BAB II

TINJAUAN PUSTAKA DAN KERANGKA PEMIKIRAN

2.1 Tinjauan Pustaka

2.1.1 Tinjauan Penelitian Terdahulu

Tabel 2.1

Penelitian Terdahulu

No	Judul Penelitian	Tahun	Identitas Penyusun	Metode Yang Di gunakan	Hasil Penelitian	Perbedaan Dengan Penelitian Skripsi Ini
1.	Penggunaan *Twitter* Sebagai Fungsi Komunikasi (Studi Deskriptif Kualitatif Mengenai Fungsi Komunikasi Massa Pada Jejaring Sosial Berbasis Mikroblog *Twitter* Oleh Pengguna)	2010	Astriana Sari (Skripsi) Bidang Kajian *Public Relations*	Kualitatif Studi Deskriptif	Penelitian ini peneliti menitik beratkan pada fungsi komunikasi massa yang terdapat dalam *twitter* bagi pengguna *twitter* itu sendiri dan dalam penggumpulan datanya, peneliti melakukan wawancara kepada beberapa pengguna *twitter* aktif, yang terbagi	Penelitian Astriana lebih meneliti dari fungsi komunikasi masa yang terdiri dari fungsi informasi,fungsi pendidikan dan fungsi yang mempengaruhi pada jejaring sosial sedangkan penelitian ini meneliti Imbauan Pesan

					menjadi 3 golongan yaitu pengguna aktif (tinggi, sedang, rendah)	Humor Akun *Twitter* @caprukBDG dalam penyampaian pesan kepada *followers*-nya Di Kota Bandung.
2.	Manfaat Akun *Twitter* @Infobdg dalam Pemenuhan Kebutuhan Informasi Bagi Para *Followers*nya Di Kota Bandung	2012	M Iqbal Trisanda Putra (Skripsi) Program Studi Ilmu Komunikasi Bidang Kajian Humas Unikom	Kualitatif Metode Deskriptif	Hasil penelitian menunjukkan bahwa dengan menggunakan sub fokus informasi, yang meliputi #lalinbdg, #cuacabdg, #infobdg, #disokonbdg, dan #eventbdg serta subfokus lainnya yaitu nilai guna, keuntungan, dan proses informasi mampu menghadirkan feedback yang baik sesama *followers* @infobdg ataupun dengan tim admin sendiri, dan informasi apa yang dibutuhkan oleh *followers* dapat terpenuhi, serta	Penelitian Ikbal lebih kepada manfaat akun twitter @infobdg yang digunakan sebagai pencari informasi sedangkan penelitian ini peneliti lebih kepada Imbauan Pesan Humor Akun *Twitter* @caprukBDG Dalam Penyampaian Pesan Kepada *Followers*-nya Di Kota Bandung.

					menghadirkan suatu keuntungan bagi diri sendiri dan bagi pihak @infobdg juga.	

Sumber : Catatan Peneliti, 2013

2.1.2 Tinjauan Tentang Komunikasi

2.1.2.1 Pengertian Komunikasi

Manusia sebagai makhluk sosial yang kehidupannya sangat berkaitan dengan komunikasi, pentingnya komunikasi dalam kehidupan sosial, budaya, pendidikan dan politik sudah disadari oleh para cendekiawan. 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.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 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 dalamproses melalui dimana seseorang (komunikan) menyampaikan stimulus (biasanya dalam bentuk kata – kata) dengan tujuan mengubah atau membentuk prilaku orang – orang lainnya (khalayak).

- Harold Lasswell

  > “Komunikasi pada dasarnya merupan suatu proses yang menjelaskan “siapa” mengatakan “apa” “dengan saluran apa”, “ kepada siapa”, dan “dengan akibat apa” atau “hasil apa”.

- Bernard Berelson & Gary A. Steiner

> "Komunikasi adalah suatu proses penyampaian infomasi, gagasan, emosi, keahlian, dan lain – lain melalui penggunan simbol – simbol seperti kata – kata, gambar, angka- angka, dan lain – lain.

