture)* memang dapat "menerjemahkan" pikiran seseorang sehingga terekspresikan secara fisik. Akan tetapi menggapaikan tangan, atau memainkan jari-jemari, atau mengedipkan mata, atau menggerakan anggota tubuh lainnya hanya dapat mengkomunikasi kan hal-hal tertentu saja (sangat terbatas).

Demikian dengan isyarat dengan menggunakan alat seperti tongtong, bedug, sirine, dan lain-lain serta warna yang mempunyai makna tertentu. Kedua lambang tersebuut terbatas kemampuannya dalam mentransmisikan pikiran seseorang kepada orang lain.

Gambar sebagai lambang yang banyak dipergunakan dalam komunikasi memang lebih kial, isyarat dan warna dalam hal kemampuan menerjemahkan pikiran seseorang, tetapi tidak melebihi bahasa. Akan tetapi, demi efektifnya komunikasi, lambang-lambang tersebut sering dipadukan penggunaannya.

b. Proses Komunikasi Secara 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

2.1.2.3 Fungsi Komunikasi

Menurut William I. Gorden dalam buku Deddy Mulyana yang berjudul Komunikasi Suatu Pengantar "ada empat macam bagian mengenai fungsi-fungsi komunikasi, fungsi suatu peristiwa komunikasi *(communication event)* tampaknya tidak sama sekali independen, melainkan juga berkaitan dengan fungsi-fungsi lainnya, meskipun terdapat suatu fungsi dominan". (Mulyana,2007:5) yaitu sebagai berikut.

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.

2.1.2.4 Tujuan Komunikasi

R. Wayne Pace, Brent D. Peterson, dan M. Dallas Burnett dalam buku Onong Uchjana yang berjudul Ilmu Komunikasi Teori dan Praktekmenyatakan 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 mengerti danmenerima, 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”.(Mulyana, 2007:4). 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.

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)

2.1.2.5 Jenis Komunikasi

Pada dasarnya komunikasi digunakan untuk menciptakan atau meningkatkan aktifitas hubungan antara manusia atau kelompok.Jenis komunikasi terdiri dari:

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.

- Penamaan atau penjulukan merujuk pada usaha mengidentifikasikan objek, tindakan, atau orang dengan menyebut namanya sehingga dapat dirujuk dalam komunikasi.
- Fungsi interaksi menekankan berbagi gagasan dan emosi, yang dapat mengundang simpati dan pengertian atau kemarahan dan kebingungan.

- 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.

2.1.2.6 Bentuk-bentuk Komunikasi

Di bawah ini dijelaskan Bentuk-bentuk komunikasi yang meliputi

1. Komunikasi Intrapersonal (*Intrapersonal Communication*)

   Komunikasi intrapersonal adalah komunikasi dengan diri sendiri.Contohnya berpikir.Komunikasi ini merupakan landasan komunikasi antar pribadi dan komunikasi dalam konteks-konteks lainnya, meskipun dalam disiplin komunikasi tidak dibahas secara rinci dan tuntas. Dengan kata lain, komunikasi intrapersonal ini melekat pada komunikasi dua orang, tiga orang dan seterusnya, karena sebelum berkomunikasi dengan orang lain biasanya kita berkomunikasi dengan diri sendiri (mempersepsi dan memastikan makna pesan orang lain), hanya saja caranya sering tidak di sadari. Keberhasilan komunikasi kita dengan orang lain bergantung pada keefektifan komunikasi kita dengan diri sendiri.

2. Komunikasi Kelompok

Kelompok adalah kumpulan manusia dalam lapisan masyarakat yang mempunyai ciri atau atribut yang sama dan merupakan satu kesatuan yang saling berinteraksi, kelompok ini misalnya adalah keluarga, tetangga, kawan-kawan, kelompok diskusi dll, sehingga komunikasi kelompok biasanya merujuk pada komunikasi yang dilakukan pada kelompok kecil, jadi bersifat tatap muka, umpan balik dari seorang peserta dalam komunikasi kelompok masih bisa diidentifikasikan dan ditanggapi langsung dari peserta lainnya. Komunikasi kelompok dengan sendirinya melibatkan juga komunikasi antar pribadi.

Menurut Siahaan dalam bukunya yang berjudul *Komunikasi Pemahaman dan Penerapannya* menyebutkan dalam Komunikasi Kelompok dikenal dua tahap aktivitas untuk melakukan pendekatan yaitu:

- Tahap Gagasan *(level of ideas)*

  Pada tahap ini anggota kelompok saling berkomunikasi untuk memecahkan masalah yang dihadapi.Kelompok dengan sendirinya telah terbentuk dalam upaya “gagasan” ini.

- Tahap Emosional Sosial *(Social Emotion Level)*

Pada tahap ini anggota-anggota kelompok saling menegang rasa untuk membina pertautan dan keutuhan antar pribadi dalam kelomppok.Pada tahap ini kelompok menyadari tanggung jawab serta perjuangan bersama, tentu dengan mengorbankan tujuan pribadi berikut kepentingannya.

2.1.2.7 Tinjauan Tentang Komunikasi Massa

2.1.2.7.1 Pengertian 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.

Merujuk pada pendapat Tan dan Wright dalam buku Elvinaro dan Lukiati yang berjudul Komunikasi Massa Suatu Pengantar yaitu:

> "Merupakan bentuk Komunikasi yang menggunakan saluran (media) dalam menghubungkan komunikator dan komunikan secara missal, berjumlah banyak, bertempat

> tinggal yang jauh (terpencar), sangat heterogen, dan menimbulkan efek tertentu". (Elvinaro & Lukiati,2005:3)

Namun menurut ahli komunikasi lainnya yaitu Gerbner komunikasi massa merupakan "Komunikasi massa merupakan produksi dan distribusi yang berlandaskan teknologi dan lembaga dari arus pesan yang kontinyu serta paling luas dimiliki orang dalam masyarakat industri". (Elvinaro & Lukiati,2005:4).

