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 sebagai berikut:

Tabel 2.1

Tabel Tinjauan Terdahulu

Judul Penelitian	Peneliti	Lembaga dan Tahun	Tujuan Penelitian
Manfaat Forum Facebook IMPETIL Bandung (Studi Deskriptif Mengenai Manfaat Forum Facebook Ikatan Mahasiswa dan Pelajar Timor Leste (IMPETIL)	Shinta Rizkita Januarini	Universitas Komputer Indonesia, HUMAS, 2014	Untuk mengetahui manfaat forum facebook IMPETIL Bandung dalam pemenuhan kebutuhan sosial dan psikologis bagi anggotanya

Bandung Dalam Pemenuhan Kebutuhan Sosial dan Psikologis Bagi Anggotanya Di Kota Bandung)			
Peranan Jejaring Sosial Twitter Sebagai Media Pertukaran Informasi Di Kalangan Penggunanya (Studi Deskriptif Tentang Peranan Twitter Sebagai Media Pertukaran Informasi di Kalangan Mahasiswa Di Kota Bandung)	Harlina Intan Sari Saragih	Universitas Komputer Indonesia, HUMAS, 2014	Untuk mengetahui Peranan Jejaring Sosial Twitter Sebagai Media Pertukaran Informasi Di Kalangan Penggunanya

Penggunaan Twitter Sebagai Fungsi Komunikasi (Studi Deskriptif Kualitatif Mengenai Fungsi Komunikasi	Astriana Sari	Universitas Islam Bandung, Public Relations, 2010	Untuk mengetahui bagaimana Penggunaan Twitter Sebagai Fungsi Komunikasi.

Massa Pada Jejaring Sosial Berbasis Mikroblog Twitter Oleh Pengguna)			

2.1.2 Tinjauan Tentang Ilmu Komunikasi

2.1.2.1 Definisi Komunikasi

Istilah komunikasi atau dalam bahasa Inggris *Communication* berasal dari bahasa latin *Communicaten*, dalam perkataan ini bersumber dari kata *Communis* yang berarti sama, maksudnya adalah sama makna. Jadi, jika dua orang terlibat dalam komunikasi maka komunikasi akan terjadi atau berlangsung selama ada kesamaan makna mengenai apa yang dikomunikasikan, yakni baik si penerima maupun si pengirim sepaham dari suatu pesan tertentu (Effendy, 2002:9).

Pengertian komunikasi diatas adalah komunikasi itu harus mengandung kesamaan makna antara dua pihak yang terlibat karena kegiatan komunikasi tidak hanya *informative*, yakni agar orang lain bersedia menerima suatu paham atau keyakinan, melakukan sesuatu perbuatan atau kegiatan.

Menurut Carl. I. Hovland memperluas pengertian komunikasi dengan tujuan perubahan perilaku, ini berarti bahwa komunikasi bukan sekedar memberitahu, tetapi juga berupaya mempengaruhi agar seseorang

atau sejumlah orang melakukan kegiatan atau tindakan yang diinginkan oleh komunikator, akan tetapi seseorang akan dapat mengubah sikap pendapat atau perilaku orang lain apabila komunikasinya itu bersifat komunikatif, yakni pesan-pesan yang disampaikan tidak hanya di mengerti oleh komunikator tetapi juga di mengerti oleh komunikan untuk mencapai suatu komunikasi yang bersifat komunikatif, maka seorang komunikator harus mengetahui dahulu kerangka berfikir (*Frame Of Reference*) dan pengalaman (*Field Of Experience*) calon komunikan.

Mengenai tujuan komunikasi R. Wayne Pace, Brent. D. Peterson dan M. Dallas Burnett mengatakan "Bahwa tujuan sentral dari komunikasi meliputi tiga hal utama, yakni: *To Secure Understanding* (memastikan pemahaman), *To Establish Acceptance* (membina penerimaan), *To Motivate Action* (motivasi kegiatan).