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

1. Komunikator (*Communicator, source, sender)*
2. Pesan (*message)*
3. Media (*channel, media)*
4. Komunikan (*communicant, communicatee, receiver, recipient)*
5. Efek (*effect, impact, influence)*

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)

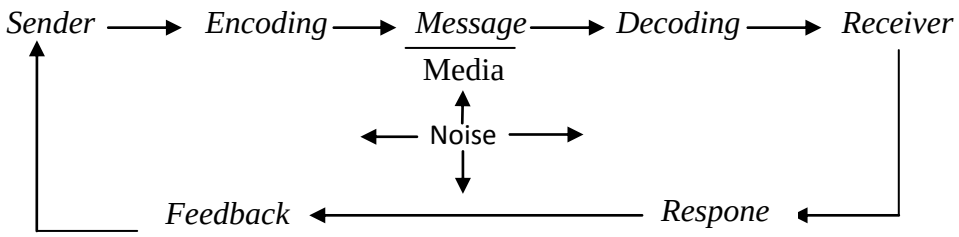
b. Proses komunikasi secara sekunder

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:

Gambar 2.1

Proses Komunikasi



a. *Sender:* Komunikator yang menyampaikan pesan kepada seseorang atau sejumlah orang.
b. *Encoding:* Penyandian, yakmo 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:*Pengwasandian, 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 instrument untuk menyampaikan perasaan – perasaan (emosi kita) melalui pesan – pesan non verbal.

3. Fungsi Komunikasi Ritual

   Komunikasi ritual sering dilakukan secara kolektif. Sesuatu komunitas sering melakukan upacara – upacara berlainan sepanjang tahun dalam acara tersebut orang mengucapkan kata – kata dan menapilkan prilaku yang bersifat simbolik.

4. Fungsi Komunikasi Instrumental

   Komunikasi instumental mempunyai beberapa tujuan umum menginformasikan, mengajar, mendorong, mengubah sikap dan keyakinan dan mengubah prilaku atau menggerakan 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 usahausaha 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 dirujuj dalam komunikasi.

- Fungsi interaksi menekankan berbagai 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 Penyampaian Informasi Yang Efektif

Jika berbicara mengenai informasi tidak mungkin lepas dari komunikasi sebagai proses penyampaiannya oleh komunikator kepada komunikan suatu kegiatan komunikasi berlangsung melalui suatu proses urutan kegiatan sehingga muncul pengertian tentang hal diantara unsur-unsur yang saling berkomunikasi. Suatu komunikasi dapat dikatakan efektif jika diantara penyebar pesan (komunikator) dan penerima pesan (komunikate) terdapat suatu pengertian yang sama mengenai isi pesan. Isi pesan disampaikan oleh komunikator melalui lambang yang berarti. Agar proses penyampaian informasi yang dilakukan itu efektif dalam arti dapat diterima oleh komunikate dengan baik maka dalam proses penyampaian itu perlu memperhatikan syarat-syarat sebagai berikut:

1. Pesan yang disebarkan haruslah tersusun secara jelas, mantap, dan singkat agar mudah dtangkap. Perlu dipahami bahwa setiap orang mempunyai daya tangkap berbeda, dengan demikian komunikator haruslah menyusun pesan yang menurut perhitungan dapat ditangkap oleh sebanyak orang dan atau sebagian besar orang-orang yang berkepentingan.
2. Lambang- Lambang yang dipergunakan haruslah dapat dipahami, dapat dimengerti oleh mereka yang menjadi sasaran, artinya kalau akan menggunakan bahasa, pergunakanlah bahasa yang mudah dimengerti.
3. Pesan-pesan yang disampaikan atau disebarkan hendaknya dapat menimbulkan minat-attentif, perhatian dan keinginan pada penerima pesan untuk melakukan sesuatu.
4. Pesan yang disampaikan atau disebarkan hendaknya pula menimbulkan keinginan untuk memecahkan masalah sekiranya ada.
5. Pesan hendaknya pula menimbulkan stimulasi untuk menerima dengan positif.

