

Kajian Internet Sebagai Media Komunikasi Interpersonal Dan Massa

Oleh : Edwi Arief Sosiawan, SIP, MSi

(staf pengajar jurusan ilmu komunikasi FISIP UPNVY)

INTISARI

Pada perkembangan dan seiring mem-boomingnya penggunaan internet maka ilmu komunikasi-pun mulai menjamah untuk dijadikan objek penelitian. Tidak banyak yang melakukan riset internet dari sudut pandang ilmu komunikasi khususnya di Indonesia. Kesenjangan yang paling utama adalah belum adanya kepastian tentang status internet dalam konteks sebagai media komunikasi. Banyak yang mempertanyakan status internet sebagai media komunikasi interpersonal ataukah media massa. Berangkat dari masalah tersebut maka penelitian ini mencoba untuk mendeskripsikan karakter internet dalam penggunaan sebagai media interpersonal dan media massa, sehingga gambaran penentuan status internet sebagai media komunikasi menjadi jelas.

Hasil temuan dan observasi yang dilakukan menunjukkan bahwa internet memiliki tiga fasilitas utama yang digunakan dalam berkomunikasi, yaitu electronic mail (e-mail), web sites serta internet relay chatt (chatting). E-mail dan chatting banyak digunakan dalam komunikasi interpersonal yang secara teknis berupa komunikasi informasi point to point atau point to multipoint. Perbedaan antara e-mail dan chatting adalah pada bentuk komunikasi yang dilakukan. Jika e-mail merupakan asynchronous communication sedangkan chatting berbentuk synchronous communication. Untuk fasilitas web sites, lebih digunakan sebagai media komunikasi massa dengan unique point berupa periodisasi, pesan yang universal dan up to date informations. Namun kelebihan web sites disamping fasilitas lain adalah dapat digunakan untuk e-mail ataupun chatting.

1.Latar Belakang

Pencarian kebutuhan informasi melalui keterlibatan dalam mekanisme proses komunikasi, dilakukan manusia sebagai usaha untuk semakin meningkatkan, memperbaiki memperbaharui taraf hidupnya seiring perkembangan peradaban yang semakin maju. Kebutuhan dan keinginan untuk selalu beriringan dengan informasi tersebut, berevolusi menimbulkan suatu pemikiran yang terintegrasi pada konvergensi teknologi komunikasi global.

Globalisasi komunikasi dan transisi masyarakat informasi menurut Joseph Strautbhaar dan Robert Larose (1997) didorong oleh percepatan konvergensi teknologi komunikasi melalui teknologi digital komputer yang membawa kepada kejelasan menuju pada pertemuan komputer dan komunikasi¹.

Wujud nyata dari teknologi komunikasi baru (penggabungan dengan teknologi komputer) terangkum dalam media *telematics* (disebut oleh Joseph Strausbhaar dan Robert Larose (1997) sebagai penggambaran penggabungan antara komputer dengan teknologi komunikasi³). Dalam penggabungan tersebut juga dimasukkan bentuk jaringan informasi yang mudah dan cepat diraih, disebut sebagai "the informations super highway" (Joseph Strausbhaar dan Robert

¹ Oleh Ishadi SK (1999) disebut sebagai pertemuan 2C yakni *computer* dan *communication*

³ Oleh Jhon Naisbitt telah diramalkan dalam *Global Paradox* terjadinya perkawinan 3 buah media

Larose, 1997, 6). *The informations super highway* ini merupakan istilah lain dari kemampuan suatu medium baru yaitu internet.

Pertukaran informasi maupun cara berkomunikasi melalui internet adalah cara baru sebagai lompatan teknologi yang menempatkan manusia berada pada tempat berbeda dalam waktu yang bersamaan. Semua ini dapat dilakukan oleh kemampuan telekomptasi internet.