Paradigma Harold D. Laswell menunjukkan bahwa komunikasi meliputi lima unsur sebagai jawaban dari pertanyaan sebagai berikut "*Who Says What in Which Channel to Whom With What Effect*?"(Effendy,2002: 10), yaitu:

1. **Komunikator**

   Komunikator/sender adalah pihak yang menyampaikan atau mengirim pesan kepada khalayak, karena itu komunikator bisa disebut pengirim, sumber, *source*, atau *encoder*. (Cangara,2005: 81)

2. Pesan

Pesan (*message*) dalam komunikasi tidak terlepas dari simbol dan kode, karena paesan yang dikirim oleh komunikator kepada penerima terdiri atas rangkaian simbol dan kode, baik secara verbal maupun non verbal. (Cangara,2005: 93)

3. Media

Media adalah alat atau sarana yang digunakan untuk menyampaikan pesan dari komunikator kepada komunikan. (Cangara,2005: 119)

4. Komunikan

Komunikan biasa disebut dengan penerima, sasaran, pembaca, pendengar, penonton, pemirsa, decoder, atau khalayak. Komunikan dalam komunikasi bisa berupa individu, kelompok dan masyarakat. (Cangara,2005: 135)

5. Efek

Efek atau pengaruh adalah perbedaan antara apa yang dipikirkan, dirasakan dan dilakukan sebelum dan sesudah menerima pesan. (Cangara,2005: 147)

2.1.2.2 Unsur-Unsur Komunikasi

Menurut Onong Uchjana Effendy dalam bukunya yang berjudul *Dinamika Komunikasi*, bahwa dari berbagai pengertian komunikasi yang telah ada, tampak adanya sejumlah komponen atau unsur yang dicakup,

yang merupakan persyaratan terjadinya komunikasi. Komponen atau unsur-unsur tersebut adalah sebagai berikut:

- **Sumber**: dasar yang digunakan dalam menyampaikan pesan dan digunakan dalam rangka memperkuat pesan itu sendiri. Sumber dapat berupa orang, lambang, buku, dokumen, ataupun sejenisnya.
- ***Sender*:** komunikator yang menyampaikan pesan kepada seseorang atau sejumlah orang.
- **Pesan**: keseluruhan atau seperangkat lambang bermakana dari apa yang disampaikan oleh komunikator.
- **Media:** saluran komunikasi tempat berlalunya pesan komunikator kepada komunikan.
- **Komunikan:** sebelum melakukan proses komunikasi kita perlu tahu siapa saja yang menjadi sasaran komunikasi. Setelah itu tentukan tujuan komunikan, tidak hanya sekedar mengetahui tetapi melakukan tindakan tertentu. (Effendy, 2002 : 19)

2.1.2.3 Fungsi Komunikasi

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

- **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.

- **Fungsi Komunikasi Ekspresif**

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

- **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.

- **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.

2.1.1.4 Tujuan Komunikasi

Dalam menyampaikan informasi dan mencari informasi kepada mereka, agar apa yang kita sampaikan dapat dimengerti sehingga komunikasi yang kita laksanakan dapat tercapai. Pada umumnya komunikasi dapat mempunyai beberapa tujuan antara lain:

a. Supaya gagasan kita dapat diterima oleh orang lain dengan pendekatan yang persuasif bukan memaksakan kehendak.
b. Memahami orang lain, kita sebagai pejabat atau pimpinan harus mengetahui benar aspirasi masyarakat tentang apa yang diinginkannya, jangan mereka menginginkan arah ke barat tapi kita memberi jalur ke timur.
c. Menggerakkan orang lain untuk melakukan sesuatu, menggerakkan sesuatu itu dapat bermacam-macam mungkin berupa kegiatan yang dimaksudkan ini adalah kegiatan yang banyak mendorong, namun yang penting harus diingat adalah bagaimana cara yang terbaik melakukannya.
d. Supaya yang kita sampaikan itu dapat dimengerti sebagai pejabat ataupun komunikator kita harus menjelaskan kepada komunikan (penerima) atau bawahan dengan sebaik-baiknya dan tuntas sehingga mereka dapat mengikuti apa yang kita maksudkan.

2.1.3 Tinjauan Tentang Komunikasi Massa

2.1.3.1 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.

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).

2.1.3.2 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.

2.1.3.3 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.

2.1.4 Tinjauan Tentang Konvergensi Media

Konvergensi secara harfiah dapat diartikan sebagai dua benda atau lebih bertemu/bersatu di suatu titik atau pandangan ke suatu tempat yang amat dekat. Konvergensi mau tidak mau telah mengabsorbsi keberadaan kata media yang terwujud ke dalam penyelenggaraan sistem informasi global. Suatu jaringan sistem informasi dan komunikasi yang lahir akibat keterpaduan perkembangan teknologi informasi telah berfungsi sebagaimana layaknya suatu media komunikasi massa.