Selain memperhatikan hal tersebut diatas dalam penyampaian informasi agar efektif perlu juga diperhatikan unsur komunikator atau penyampaian pesan sangat memegang peranan penting seperti yang diungkapkan sebagai berikut:

1. Penyebar pesan hendaknya orang yang berwenang, baik yang berwenang langsung maupun tidak langsung (yang mendapatkan pelimpahan), sehingga dapat dipercaya dan dapat dijadikan sumber informasi yang mantap.
2. Penyebar pesan hendaknya orang yang mampu berbicara lancar, baik dan jelas sehingga mudah ditangkap pesan-pesan yang disampaikannya.
3. Penyebar pesan sebaiknya pula orang yang mampu menjawab dengan baik berbagai pertanyaan yang mungkin timbul dari para penerima pesan.

2.1.2.7 Bentuk – bentuk Komunikasi

Dibawah ini dijelaskan bentuk – bentuk komunikasi yang meliputi :

1. 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 di identifikasikan dan ditanggapi langsung dari peserta lainnya. Komunikasi kelompok dengan sendirinya melibatkan juga komunikasi antar pribadi.

2.1.3 Tinjauan Tentang Komunikasi Massa

2.1.3.1 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 sauran (media) dan menghubungkan komunikator dan komunikan secaara missal, berjumlah banyak, bertempat tingga yang jauh (terpencar), sangat heterogen, dan menimbulkan efek tertentu". (Elvinaro & Lukian,2005:3).

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 Terlambangkan

Komunikasi massa melibatkan lembaga dan komunikatornya bergerak dalam organisasi yang kompleks.

b. Pesan Bersifat Umum

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

c. Komunikatornya Anonim dan Heterogen

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

d. Media massa menimbulkan keserempakan

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

e. Komunikasi Mengutamakan isi ketimbangn hubungan

Pada komunikasi antarpersona, unsur hubungan 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"

Crir selanjutnya dianggap dalah satu kelemahannya stimulasi alat indra yang tebatas. Pada komunikasi antarpersona yang bersifat tatap muka, maka seluruh alat indra pelaku komunikasi dapat digunakan secara maksimal. Tapi pada komunikasi massa tidak.

h. Umpan balik tertunda

Feedback merupakan faktor penting dalam bentuk komunikasi apapun. 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) (Nurdin,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 Mengenai Internet

2.1.4.1 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 .*Network* ini membentuk jaringan inter-koneksi *(Interconnected network)*yang terhubung melalui protokol TCP/IP yang berfungsi sebagai protokol pertukaran paket (*packet switching communication protocol*).Dikembangkan dan diuji coba pertamakali 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 daerahdaerah vital untuk mengatasi masalah bila terjadi serangan nuklir dan untuk menghindari terjadinya informasi terpusat, yang apabila terjadi perang dapat mudah dihancurkan.

2.1.4.2 Fungsi Internet

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

1. Internet sebagai media komunikasi

   Merupakan fungsi internet yang paling banyak digunakan 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) paa pengguna internet diseluruh dunia dapat saling bertukar infomasi dengan cepat dan murah.

3. Media untuk mencari informasi atau data

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

4. Fungsi komunitas

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

2.1.5 Tinjauan mengenai Pesan

2.1.5.1 Pengertian Pesan

Pesan adalah keseluruhan dari apa yang disampaikan olehkomunikator. Pesan seharusnya mempunyai inti pesan atau tema sebagaipengaruh di dalam usaha mencoba mengubah sikap dan tingkah lakukomunikan. Pesan dapat disampaikan panjang lebar, namun yang perludiperhatikan dan diarahkan adalah tujuan akhir dari pesan itu sendiri.Pesan (*message*) terdiri dari dua aspek, yaitu isi pesan (*The contentof message*) dan lambang/symbol untuk mengekspresikannya. Lambangutama pada komunikasi umumnya adalah bahasa, karena hanya bahasalahyang dapat mengungkapkan pikiran dan perasaan, fakta dan opini hal yangkongkrit dan abstrak,

pengalaman yang sudah lalu dan yang akan datangdan sebagainya.Pesan merupakan seperangkat lambang bermakna yangdisampaikan oleh komunikator. Pesan dapat berupa gagasan, pendapatdan sebagainya yang sudah dituangkan dalam suatu bentuk dan melaluilambing komunikasi diteruskan kepada orang lain atau komunikan.Ada tiga faktor yang perlu dipertimbangkan dalam pesan,yaitu :

a. Kode pesan

   pesan menyangkut pengkodean pesan verbal maupun pesan nonverbal. Pengkodean pesan berarti menuangkan gagasan oleh sumber ke dalam lambang-lambang yang berarti agar dapat ditafsirkan sama oleh penerima sehingga menghasilkan efek perilaku yang sesuai dengan yang diharapkan. Pengkodean pesan harus didasarkan pada kondisi khalayak sasaran yang hendak dituju.