2.1.2.7.2 Ciri-ciri Komunikasi Massa

Bila dibandingkan dengan bentuk-bentuk komunikasi lainnya, maka komunikasi massa mempunyai ciri-ciri khusus disebabkan oleh sifat-sifat komponennya. Ciri-cirinya adalah sebagai berikut :

a. Komunikator terlembagakan

Komunikasi massa melibatkan lembaga,dan komunikator nya bergerak dalam organisasi yang kompleks.

b. Pesan bersifat umum

Komunikasi massa itu bersifat terbuka, artinya komunikasi massa itu di tujukan untuk semua dan tidak ditujukan untuk sekelompok orang tertentu.

c. Komunikatornya Anonim dan Heterogen

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

d. Media massa menimbulkan keserempakan

Kelebihan komunikasi massa dibandingkan dengan komunikasi lainnya, adalah jumlah sasaran khalayak atau komunikan yang dicapai nya relatif banyak dan tidak terbatas.

e. Komunikasi Mengutamakn isi Ketimbang Hubungan

Pada komunikasi antarpersona, unsur hubunagn sangat penting. Sebaliknya, pada komunikasi massa, yang penting adalah unsur isi.

f. Komunikasi massa bersifat satu arah

Secara singkat, komunikasi massa itu adalah komunikasi dengan menggunakan atau melalui media massa. Karena melalui media massa maka komunikator dan komunikannya tidak dapat melakukan kontak langsung.

g. Stimulasi Alat Indra “Terbatas”

Ciri selanjutnya yang dianggap salah satu kelmahannya stimulasi alat indra yang terbatas. Pada komunikasi antarpersona yang bersifat tatap muka, maka seluruh alat indra pelaku komunikasi dapat di gunakan secara maksimal. Tapi pada komunikasi massa tidak.

h. Umpan balik tertunda

Feedback merupakan fakttor penting dalam bentuk komunikasi apa pun. Efektivitas komunikasi seringkali dapat dilihat dari *feedback* yang disampaikan oleh komunikan.

2.1.2.7.3 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.

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.

2.1.2.8 Tinjauan Tentang Media Baru *(New Media)*

Menurut Martin Lister dalam bukunya *New Media a critical introduction*, Istilah *new media* atau media baru lambat laun mulai dikenal pada tahun 1980. Dunia media dan komunikasi mulai terlihat berbeda dengan hadirnya media baru ini, tidak terbatas pada satu sektor atau elemen tertentu. Dalam pengertian ini, munculnya 'media baru' sebagai semacam fenomena yang dilihat dari sisi sosial, teknologi,dan perubahan budaya. (Lister,2009 : 10)

Proses kemajuan terhadap media ini bersifat sentral bagi pemahaman tentang mediamorfosis. *Mediamorfosis* adalah transformasi media komunikasi, yang biasanya ditimbulkan akibat hubungan timbal balik yang rumit antara berbagai kebutuhan yang dirasakan, tekanan persaingan dan politik, serta berbagai inovasi sosial dan teknologi. (Fidler , 2003 : 35)

Media baru tidak muncul begitu saja dan terlepas dari yang lain, semuanya muncul secara bertahap dari metamorphosis media terdahulu. Ketika bentuk-bentuk yang lebih baru muncul, bentuk-bentuk terdahulu cenderung beradaptasi dan terus berkembang bukan mati.

Media baru ini sesungguhnya merujuk pada berbagai perubahan dalam media produksi, distribusi dan penggunaan. Ini adalah perubahan teknologi, tekstual, konvensional dan budaya. Mengingat hal ini, tetap diakui bahwa sejak pertengahan 1980-an sejumlah konsep kedepan yang menawarkan untuk menentukan karakteristik kunci dari bidang media baru secara keseluruhan.

Istilah utama dalam wacana tentang media baru. Ini adalah digital, interaktif, *hypertexual*, virtual, jaringan, dan simulasi. Beberapa contoh seperti internet, website, komputer, multimedia, permainan komputer, CD-ROMS, dan DVD. Media baru bukanlah televisi, film, majalah, buku, atau publikasi berbasis kertas. Sudah jelaslah bahwa *new media* adalah media yang berbasis teknologi komputer, kemajuan teknologinya baik dari segi *hardware* dan *software*.

Media baru juga merupakan bagian dari *cyberculture*, implikasi dari perkembangan teknologi dunia maya sebagai perpanjangan indera manusia menyebabkan lahirnya perilaku baru/sosiologi, dan budaya yang berhubungan dengan penggunaan teknologi dunia maya. *Cyberculture* adalah istilah yang sering digunakan, untuk menunjukkan sesuatu tentang jenis budaya di mana mesin memainkan peran yang sangat penting. *Cyberculture* juga jaringan komunikasi, pemrograman, dan perangkat lunak, *virtual reality* dan menjadikan itu semua sebagai fasilitas media yang membudaya dikalangan masyarakat modern sekarang ini.

Andrew Darley mengatakan efek khusus komputer yang dihasilkan adalah 'budaya digital visual' yang muncul, bersama *video gam*e, *video pop*, *digital imaging* dalam animasi iklan dan komputer.