Konvergensi media tidak hanya memperkaya informasi yang disajikan, tetapi juga memberi pilihan kepada khalayak untuk memilih informasi yang sesuai dengan selera mereka. Dalam konvergensi komunikasi yang dilakukan melalui media konvergensi, baik itu fasilitas *chatroom*, komunitas pertemanan, *messenge*r, *web*, atau *blog* orang berkomunikasi tidak didasarkan hubungan diantara komunikasi, apakah hubungannya baik atau tidak. Begitu pula secara psikologis, orang berkomunikasi tidak ditentukan oleh pengetahuan komunikasi tentang kondisi psikologi masing-masing, namun perlakuan komunikasi dilakukan secara acak. Konvergensi komunikasi menggabungkan beberapa bentuk komunikasi dalam bentuk apa yang disebut dengan *cybercommunity*.

2.1.5 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 game, 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 homepage mempunyai

alamatnya sendiri-sendiri. Informasi yang disajikan dalam website bukan hanya berupa teks, tetapi juga berupa gambar bahkan multimedia.

2.1.6 Tinjauan Mengenai 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).

2.1.7 Tinjauan Mengenai Informasi

2.1.7.1 Definisi 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)

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 baru diketahui

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

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).

2.1.7.2 Sifat-Sifat Informasi

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

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

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.

2.1.7.3 Penyampaian Informasi

Informasi dapat disebut pesan. Pesan terjadi karena adanya penyampaian pesan dan penerimaan pesan. Terjadinya informasi membuat terjalinnya hubungan antara penyampai pesan dan penerima pesan. Berbicara tentang terjalinnya hubungan antara penyampai pesan dan 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 dan 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 informasiya hal-hal seperti rangsangan indera, semua bentuk bahasa, termasuk statistik, dan akutansi dan perilaku non verbal adalah sebuah informasi.Untuk memperjelas mengenai informasi, Fisher (1986) dalam Sendjaja megelompokkan berbagai pandangan mengenai konsep informasi kedalam tiga buah variasi, yaitu:

1. Penggunaan istilah informasi untuk menunjukkan fakta atau data yang dapat diperoleh selama tindakan komunikasi berlangsung.
2. Penggunaan informasi untuk menunjukkan makna data. Informasi berbeda dari data. Informasi adalah arti, maksud dan makna yang dikandung data.

Istilah informasi menurut teori informasi, yang menganggap informasi sebagai jumlah ketidakpastian yang dapat diukur dengan cara mereduksi sejumlah alternatif pilihan yang tersedia. Informasi berkaitan erat dengan situasi yang tidak pasti. (Sendjaja,2007: 43)

2.1.8 Definisi Akademik

Kata akademik berasal dari bahasa Yunani yakni *academos* yang berarti sebuah taman umum (plasa) di sebelah barat laut kota Athena. Nama *Academos* adalah nama seorang pahlawan yang terbunuh pada saat perang

legendaris Troya. Pada plasa inilah filosof Socrates berpidato dan membuka arena perdebatan tentang berbagai hal. Tempat ini juga menjadi tempat Plato melakukan dialog dan mengajarkan pikiran-pikiran filosofisnya kepada orang-orang yang datang.

Sesudah itu, kata *acadomos* berubah menjadi akademik, yaitu semacam tempat perguruan. Para pengikut perguruan tersebut disebut academist, sedangkan perguruan semacam itu disebut *academia*. Berdasarkan hal ini, inti dari pengertian akademik adalah keadaan orang-orang bisa menyampaikan dan menerima gagasan, pemikiran, ilmu pengetahuan, dan sekaligus dapat mengujinya secara jujur, terbuka, dan leluasa (Fadjar,2002: 5).

Perguruan tinggi merupakan suatu lingkungan pendidikan tinggi bukan merupakan lingkungan yang eksklusif. Dengan demikian, maka kampus merupakan komunitas atau masyarakat yang tersendiri yang disebut masyarakat akademik (*academic community*). Di dalam kampus terdapat kegiatan-kegiatan dan tata aturan yang lain dari yang lain.

Oleh karena itu, kampus menjadi semacam lembaga akademik dan jalinan antarkampus memiliki suasana yang khas, yaitu suasana akademik (*academic atmosphere*). Ciri-ciri masyarakat akademik yaitu kritis, objektif, analitis, kreatif dan konstruktif, terbuka untuk menerima kritik, menghargai waktu dan prestasi ilmiah, bebas dari prasangka, kemitraan dialogis, memiliki dan menjunjung tinggi norma dan susila akademik serta tradisi ilmiah, dinamis, dan berorientasi kemasa depan. (Fadjar 2002: 5)

2.1.9 Tinjauan mengenai *Internet*

2.1.9.1 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 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

---

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

(decentralised network), teori queueing, dan kaedah pertukaran paket (packet switching).