b. Isi pesan

   Materi atau bahan yang dipilih oleh sumber (komunikator) untuk menyatakan maksudnya. Isi pesan yang disampaikan meliputi informasi-informasi yang disampaikan, kesimpulan-kesimpulan yang diambil, dan pertimbangan-pertimbangan yang diusulkan. Dalam merencanakan isi pesan, kita harus mempertimbangkan jenis komunikasi yang akan dilakukan.

Untuk jenis komunikasi informatif, isi pesan harus singkat dan jelas, menggunakan istilah - istilah yang sederhana, menggunakan data kongkret, dan memasukkan bahan-bahan yang menarik perhatian. Untuk jenis komunikasi persuasif, isi pesan harus mengandung unsur-unsur: menarik perhatian, meyakinkan, dan menyentuh atau menggerakkan.

c. Pengolahan pesan

Keputusan – keputusan yang dibuat oleh sumber dalam memilih menyusun kode – kode dan isi pesan. Pengolahan pesan merujuk pada keputusan – keputusan mengenai cara – cara yang akan ditempuh datang menyampaikan pesan.

Dalam kamus komunkasi, Onong Uchjana Effendy menjelaskan informasi atau pesan (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 disampaikankepada seseorang, sejumlah orang yang baginya merupakan hal yang baru diketahui
3. Kegiatan menyebarluaskan pesan disertai penjelasan, baik secara langsung, maupun mealui media

komunikasi. Khlayak yang baginya merupakan hal atau peristiwa.

4. Segala infomasi yang 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.

2.1.5.2 Fungsi Pesan

Suatu informasi atau pesan 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 tejadi dapat diketahui sebelumnya, sehingga menghindari keraguan 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 keputusan yang menentukan pencapaian sasaan dan tujuan.

2.1.6 Tinjauan Tentang Psikologi Komunikasi

2.1.6.1 Pengertian Psikologi Komunikasi

Dance (1970) menghimpun tidak kurang dari 98 definisi komunikasi. Definisi – definisi tersebut dilatar belakangi berbagai perspektif seperti mekanistis, sosiologistis, dan psikologistis. Hovland, Janis dan Kelly semuanya psikolog mendefinisikan komunikasi sebagai :

‘*The process by which an individualm(the communicator) transmits stimuli (usally verbal) to modify the behavior of other individuals (the audience)” (*1953:12).

Dance (1967) mengartikan komunikasi dalam kerangka psikologi behaviorisme sebagai usaha “Menimbulkan respons melalui lambang – lambang verbal”, ketika lambang – lambangn verbal tersebut bertindak sebagai stimuli.

Psikologi tidak hanya mengulas komunikasi di antara *neuron.* Psikologi mencoba menganalisa seluruh komponen yang terlibat dalam proses komunikasi. Pada diri komunikan, psikologi memberikan karakteristik manusia komunikan serta faktor – faktor internal maupun eksternal yang mempengaruhi prilaku komunikasinya. Psikologi komunikasi juga meihat bagaimana respons yang terjadi pada masa lalu dapat meramalkan respons yang akan datang.