Menurut Soleh Soemirat Media baru yang sangat fenomenal dan diminati oleh banyak orang di seluruh penjuru dunia adalah Internet. Internet adalah merupakan jaringan longgar dari jaringan komputer yang menjangkau jutaan orang diseluruh dunia. (Soemirat,2002 : 122). Pada mulanya internet dikembangkan oleh Pentagon, pada tahun 1960-an internet merupakan sistem hubungan jarak jauh dari berbagai jaringan komputer, yang dihubungkan melalui modem dan jalur telepon.

Menurut Anne Gregory, dalam bukunya Hubungan Media yang Efektif,Internet merupakan suatu sumber informasi yang sangat besar. Namun hal tersebut tergantung dari apa yang dilihat oleh si pengguna internet dari keaneka ragaman sumber informasi yang tersedia. Dengan ditemukannya mesin pencari (*search engine*) seperti *google* dan *yahoo*, maka hal tersebut menjadi semakin mudah untuk dilakukan. Pada tahun 1990, seorang ilmuwan Eropa mengembangkan *World Wide Web* (WWW) atau biasa yang kita kenal dengan website. *Website* merupakan halaman-halaman informasi yang berbentuk teks, grafik, dan *hypertext.*

Informasi yang diletakan di WWW disebut *homepage*. Setiap h*omepage* mempunyai alamatnya sendiri-sendiri. Informasi yang

disajikan dalam website bukan hanya berupa teks, tetapi juga berupa gambar bahkan multimedia.

2.1.2.9 Tinjauan mengenai Internet

2.1.2.9.1 Pengertian Internet

Internet adalah jaringan komputer yang dapat menghubungkan suatu komputer atau jaringan komputer dengan jaringan komputer lain, sehingga dapat berkomunikasi atau berbagi data tanpa melihat 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 computernetworks* atau sebuah jaringan komputer dalam skala 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[1].

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

[1]http://hasheem.wordpress.com/bahan-ajar/definisi-internet/ 8-maret-2012

kali padatahun 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.

2.1.2.9.2 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 webjaringan 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)[2].

2.1.2.9.3 Fasilitas Internet

1. Web

Adalah fasilitas *hypertext* untuk menampilkan data berupa teks, gambar, bunyi, animasi dan data multimedia lainnya, yang diantara data tersebut saling berhubungan satu

[2]http://www.scribd.com/doc/53141529/12-BAB-II, 8 maret 2012

sama lain.Untuk memudhakan Anda membaca data dan informasi tersebut, anda dapat mempergunakan *web browser* seperti internet *explorer* ataupun *Netcape.*

2. *E-mail* (*Electronic Mail*)

   Dengan menggunakan fasilitas ini Anda dapat mengirim dan menerima surat elektonik (*email*) pada/dari pemakai Komputer lain yang terhubung di internet,dan dapat menyertakan *file* sebagai lampiran (*attachment*).

3. *Newsgroup*

   Fasilitas ini digunakan untuk mendistribusikan artikel, berita, tanggapan, surat , penawaran, ataupun file pemakai internet lain yang tergabung dengan kelompok diskusi untuk topik tertentu.Dengan fasilitas ini pula anda dapat melakukan diskusi, seminar ataupun konferensi dengan cara elektronik tanpa terikat waktu, ruang dan tempat.

4. FTP (*File Transfer Protocol*)

   Fasilitas ini digunakan untuk menghubungkan ke server komputer tertentu dan bila perlu menyalin (*download) file* yang anda butuhkan dari server tersebut dan menyimpannya di Komputer Anda. (Gatot Harijoso : 2000).

2.1.2.10 Tinjauan Mengenai Pemenuhan Kebutuhan Informasi

Menurut Davis dalam Abdul Kadir, Informasi adalah data yang telah diolah menjadi sebuah bentuk yang berarti bagi penerimanya dan

bermanfaat bagi pengambilan keputusan saat ini atau saat mendatang. (2003: 283) Katz mengklarifikasikan kebutuhan manusia apabila dikaitkan dengan media massa yang dihadapinya menjadi :

1. Kebutuhan kognitif

Yaitu kebutuhan-kebutuhan yang berkaitan dengan usaha-usaha untuk memperkuat informasi, pengetahuan serta pengertian tentang lingkungan kita. Kebutuhan ini didasarkan pada keinginan untuk mengerti dan menguasai lingkungan. Kebutuhan Kognitif juga dapat terpenuhi oleh adanya dorongan-dorongan seperti keingintahuan (curiosity) dan penjelajahan (explanatory) pada diri kita.

2. Kebutuhan Afektif

Yaitu kebutuhan yang berhubungan dengan usaha-usaha untuk memperkuat pengalaman yang bersifat keindahan, kesenangan dan emosional. Mencari kesenangan dan hiburan merupakan motivasi yang pada umumnya dapat dipenuhi oleh media.

3. Kebutuhan Integratif personal

Yaitu kebutuhan-kebutuhan yang berhubungan dengan usaha-usaha yang memperkuat kepercayaan, kesetiaan, status pribadi. Kebutuhan seperti ini dapat diperoleh dari adanya

keinginan setiap individu untuk meningkatkan harga diri. (Liliweri, 1991:135-138).

2.1.2.11 Tinjauan Mengenai Informasi

2.1.2.11.1 Pandangan Tentang Informasi

Dalam kehidupan sehari-hari sering kali orang menggunakan kata informasi. Semua kegiatan yang dilakukan oleh manusia, membutuhkan informasi yang tepat agar kegiatan dapat dikendalikan dengan baik sesuai dengan tujuan kegiatan yang bersangkutan. Informasi yang dibutuhkan oleh manusia biasanya disesuaikan dengan kegiatan serta minat manusia itu sendiri. Kendatipun semua orang setuju bahwa informasi merupakan unsur dasar dalam komunikasi, tidak seluruhnya sepakat mengenai perngertian informasi itu sendiri.