Tujuan awal dibangunnya proyek itu adalah untuk keperluan militer dengan menghubungkan komputer di daerah-daerah vital untuk mengatasi masalah bila terjadi serangan nuklir dan untuk menghindari terjadinya informasi terpusat, yang apabila terjadi perang dapat mudah dihancurkan.

2.1.9.2 Fungsi *Internet*

Quarterman dan Mitchell membagi kegunaan *internet* dalam empat kategori, yaitu:

1. *Internet* sebagai media komunikasi

   Merupakan fungsi internet yang paling banyak digunakan dimana setiap pengguna internet dapat berkomunikasi dengan pengguna lainnya dari seluruh dunia.

2. Media pertukaran data

   Dengan menggunakan email, *newsgroup*, ftp dan www (world wide web jaringan situs-situs web) para pengguna internet diseluruh dunia dapat saling bertukar informasi dengan cepat dan murah.

3. Media untuk mencari informasi atau data

   Perkembangan internet yang pesat, menjadikan www sebagai salah satu sumber informasi yang penting dan akurat.

4. Fungsi komunitas

Internet membentuk masyarakat yang beranggotakan para pengguna internet dari seluruh dunia.Dalam komunitas ini pengguuna internet berkomunikasi, mencari informasi, berbelanja, melakukan transaksi bisnis, dan sebagainya. Maka internet sering disebut sebagai *cyberspace* atau *virtual world* (dunia maya)[2].

2.1.9.3 Fasilitas Internet

1. *Web*

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

---

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

.

.

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).

2.1.10 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.

2.1.12 Tinjauan Mengenai Mahasiswa

Mahasiswa atau Mahasiswi adalah panggilan untuk orang yang sedang menjalani pendidikan tinggi di sebuah universitas atau perguruan tinggi. Mahasiswa secara harafiah adalah orang yang belajar di perguruan tinggi, entah di universitas, institut atau akademi.

Mereka yang terdaftar sebagai murid di perguruan tinggi otomatis dapat disebut sebagai mahasiswa. Tetapi pada dasarnya makna mahasiswa

tidak sesempit itu. Terdaftar sebagai pelajar di sebuah perguruan tinggi hanyalah syarat administratif menjadi mahasiswa. Menjadi mahasiswa mengandung pengertian yang lebih luas dari sekedar masalah administratif. Kualitas berikutnya yang harus dimiliki mahasiswa adalah kreativitas. Definisi dari kreativitas atau kemampuan berpikir kreatif adalah kemampuan untuk membuat produk atau kombinasi baru berdasarkan data atau informasi yang tersedia, dilakukanmelalui kegiatan menemukan berbagai kemungkinan solusi serta didasarkan pada kriteria kelancaran, keaslian, keluwesan, kemampuan mengelaborasi, dan mengevaluasi kemungkinan-kemungkinan kombinasi baru yang dihasilkan.

Pengertian Mahasiswa dalam peraturan pemerintah RI No.30 tahun 1990 adalah peserta didik yang terdaftar dan belajar di perguruan tinggi tertentu. Selanjutnya menurut Sarwono (1978) mahasiswa adalah setiap orang yang secara resmi terdaftar untuk mengikuti pelajaran di perguruan tinggi dengan batas usia sekitar 18-30 tahun.

Pengertian Mahasiswa menurut Knopfemacher (dalam Suwono, 1978) adalah merupakan insan-insan calon sarjana yang dalam keterlibatannyadengan perguruan tinggi (yang makin menyatu dengan masyarakat), dididik dan di harapkan menjadi calon-clon intelektual. Dari pendapat di atas bias dijelaskan bahwa mahasiswa adalah status yang disandang oleh seseorang karena hubungannya dengan perguruan tinggi yang diharapkan menjadi calon-calon intelektual.

Mahasiswa merupakan suatu kelompok dalam masyarakat yang memperoleh statusnya karena ikatan dengan perguruan tinggi. Mahasiswa juga merupakan calon intelektual atau cendekiawan muda dalam suatu lapisan masyarakat yang sering kali syarat dengan berbagai predikat. Sebagai calon pembaharu, mahasiswa harus memiliki kemampuan kreatif. Secara umum kreativitas dibutuhkan untuk menciptakan hal-hal baru yang menjawab permasalahan dan pemenuhan kebutuhan yang ada dalam masyarakat. Pada awalnya adalah adanya kesenjangan antara yang diinginkan dengan kenyataan yang ada. Dengan kata lain, ada kebutuhan yang tidak dapat dipenuhi oleh apa yang ada.