2.1.6.2 Psikologi Komunikator

Salah satu faktor yang mempengaruhi efektifitas komunikasi terletak dalam diri komunikator. Hal ini berkaitan dengan bagaimana kemampuan/keterampilan komunikator dalam menyampaikan pesan saat berkomunikasi. Untuk bisa dipercayai orang lain diperlukan bukah saja bisa/dapat berbicara tetapi juga memerlukan ”penampilan” yang meyakinkan. “*He doesn't communicate what he says, he communicates what he is."* Artinya ia tidak dapat menyuruh pendengar hanya memperhatikan apa yang ia katakan. Pendengar juga akan memperhatikan siapa yang mengatakan atau menyampaikan semua pesan-pesan tersebut. Bahkan kadang-kadang unsur “siapa” ini lebih penting dari unsur “apa”. Memang pakaian bukanlah segala-galanya, tetapi banyak teori psikologi yang mengatakan bahwa penampilan akan membuat *image* lain bagi seseorang.Psikologi komunikator, proses komunikasi akan sukses apabila berhasil menunjukkan *source credibility* atau menjadi sumber kepercayaan bagi komunikan. Holand dan Weiss menyebut *ethos* sebagai *credibility* yang terdiri atas dua unsur, yaitu:

1. Keahlian(*expertise*) dan
2. Dapat dipercaya(*Trustworthinnes*).

Kedua unsur tersebut mutlak harus dimiliki oleh seorang komunikator agar bersifat kredibel.Aritoteles menyebutkan

karakter komunikator sebagai *ethos*. *Ethos* terdiri dari pikiran baik (*good sense*), akhlak yang baik (*good moral character*), dan maksud yang baik (*good will*), serta perilaku yang baik (*good manner*).

2.1.6.3 Psikologi Pesan

Dalam ilmu psikologi pesan terdapat konsep yang berupa teknik pengendalian perilaku orang lain yang disebut bahasa. Dengan bahasa yang merupakan kumpulan kata, komunikator dapat mengatur perilaku komunikate (orang lain). Berbicara atau berkomunikasi dengan menggunakan bahasa. Dan selanjutnya, bahasa adalah pesan dalam bentuk kata-kata dan kalimat, yang disebut pesan linguistik.

Dalam pesan linguistic terdapat bahasa. Terdapat dua cara untuk mendefinisikan bahasa, yaitu secara fungsional dan formal. Secara fungsional berarti melihat bahasa dari segi fungsinya. Bahasa dapat dipahami apabila ada kesepakatan diantara anggota kelompok sosial untuk menggunakannya. Adapun secara formal, bahasa dinyatakan sebagai semua kalimat yang terbayangkan, yang dapat dibuat menurut peraturan tata bahasa.

Setiap bahasa memiliki peraturan bagaimana kata-kata harus disusun dan dirangkaian agar memiliki arti. (Jalaluddin Rakhmat, 1985:279)

Pesan merupakan salah satu unsur yang penting dalam berkomunikasi, sehingga makna dari pesan itu sendiri memperlancar interaksi social antar manusia. Sementara tujuan dari komunikasi akan tercapai bila makna pesan yang disampaikan komunikator sama dengan makna yang diterima komunikan.

pesan verbal atau pesan linguistik adalah pesan yang digunakan dalam komunikasi yang menggunakan bahasa sebagai media. Pesan verbal ditransmisikan melalui kombinasi bunyi-bunyi bahasa dan digunakan untuk menyatakan pikiran, perasaan dan maksud. Dengan kata lain, pesan verbal adalah pesan yang diungkapkan melalui bahasa yang menggunakan kata-kata sebagai representasi realitas atau makna.

Pesan dalam komunikasi verbal disampaikan melalui dua jenis sinyal, yaitu tanda-tanda dan simbol-simbol. Tanda-tanda adalah sinyal yang memiliki hubungan sebab (*causal*) dengan pesan yang diungkapkan.

Sedangkan simbol-simbol merupakan produk konvensi sosial, oleh karena itu maknanya didasarkan pada kesepakatan yang dibuat oleh para pengguna atau penutur. Contoh, bagi orang Indonesia, kumpulan bunyi yang menghasilkan kata “rumah” bermakna bangunan yang digunakan manusia sebagai tempat tinggal karena memang disepakati demikian. Tidak ada alasan intrinsik mengapa konsep “bangunan yang digunakan manusia

sebagai tempat tinggal" tidak diungkapkan dengan kata yang lain dan mengapa konsep tersebut diungkapkan dengan sekumpulan bunyi bahasa yang berbeda.