> "Komunikasi adalah suatu tingkah laku perbuatan atau kegiatan penyampaian atau pengoperan lambang-lambang yang mengandung makna atau arti. Penyampaian suatu gagasan atau informasi dari seseorang kepada orang lain. Atau suatu pemindahan atau penyampaian informasi mengenai pikiran dan perasaan-perasaan." (Widjaja, 1991:29)

Menurut **Azhar Susanto** dalam bukunya *Sistem Informasi Manajemen (Konsep dan Pengembangannya)* mendefinisikan informasi sebagai berikut "Informasi adalah hasil pengolahan data yang memberikan arti dan manfaat". (Susanto, 2007:40). Informasi merupakan hasil dari pengolahan

data, akan tetapi tidak semua hasil dari pengolahan tersebut bisa menjadi informasi, hasil pengolahan data yang tidak memberikan makna atau arti serta tidak bermanfaat bagi seseorang bukanlah informasi bagi orang tersebut.

Sejalan dengan pengertian diatas selanjutnya informasi menurut **Wiryanto** diartikan sebagai,

1. Suatu pesan yang dismpaikan kepada seseorang atau sejumlah orang yang baiginya merupakan hal baru diketahuinya.
2. Data yang telah diolah untuk disampaikan kepada yang memerlukan atau untuk mengambil keputusan mengenai suatu hal.
3. Kegiatan menyebarluaskan pesan disertai penjelasan, baik secara langsung ataupun melalui media komunikasi, kepada khalayak yang baginya merupakan hal atau peristiwa yang baru. (Wiryanto, 2005:17-18)

Onong **Uchjana Effendy** dalam Kamus Komunikasi, menjelaskan informasi (keterangan, penerangan) adalah :

1. Suatu pesan yang disampaikan kepada seseorang atau sejumlah orang yang baginya merupakan hal yang barudiketahui
2. Data yang telah diolah untuk disampaikan kepada seseorang; sejumlah orang yang baginya merupakan hal yang baru diketahui
3. Kegiatan menyebarluaskan pesan disertai penjelasan, baik secara langsung, maupun melalui mdia komunikasi. khalayak yang baginya merupakan hal atau peristiwa
4. Segala infornasi yang harus diketahui oleh publik merupakan suatu masukan untuk menghilangkan keragu-raguan dalam menjalani hidupnya, dengan adanya informasi yang aktual akan mempercepat publik dalam mengambil keputusan dalam hidupnya
5. Data yang telah diproses kedalam suatu bentuk yang mempunyai nilai nyata dan terasa bagi keputusan saat itu atau mendatang, informasi harus mempunyai arti pada komunikan dan nilai nyata dalam kehidupan masyarakat. Proses

> pengolahan data yang baik ditunjang pula dengan penyampaian dan proses komunikasi yang benar dan tepat kepada masyarakat. (Effendy, 1989; 177-178)

Menurut **Shannon** dan **Weave**r seperti yang dikutip oleh **Wahyudi** mengemukakan bahwa Informasi sebagai objek materi Ilmu Komunikasi mempunyai makna sebagai berikut *: "Patterned matter energy that the probabilities of alternative available an individual making decision.*" (Informasi adalah hal atau energi yang mempengaruhi dan memungkinkan seseorang membuat keputusan dari beberapa kemungkinan alternatif yang ada.) (Wahyudi, 1986).

Lain halnya dengan Liliweri dalam bukunya, Dasar-dasar Periklanan yang mengatakan bahwa : "Informasi merupakan kunci utama dalam pengambilan keputusan yang efektif." (liliweri,1994;31)

2.1.2.11.2 Sifat-Sifat Informasi

Untuk dapat menyajikan informasi yang terpilih maka harus diketahui sifat-sifat informasi. Sifat-sifat informasi adalah:[3]

1. Informasi yang relevan dan yang tidak relevan. Yang dimaksud dengan informasi yang relevan adalah informasi yang ada hubungannya atau ada kepentingannya bagi si

[3] http://id.wikipedia.org/wiki/situs_teknologi di unduh tgl 10 Maret 2012 Pukul 09:34

penerima, sedangkan informasi yang tidak ada atau sedikit sekali kepentingan bagi si penerima.

2. Informasi dapat berguna dan kurang berharga.
3. Informasi dapat tepat waktunya dapat pula tidak tepat waktunya. Informasi dikatakan tepat waktunya apabila dapat mencapai si penerima sebelum ia melakukan pengambilan keputusan. Tetapi apabila informasi tersebut terlambat datangnya setelah keputusan diambil, maka informasi tersebut tidak tepat waktunya atau telah basi.
4. Informasi dapat valid dan dapat tidak valid. Apabila informasi yang diberikan kepada seseorang merupakan informasi yang keliru, maka informasi tersebut merupakan informasi yang tidak valid, sebaliknya bila informasi itu benar maka informasi itu valid.

2.1.2.11.3 Fungsi Informasi

Suatu informasi dapat mempunyai beberapa fungsi, antara lain:

1. Menambah pengetahuan. Adanya informasi akan menambah pengetahuan bagi penerimanya yang dapat digunakan sebagai bahan perimbangan yang mendukung proses pengambilan keputusan.
2. Mengurangi ketidakpastian. Adanya informasi akan mengurangi ketidakpastian karena apa yang akan terjadi dapat diketahui sebelumnya, sehingga menghindari kearguan pada saat pengambilan keputusan.