Kesenjangan antara kebutuhan dengan alat pemenuh kebutuhan ini menuntut seseorang untuk mengurangi bahkan menghapus kesenjangan itu dengan menciptakan produk-produk baru. Produk-produk baru itu diharapkan kemudian dapat memenuhi kebutuhan. Selain produknya yang baru, cara-cara produksi, teknik dan metode yang digunakan juga dituntut untuk diperbaharui. Hal ini berkaitan erat dengan efisiensi dan tingkat produktivitas kerja. Dengan adanya cara, teknik dan metode baru yang lebih baik diharapkan biaya dapat menjadi lebih murah, penggunaan bahan baku lebih sedikit untuk hasil yang lebih baik, dan penggunaan sumber daya alam lebih. Penemuan-penemuan hal baru yang mampu meningkatkan kesejahteraan masyarakat adalah tugas pembaharuan yang nantinya akan disandang oleh mahasiswa. Di sini menjadi jelas bahwa mahasiswa

membutuhkan kreativitas agar nantinya mampu menjadi pembaharu dan mampu memberi arah kepada Jalan yang lebih sejahtera.

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* Unikomtwit Dalam Pemenuhan Kebutuhan Informasi Akademik Bagi Mahasiswa Unikom Bandung sebagai fokus penelitian.

2.2.1 Kerangka Teoritis

Perkembangan zaman yang semakin pesat menimbulkan lahirnya beranekaragam media informasi, mulai dari media cetaksampai 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* Unikomtwit Dalam Pemenuhan Kebutuhan

Informasi Akademik Bagi Mahasiswa Unikom 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 pesan bagi orang tersebut. Informasi tersebut memiliki nilai-nilai yang berbeda dimata 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 pesan 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 bermanfaat. Tentu nilai tersebut memiliki keuntungan atau manfaatnya 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 @unikomtwit 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[3] "

Kehadiran unikomtwit sebagai media pemenuhan kebutuhan informasi tentu saja mendatangkan banyak manfaat yang dirasakan oleh Mahasiswa.

Menelaah manfaat keberadaan unikomtwit di kalangan Mahasiswa 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)

---

[3] (http://www.artikata.com/arti-337683-latar+belakang.html, Kamis, 30 April 2015 Pukul 12.16)

> ”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* Unikomtwit Dalam Pemenuhan Kebutuhan Informasi Akademik Bagi Mahasiswa Unikom Bandung dan peneliti disini mencoba menyimpulkan dan mengaplikasikannya kedalam konsep-konsep yaitu, “nilai guna, keuntungan, dan proses, akun unikomtwit dalam menyampaikan informasi bagi para mahasiswa Unikom 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* unikomtwit di latar belakangi oleh alasan kebutuhan akan pemenuhan kebutuhan Informasi akademik diantara Mahasiswa sehingga melakukan sebuah tindakan, yaitu membuat sebuah akun *Twitter* dengan motif untuk pemenuhan kebutuhan informasi mengenai akademik perkuliahan di Unikom.

Semua informasi mempunyai **nilai guna** sesuai dengan kebutuhan individu masing-masing begitu juga yang dalam @unikomtwit tentunya memiliki Nilai guna, nilai guna disini adalah bagaimana suatu informasi yang disajikan memiliki nilai atau harga dimata Mahasiswa. Informasi yang

memiliki nilai guna adalah informasi yang dibutuhkan oleh suatu individu atau kebutuhan individu tersebut dapat terpenuhi.

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

Proses merupakan serangkaian langkah sistematis yang dilakukan secara konsisten dari admin akun @unikomtwit dengan menyajikan, memberikan informasi dengan hasil akhir yang diharapkan, bahwa melalui akun ini dapat menyebarkan informasi kepada mahasiswa serta dapat terpenuhi akan informasi yang dibutuhkan oleh Mahasiswa.

Seperti yang sudah dijelaskan Azhar Susanto tentang definisi informasi diatas maka peniliti disini mengaplikasikannya yang dimaksud **informasi** disini adalah informasi atau berita dari akun @unikomtwit diolah untuk kepentingan Mahasiswa, 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 informasinya tidak bermanfaat bagi suatu individu tersebut maka informasi tersebut bukan lah suatu informasi bagi orang tersebut.