2.1.6.4 Imbauan Pesan

2.1.6.4.1 Imbauan Pesan Emosional

Pesan - pesan kita dimaksudkan untuk mempengaruhi orang lain maka kita harus menyentuh motif yang menggerakan atau mendorong prilaku komunikate. Dengan pekataan lain, secara psikologis minghimbau khalayak untuk menerima dan melaksanakan gagasan kita. Para peneliti psikologi komunikasi telah meneliti efektivitas imbauan pesan. Didalam buku Jalaluddin rakhmat (26:2008), pada tahun 1936 Harmann meneliti pengaruh selebaran emosional dan rasional dalam mempengaruhi prilaku politik dalam pemilihan umum. Ia mengemukakan bahwa pesan yang menggunakan pesan emosional lebih berhasil dari pada pesan – pesan rasional.

Lewan dan Stotland (1961) menunjukan bahwa pengaruh imbauan pesan emosional amat dipengaruhi oleh pengalaman sebelumnya. Dengan demikian efek imbauan emosional akan kurang kuat bila topik yang dibicarakan bukan sesuatu yang baru. Selain itu imbauan emosional merupakan pendekatan

komunikasi lebih diarahkan pada sentuhan – sentuhan afeksi, seperti marah, suka, benci, dan lain – lain. Atau pesan yang berisi infomasi yang diharapkan dapat mempengaruhi / membujuk khalayak dengan membangkitkan gejolak perasaan/emosi untuk mendapatkan *feedback* yang diinginkan.

Penggunaan himbauan emosional ini harus mampu menciptakan dorongan emosi khalayak yang dituju (khalayak sasaran), baik secara positif (rasa bangga, gembira,dan lain-lain) maupun rasa negatif (rasa takut,rasa bersalah, dan lain-lain). Imbauan emosional menggunakan persyaratan – persyaratan atau bahasa yang menyentuh emosi komunikate.

Battinghaus (1973) menyarankan hal – hal ini untuk membangkitkan emosi manusia :

a. Gunakan bahasa yang penuh muatan emosional untuk melukiskan situasi tertentu.
b. Hubungkan gagasan yang diajukan dengan gagasan yang tengah populer atau tidak populer.
c. Hubungkan gagasan dengan unsur – unsur visual
d. Tampakan pada diri komunikator petunjuk nonverbal yang emosional.

2.1.7 Tinjauan Komunikasi Humoris

2.1.7.1 Pengertian Komunikasi Humoris

Corak budaya manusia ,temasuk pola – pola berpikirnya sebenarnya dapat ditangkap melalui narasi atau wacana, baik itu berupa cerita (termasuk cerpen dan novel), pribahasa, dan humor.

Banyak teoritis psikologi berpandapat bahwa humor adalah mekanisme untuk beradaptasi. Menurut Thorson, humor dapat digunakan sebagai pertahanan melawan rasa takut, dan memungkinkan orang memperoleh kendali atas peristiwa yang tak dapat dikontrol. Sedangkan McDougall didalam buku Dedy Mulyana Komunikasi Humoris bependapat bahwa salah satu pesan humor adalah membantu pertahanan melawan realitas kehidupan suram. Dalam pandangan Shurcliff, humor berfungsi sebagi alat pelegaan dari kemarahan memuncak yang berhubungan dengan antisipasi akan pengalaman negatif.

2.1.8 Tinjauan Tentang Bahasa

2.1.8.1 Pengertian Bahasa

Secara sederhana, bahasa dapat diartikan sebagai alat untuk menyampaikan sesuatu yang terlintas di dalam hati. Namun, lebih jauh bahasa adalah alat untuk berinteraksi atau alat untuk berkomunikasi, dalam arti alat untuk menyampaikan pikiran, gagasan, konsep atau perasaan.

Bahasa adalah sebuah sistem, artinya, bahasa dibentuk oleh sejumlah komponen yang berpola secara tetap dan dapat dikaidahkan. Sistem bahasa berupa lambang-lambang bunyi, setiap lambang bahasa melambangkan sesuatu yang disebut makna atau konsep. Karena setiap lambang bunyi itu memiliki atau menyatakan suatu konsep atau makna, maka dapat disimpulkan bahwa setiap suatu ujaran bahasa memiliki makna.