3. Mengurangi resiko kegagalan. Adanya informasi akan adanya resiko kegagalan karena apa yang akan terjadi dapat diantisipasi dengan baik, sehingga kemungkinan terjadinya kegagalan akan dapat dikurangi dengan pengambilan keputusan yang tepat.
4. Mengurangi keanekaragaman/variasi yang tidak diperlukan. Adanya informasi akan mengurangi keanekaragaman yang tidak diperlukan, karena keputusan yang diambil lebih terarah.
5. Memberi standar-standar, aturan-aturan, ukuran-ukuran, dan keputusanyang menentukan pencapaian sasaran dan tujuan.

2.1.2.11.4 Penyampaian Informasi

Informasi dapat disebut pesan. Pesan terjadi karena ada penyampain pesan dan penerima pesan. Terjadi informasi membuat terjalinnya hubungan antara penyampai pesan dan penerima pesan. Berbicara tentang terjalinnya hubungan antara penyampai pesan dengan penerima pesan dapat disebutkan tingkat hubungan yang terjadi dari kedua pihak :

1. Tingkat yang paling rendah yang biasa disebut dengan ritual.
2. Membicarakan orang lain.
3. Menyatakan gagasan dan pendapat.
4. Taraf dan tingkat perasaan. (Widjaja, 2010:30-32)

> “Para penulis lazim mendefinisikan komunikasi sebagai pemindahan (transfer) (Luthans,1973) atau pertukaran (exchange) (Katz & Kahn,1969) informasi. Dalam konteks ini, informasi merujuk kepada kata-kata (dalam pesan tertulis) dan bunyi (dalam pesan terucap) dalam pertunjukkan kita.” (Pace & Don F.Faules, 2005:28)

Luthans (1973) sebagaimana yang dikutip oleh **Pace & Faules** dalam bukunya Komunikasi Organisasi mengungkapkan, dalam definisi informasinya hal-hal seperti rangsangan indera, semua bentuk bahasa, termasuk statistik, dan akutansi dan perilaku non verbal adalah sebuah informasi.

Sedangkan definisi menurut **Pace & Faules** dalam bukunya, informasi adalah:

> ”Suatu istilah untuk merujuk kepada apa yang kita sebut pertunjukan-pesan dan sering digunakan untuk merujuk kepada nilai keuntungan dan kerugian, evaluasi kinerja dan pendapat pribadi yang dinyatakan dalam surat dan memo, laporan teknis, dan data.” (Pace & Faules, 2005:28)

Untuk memperjelas mengenai informasi, Fisher (1986) dalam Sendjaja mengelompokan berbagai pandangan mengenai konsep informasi ke dalam tiga buah variasi yaitu:

a. Penggunaan istilah informasi untuk mmenunjukkan fakta atau data yang dapat diperoleh selama tindakan komunikasi berlangsung.

b. Penggunaan informasi untuk menunjukan makna data. Informasi berbeda dari data. Informasi adalah arti, maksud dan makna yang dikandung data.

c. Istilah informasi menurut teori informasi, yang menganggap informasi sebagai jumlah ketidakpastian yang dapat di ukur dengan cara mereduksi sejumlah alternatif pilihan yang tersedia. Informasi berkaitan erat dengan situasi yang tidak pasti. (Sendjaja,2007:4.3)

> Definisi informasi menurut **Jalaludin Rakhmat**, adalah : "Informasi juga dapat diartikan segala sesuatu yang mengurangi ketidakpastian/ mengurangi jumlah kemungkinan dalam situasi. Informasi bersumber dari manusia baik dalam bentuk ide, gagasan, opini/ pendapat yang berupa sikap, pendapat, keyakinan serta tingkah laku seseorang. Dengan informasi manusia memiliki nilai lebih yaitu dapat mengetahui apa yang telah, sedang dan akan terjadi di sekitar lingkungan kehidupannya". (Rakhmat, 1991 : 223)

2.1.2.12 Tinjauan Mengenai Manfaat

2.1.2.12.1 Definisi Manfaat

Menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia, manfaat memiliki pengertian sebagai berikut :

" Sebagai guna, cara, perbuatan memanfaatkan atau kegunaan yang dilakukan seseorang untuk bersama " (kamus Besar Bahasa Indonesia, 2009 : 873)

2.1.2.13 Tinjauan Mengenai *Twitter*

Twitter merupakan layanan *micro-blogging* dan jejaring sosial, *Twitter* adalah layanan online yang bertumbuh paling cepat pada saat ini. Firma riset media The Nielsen Co mengungkapkan, *Twitter* merupakan satu-satunya layana online di dunia yang jumlah penggunanya sanggup bertumbuh lebih dari 1.000% perbulan.Nielsen menemukan, jumlah pengguna *Twitter* rata-rata bertumbuh 1,382% perbulan. Hingga Agustus 2009, jumlah pasti pengguna *Twitter* di dunia tidak di ketahui.penyebabnya, pengelola *Twitter*, yaitu *Twitter* Inc, belum merilis angka pasti jumlah pengguna *Twitter* di dunia. Namun begitu, Nielsen meyakini,sekitar 10% pengguna internet di dunia sudah menggunakan *Twitter.* Menegaskan kesahihan hasil survey Nielsen tersebut,firma pemasaran *online* HubSpot Inc mengungkapkan, *Twitter* merupakan satu-satunya layanan *online* di dunia yang jumlah penggunanya terus bertambah antara 5.000 hingga 10.000 pengguna baru per hari.