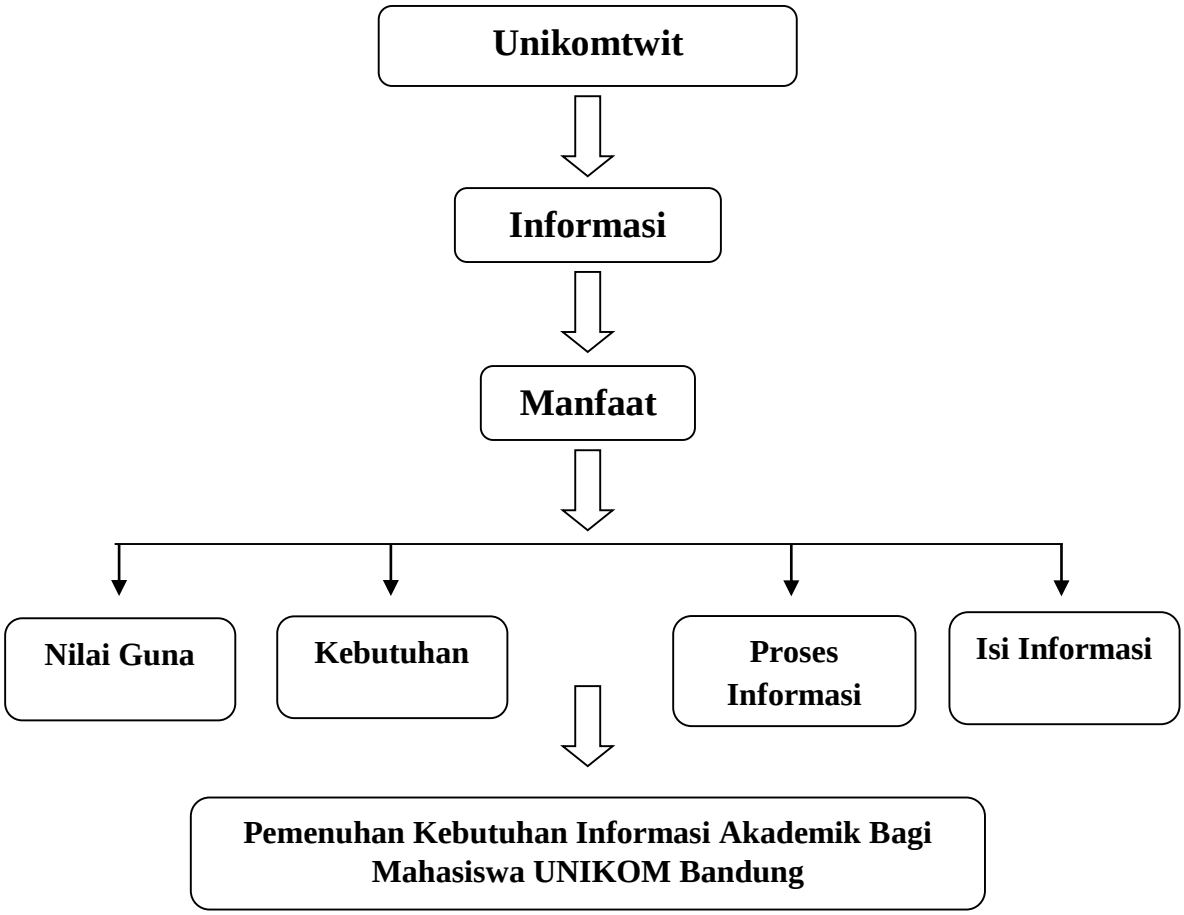
Manfaat dari @unikomtwit dirasakan bermanfaat karena membantu Mahasiswa baik dalam segi kecepatan, penyampaian informasi bisa lebih memanfaarkan waktu secara efisien, dari segi ketepatan informasi, Mahasiswa tidak perlu khawatir akan keaslian informasi yang disajikan. Mahasiswa bisa mengakses @unikomtwit dimana saja, tanpa batasan letak daerah.

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* Unikomtwit Dalam Pemenuhan Kebutuhan Informasi Akademik Bagi Mahasiswa Unikom Bandung, berikut bagan dari alur pemikiran tersebut.

Gambar 2.1

Alur Pikir Penelitian



Sumber: Peneliti 2015