2.1.8.2 Fungsi Bahasa

Fungsi bahasa diantaranya :

1. Alat untuk menyatakan ekspresi

   Bahasa menyatakan secara terbuka segala sesuatu yang tersirat di dalam dada kita, sekurang-kurangnya untuk memaklumkan keberadaan kita.

2. Alat komunikasi

   Sebagai alat komunikasi, bahasa merupakan saluran perumusan maksud kita, melahirkan perasaan kita dan memungkinkan kita menciptakan kerja sama dengan sesama warga.

3. Alat mengadakan integrasi dan adaptasi sosial

   Melalui bahasa, setiap anggota masyarakat perlahan-lahan belajar mengenal segala adat-istiadat , tingkah laku dan tata krama masyarakat.

4. Alat mengadakan kontrol sosial

   Kontrol sosial adalah usaha untuk mempengaruhi tingkah laku dan tindak tanduk orang-orang lain. Tingkah laku itu bisa bersifat terbuka (overt) yaitu tingkah laku yang dapat diamati atau diobservasi. Dapat pula bersifat tertutup (covert) yaitu tingkah laku yang tidak dapat diobservasi.

2.1.9 Tinjuan Mengenai *Twitter*

2.1.9.1 Definisi *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 satusatunya 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 bisa terdeteksi oleh pengguna karena tidak ada batasan region ataupun pembatasan lainnya.

2.1.9.2 Definisi Mengenai *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 *updatetweet* 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 fokus yang melatarbelakangi penelitian ini. Dalam kerangka pemikiran ini peneliti akan mencoba menjelaskan masalah pokok penelitian. Dalam penelitian ini peneliti mencoba mengulasa Imbauan Pesan humor Akun *Twitter* @capukBDG Dalam Penyampaian Pesan kepada *Followersnya* Di Kota Bandung.

2.2.1 Kerangka Teoritis

Pesan – pesan dimaksudkan untuk mempengaruhi orang lain maka kita harus menyentuh motif yang menggerakan atau mendorong prilaku komunikate. Dengan perkataan lain, secara psikologis minghimbau khalayak untuk menerima dan melaksanakan gagasan kita. Para peneliti psikologi komunikasi telah meneliti efektivitas imbauan pesan. Didalam buku Jalaluddin Rakhmat (26:2008), pada tahun 1936 Harmann meneliti pengaruh selebaran

emosional dan rasional dalam mempengaruhi prilaku politik dalam pemilihan umum. Ia mengemukakan bahwa “Pesan yang menggunakan pesan emosional lebih berhasil dari pada pesan – pesan rasional”.

Battinghaus (1973) menyarankan hal – hal ini untuk membangkitkan emosi manusia :

a. Gunakan bahasa yang penuh muatan emosional untuk melukiskan situasi tertentu.
b. Hubungkan gagasan yang diajukan dengan gagasan yang tengah populer atau tidak populer.
c. Hubungkan gagasan dengan unsur – unsur visual
d. Tampakan pada diri komunikator petunjuk nonverbal yang emosional.

2.2.2 Kerangka Konseptual

Berdasarkan landasan teoritis yang sudah dipaparkan diatas maka tergambar beberapa konsep yang akan dijadikan pendekatan metode sebagai acuan peneliti dalam mengaplikasikan penelitian ini.

Dari teori yang coba diangkat peneliti mencoba menjelaskan dan mengaplikasikannya kedalam pokok permasalahan penelitian ini. Peneliti mencoba memfokuskan pada faktor-faktor yang mendukung keberhasilan komunikasi bermedia antara lain:

1. **Bahasa**

   Percakapan atau pembahsan pesan oleh akun @caprukBDG dapat dikatakan komunikatif apabila para *followersnya*, selain mengerti