Situs yang didirikan pada tahun 2006 lebih menonjolkan pada informasi yang dibawanya akan apa saja peristiwa yang terjadi di permukaan bumi ini. Hal tersebut di tegaskan pada perubahan pertanyaan yang dilontarkan. Tak lagi menekankan pada "*what are you doing*?" tetapi "*what happenings*?", dan pertanyaan ini yang harus dijawab oleh para pengguna setiap saat. Hanya dalam waktu sekian detik, peristiwa yang

terjadi di Indonesia maupun belahan dunia manapun akan bias terdeteksi oleh pengguna karena tak ada batasan region ataupun pembatas lainnya .

2.1.1.13 Tinjauan Mengenai *Followers*

2.1.1.13.1 Definisi Followers

Dalam arti kebahasaan, ‘Follower‘ merupakan kata dari bahasa Inggris yang berarti pengikut. Istilah ini kemudian menjadi populer di salah satu jagad microblogging ber-icon burung biru, yaitu *Twitter*, **Follower adalah account *Twitter* yang mengikuti update tweet anda**, Istilah ini kemudian diadaptasi juga oleh WordPress.com sebagai pengganti kata ‘Subscriber‘. Ditinjau dari makna dua kata tersebut, memang ‘Follower‘ lebih mewakili aktivitas ini. Pembaca mengikuti aktivitas penulis secara suka rela, follow, sehingga aktivitas posting apapun dapat diketahui secara cepat.

2.2 Kerangka Pemikiran

Kerangka pemikiran merupakan alur pikir yang dijadikan sebagai skema pemikiran atau dasar-dasar pemikiran untuk memperkuat sub focus yang melatarbelakangi penelitian ini. Dalam kerangka pemikiran ini peneliti akan mencoba menjelaskan masalah pokok penelitian. Dalam penelitian ini peneliti mencoba mengulas Manfaat Akun Twitter @infobdg

dalam pemenuhan kenutuhan informasi bagi para followersnya di kota Bandung sebagai fokus penelitian.

2.2.1 Kerangka Teoritis

Perkembangan zaman yang semakin pesat menimbulkan lahirnya beranekaragam media informasi, mulai dari media cetak sampai elektronik. Dimana semua kemunculan media yang semakin canggih tersebut bertujuan untuk memudahkan para pengguna memperoleh informasi yang di butuhkannya dalam proses pencarian informasi. Hal ini membuat informasi lebih mudah untuk diakses siapa saja dan kapan saja, akan tetapi setiap pengguna harus dapat mencari informasi yang sesuai dengan kebutuhannya, supaya informasi tersebut mempunyai nilai guna, keuntungan, dan proses bagi para pengguna. Hal-hal tersebut merupakan konsep dari judul peneliti yaitu Manfaat Akun Twitter @infobdg dalam Pemenuhan Kebutuhan Informasi bagi para Followersnya dikota Bandung, berikut penjelasan konsep – konsep tersebut lebih lanjut.

Menurut **Azhar Susanto** dalam bukunya *Sistem Informasi Manajemen (Konsep dan Pengembangannya)* mendefinisikan informasi sebagai berikut ”Informasi adalah hasil pengolahan data yang memberikan arti dan manfaat”. (Susanto, 2007:40). Informasi merupakan hasil dari pengolahan data, akan tetapi tidak semua

hasil dari pengolahan tersebut bisa menjadi informasi, hasil pengolahan data yang tidak memberikan makna atau arti serta tidak bermanfaat bagi seseorang bukanlah informasi bagi orang tersebut.

Informasi tersebut memiliki nilai-nilai yang berbeda di mata pengguna, baik itu nilai yang dianggap bagus maupun nilai yang dianggap tidak bagus jika nilai tersebut baik buat pengguna atau pengkonsumsi informasi maka kebanyakan orang informasi tersebut memiliki nilai yang lebih bahkan tinggi, begitu juga sebaliknya.

Nilai merupakan harga dari sesuatu, sedangkan **guna** yaitu suatu faedah jadi nilai guna adalah nilai atau harga yang berfaedah atau bermanfaat. Tentu nilai tersebut memiliki keuntungan atau manfaat nya buat individu masing-masing.

Keuntungan adalah sesuatu yang kita lakukan bisa menambah ilmu, pengalaman, dan wawasan. Keuntungan itu tidak hanya sekadar untuk mendapatkan manfaat bagi diri sendiri, tetapi apa yang kita lakukan itu justru harus banyak menguntungkan dan memuaskan orang lain.

Dalam suatu pengambilan informasi tentu ada suatu langkah-langkah yang di tempuh untuk mencapai suatu tujuan begitu juga dengan akun Twitter @infobdg ini, dimana semua pencarian informasi harus melalui proses :

Proses, dapat diartikan sebagai :

> " **Proses** adalah serangkaian langkah sistematis, atau tahapan yang jelas dan dapat ditempuh berulangkali, untuk mencapai hasil yang diinginkan. Jika ditempuh, setiap tahapan itu secara konsisten mengarah pada hasil yang diinginkan[4].

Kehadiran Akun Twitter @infobdg sebagai media pemenuhan kebutuhan informasi tentu saja mendatangkan banyak manfaat yang dirasakan oleh Followers.

Menelaah manfaat keberadaan akun Twitter @infobdg di kota Bandung saat ini , maka kita akan diantarkan pada sebuah kenyataan bahwa sebuah bentuk media penyebarluasan informasi dapat menjadi sebuah jembatan yang mampu menjembatani kebutuhan informasi khalayak.

Menurut kamus besar bahasa Indonesia, **Manfaat** di artikan sebagai :

"Guna, cara, perbuatan memanfaatkan atau kegunaan yang dilakukan seseorang untuk bersama. Artinya, dalam pengaplikasian pada kehidupan sehari-hari manfaat ada sesuatu hal yang dilakukan seseorang untuk mendatangkan nilai guna bagi bersama". (KBBI,2002:750)

Dan menurut Sinclair dalam Hardi definisi manfaat di artikan sebagai berikut, pengertian manfaat (*advantage*) yaitu "*An advantage is a way in which one thing is better than another*". Dengan demikian manfaat adalah upaya atau cara untuk membuat

[4] ."(http://www.artikata.com/arti-337683-latar+belakang.html, Kamis,16 Mei 2012 Pukul 12.16)

sesuatu yang telah ada atau telah berjalan menjadi lebih baik dari sebelumnya. Manfaat berarti juga peningkatan.

”Manfaat kegiatan komunikasi itu sendiri terbagi menjadi 4 (empat) yaitu, untuk memberikan informasi *(to inform)*, untuk mendidik *(to educate)*, untuk menghibur *(to entertaint)*, dan untuk mempengaruhi *(to influence/persuasive)*”. (Effendy, 2000:55).

2.2.2 Kerangka Konseptual

Dalam penelitian ini peneliti berusaha menjelaskan tentang Manfaat Akun *Twitter* @infobdg dalam pemenuhan kebutuhan informasi bagi para *follower*snya di Kota Bandung dan peneliti disini mencoba menyimpulkan dan mengaplikasikannya kedalam konsep-konsep yaitu,“informasi, nilai guna, Keuntungan, dan proses, akun *Twitter* @infobdg dalam menyampaikan informasi bagi para pengungjung akun @infobdg Sebagai Media informasi” yang merupakan konsep dalam penelitian ini. Seperti yang sudah dijelaskan diatas, maka peneliti akan mengaitkan dengan konsep atau judul yang telah dibuat.

Terbentuknya Akun Twitter @infobdg di latar belakangi oleh alasan kebutuhan masyarakat kota Bandung akan pemenuhan kebutuhan Informasi sehingga mereka (Akun Twitter @infobdg) melakukan sebuah tindakan, yaitu membuat sebuah akun Twitter

yang di berinama @infobdg dengan motif untuk pemenuhan kebutuhan informasi mengenai Seputar Kota Bandung bagi para Followersnya .

Seperti yang sudah dijelaskan **Azhar Susanto** tentang definisi **informasi** diatas maka peniliti disini mengaplikasikan nya yang dimaksud informasi disini adalah, informasi atau berita yang disajikan oleh akun twitter @infobdg diolah untuk kepentingan Followersnya, tetapi disini tidak semua hasil dari pengolahan tersebut bisa menjadi informasi tergantung bagaimana seorang individu tersebut dapat terpenuhi kebutuhan akan informasi yang ia butuhkan jika informasi nya tidak bermanfaat bagi suatu individu tersebut maka informasi tersebut bukan lah suatu informasi bagi orang tersebut.

Semua Informasi mempunyai nilai guna sesuai dengan kebutuhan individu masing-masing begitu juga yang dihadirkan dalam akun Twitter @infobdg tentunya memiliki **Nilai guna**, nilai guna disini adalah bagaimana suatu informasi yang disajikan @infobdg memiliki nilai atau harga dimata para followersnya, memang tidak semua informasi memiliki nilai dimata semua followers karena informasi yang memiliki nilai guna adalah informasi yang dibutuhkan oleh suatu individu atau kebutuhan individu tersebut dapat terpenuhi, tetapi disini akun Twitter

@infobdg berusaha untuk menyajikan informasi secara baik dan bermanfaat.

Informasi yang diberikan Akun Twitter @infobdg tentunya sangat bermanfaat sekali bagi para followersnya karena informasi tersebut dapat memenuhi akan kebutuhan followers tersebut. Manfaat tersebut tentu menghadirkan suatu **Keuntungan** bagi yang menggunakan yaitu Followers, yang dimaksud keuntungan tersebut disini adalah bagaimana informasi yang disajikan @infobdg dapat menjadi wawasan atau pengalaman si individu tersebut, namun keuntungan tersebut tak hanya bagi diri sendiri melainkan bagi pihak @infobdg juga.

Proses merupakan serangkaian langkah sistematis yang dilakukan secara konsisten oleh pihak Akun Twitter @infobdg dalam menyajikan,memberikan informasi dengan hasil akhir yang diharapkan, bahwa Twitter @infobdg tersebut dapat menyebarkan informasi kepada Followersnya serta dapat terpenuhi akan informasi yang dibutuhkan oleh para Followers.

Pemanfaatan media Akun Twitter @infobdg sebagai pemenuhan kebutuhan informasi tersebut, tidak hanya demi kepentingan satu pihak, namun seluruh pihak yang terkait, termasuk Followers sebagai penerima.

Manfaat penggunaan akun Twitter @infobdg dirasakan bermanfaat karena membantu masyarakat atau followers baik dalam segi kecepatan, penyajian informasi followers bisa lebih memanfaarkan waktu secara efisien, dari segi ketepatan informasi, followers tidak perlu khawatir akan keaslian informasi yang disajikan, karena tim admin @infobdg sudah memfilter mana saja informasi yang layak untuk dimuat dihalaman, serta pihak @infobdg juga sudah bekerjasama dengan beberapa instansi, seperti polri, dinas kebakaran, dinas sosial, bmkg dll, jadi informasi pun benar-benar terpercaya. Followers bisa mengakses akun @infobdg ini dimana saja, tanpa batasan letak daerah,

Salah satu manfaat dari penggunaan akun @infobdg adalah keaktual-an penyajian berita yang dianggap penting dalam proses pemuatan informasi karena membuat berita lebih cepat disajikan terhadap konsumen. Hal itu disebut dengan aktualitas atau *timeliness* yang artinya menyajikan informasi secepat mungkin dan membuat berita tesebut mempunyai nilai lebih.