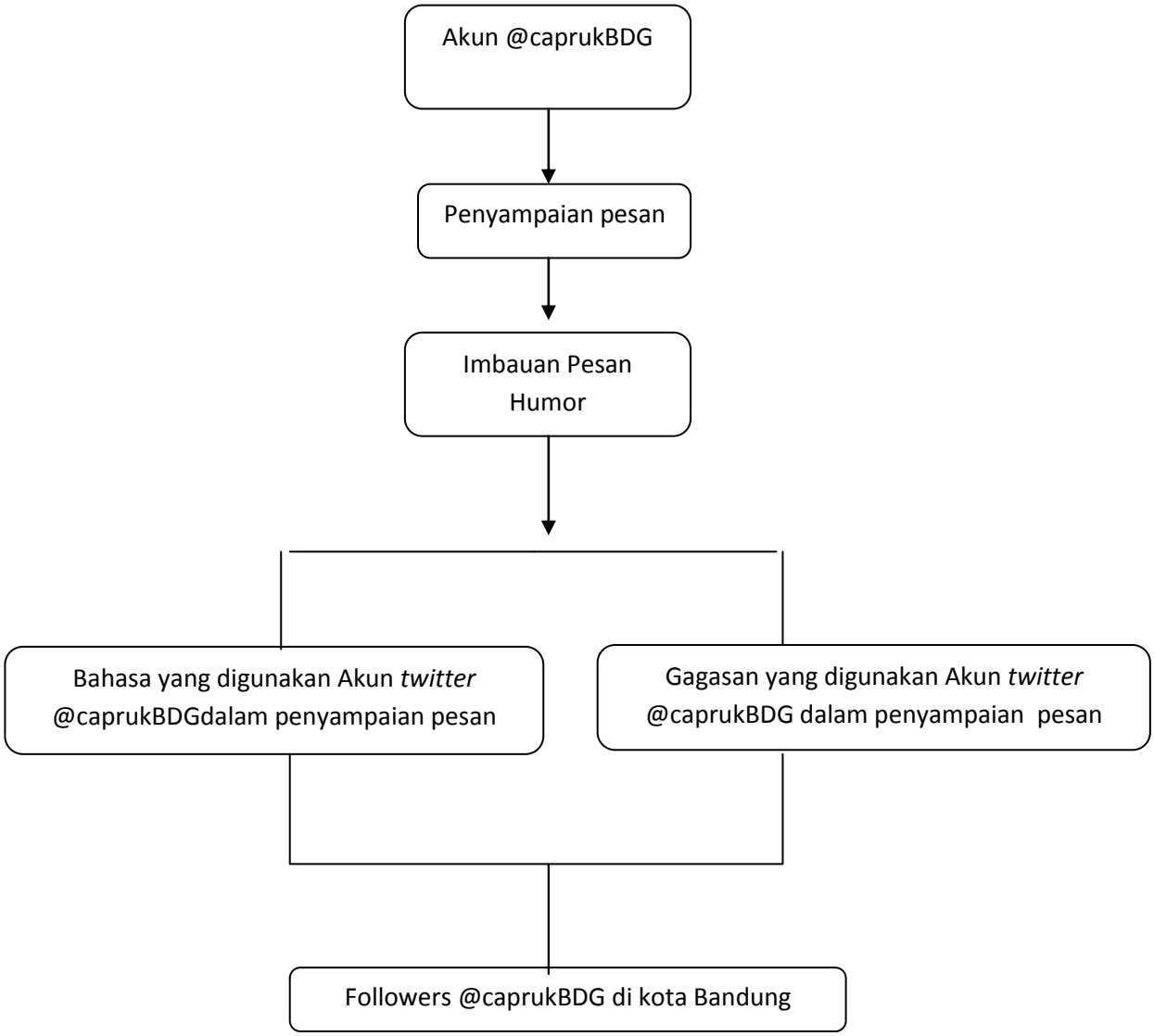
bahasa yang dipergunakan, juga mengerti makna dari bahasa yang dipergunakan, juga mengerti dari bahan yang dipercakapkan.

2. **Gagasan yang diajukan**

   Gagagasan yang diajukan melalui twitter @caprukBDG ini memberikan sebuah informasi menghibur dan yang sedang populer dalam arti bahwa informasi yang diolah ini dapat memenuhi kebutuhan *followersnya*, sehingga gagasan yang diberikan dapat dimengreti sehingga isi pesan dapat menibulkan stimuli yang diinginkan oleh komunikator.

Gambar 2.2

Bagan Alur Pemikiran Peneliti



Sumber : Aplikasi Peneliti 2013