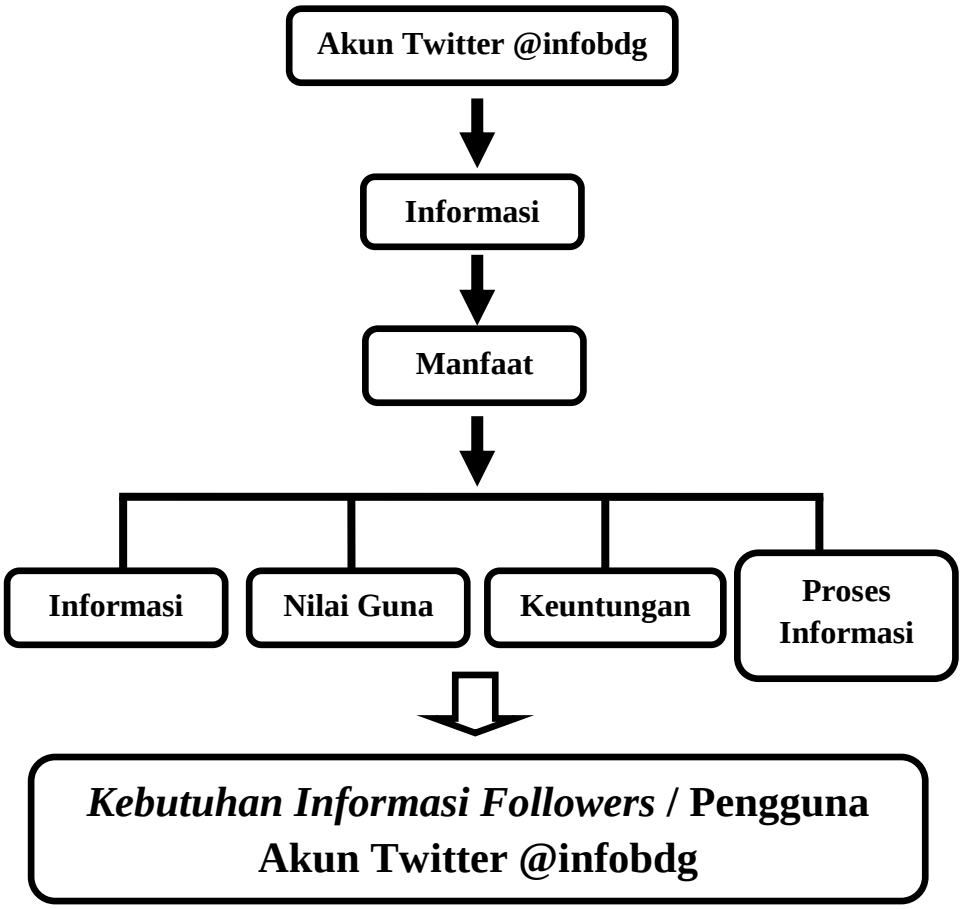
Untuk lebih dapat di mengerti mengenai pemikiran dari masalah ini maka peniliti menyajikan Alur pemikiran sebagai berikut.

Alur pemikiran merupakan ringkasan pemikiran dari peneliti atau pemikiran dari penelitian ini secara garis besar mengenai langkah-langkah atau tahapan-tahapan mengenai

masalah yang peneliti teliti, yaitu bagaimana Manfaat Akun Twitter @infobdg dalam pemenuhan kebutuhan informasi bagi para Followersnya dikota Bandung, berikut bagan dari alur pemikiran tersebut

Gambar 2.1

Bagan Alur Pemikiran Peneliti



Sumber : Peneliti, 2012

Berdasarkan Alur Pemikiran diatas peneliti mencoba mendeskripsikan langkah dan tahapan yang muncul dalam

pemikiran, sehingga terbentuk racagan yang tepat diteliti dan di analisis. Berikut merupakan penjelasan bagan diatas.

Pemenuhan kebutuhan informasi adalah landasan dari penelitian ini, kemudian peneliti meneliti Akun Twitter @infobdg yang merupakan salah satu media pencari informasi yang sekarang ini sedang banyak dipergunakan oleh khalayak, khusus nya di kota Bandung, Informasi yang dibutuhkan oleh Followers merupakan alasan utama penelitian ini muncul. Informasi yang dihadirkan atau disajikan oleh Akun @infobdg ini sangat bermacam-macam tak hanya informasi atau berita saja pada umum nya tetapi juga informasi jasa seperti jual beli barang, atau hanya sekedar menanyakan cuaca dan keadaan lalu lintas seputar kota Bandung bahkan informasi seputar diskon pun ada pada akun ini, dan tentunya masih banyak lagi informasi yang dihadirkan @infobdg ini.

Dengan banyaknya informasi yang dihadirkan @infobdg tentunya sangat bermanfaat bagi yang mengkonsumsinya, sehingga aspek-aspek seperti informasi, nilai guna, keuntungan, proses informasi, dan manfaat menjadi komponen dimana kebutuhan informasi bagi *followers* akan terpenuhi. Memang tidak semua individu dapat terpenuhi akan informasi yang ia butuhkan, namun akun *Twitter @infobdg* ini sangat membantu bagi Followers atau masyarakat kota Bandung dalam pemenuhan kebutuhan informasi.