Fasilitas - fasilitas yang ada dalam medium internet dan digunakan oleh para penggunanya meliputi :

Tabel. 1 : Daftar deskripsi fasilitas dalam internet

NO.	FASILITAS INTERNET	DESKRIPSI
1.	<i>World wide web</i>	merupakan data bank yang besar dalam bentuk citra bergerak, grafis, teks, suara , tentang berbagai hal
2.	<i>Internet relay chat</i>	sarana berkomunikasi seperti menggunakan telephone namun menggunakan teks
3.	<i>Electronic mail</i>	sarana surat menyurat secara elektronik
4.	<i>Usenet</i>	fasilitas untuk berdiskusi secara kelompok dan korepondensi pencarian data
5.	<i>File transfer protocol</i>	sarana pencarian file-file program secara gratis
6.	<i>Gopher</i>	sarana interaktif pencarian data base dan file

Karena fasilitas yang ditawarkan memberikan kemudahan dan manfaat yang besar serta lebih komprehensif bentuk tampilannya, maka difusi pemakaian internet bagi penggunanya begitu cepat tersebar diberbagai tempat/negara, termasuk Indoensia.

Walaupun sudah digunakan sebagai sarana media komunikasi melalui fasilitas-fasilitas di dalamnya, hingga saat ini internet masih terkesan diasumsikan sebagai kemajuan perkembangan teknologi komputer dan bukannya media komunikasi. Fenomena ini paradoks dengan layanan yang ditawarkan dalam media internet, yang berfungsi untuk mengirim, menyampaikan atau menerima pesan bagi penggunanya (*user*). Permasalahan yang lain tidak semata-mata hanya berada pada asumsi pengabaian internet sebagai media komunikasi, tetapi juga meliputi :

Pertama, permasalahan timbulnya dampak perubahan atau gambaran-gambaran baru dalam *das sein*-nya sebagai ilmu atau aplikasinya dalam sistem komunikasi maupun konteks sosialnya. Kedua, Internet sendiri dalam proses komunikasi sebagai media atau *channel* mungkin sama atau berbeda karakteristiknya dengan media klasik yang telah ada (TV, Radio, Telephone dsb), bila dilihat sebagai melalui pendekatan tradisional dengan menelaah secara medium spesifik (Morris, Merril : 1999) . Sementara unsur dan prosesnya dalam konteks terminologi ilmu komunikasi, internet memiliki spesifikasi, ciri-ciri, dan kategori-kategori tertentu. Ketiga, di Indonesia sendiri belum banyak kesadaran untuk meng-eksplorasi penelitian internet sebagai media komunikasi. Padahal, embrio pengembangan penggunaan internet (di dalam maupun di luar negeri)

dipelopori oleh universitas/lembaga perguruan tinggi, tentu ini signifikan dengan potensi internet untuk digunakan sebagai sarana dan prasarana pengembangan ilmu dan keilmiahan.

Oleh karenanya dilakukan pendekatan lain dalam penelitian ini yang mengarah pada pembahasan model dan unsur-unsur komunikasi yang terdapat di dalam komunikasi bermedia internet dengan pokok permasalahan sebagai berikut :

“Bagaimana fungsi internet sebagai media interpersonal dan media massa?”

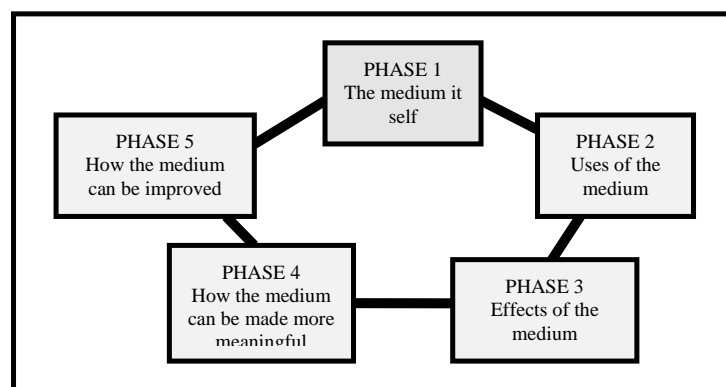
2. Pendekatan Masalah

Studi ilmu komunikasi men-dikotomikan media menjadi dua kategori yaitu; **media nirmassa**⁹ (telephone, surat, pamflet, booklet dan sebagainya) serta **media massa** (televisi, radio, surat kabar dan sebagainya). Namun, eksplorasi penelitian media lebih banyak difokuskan pada media massa, karena tiga pertanyaan sentral yang berpengaruh dalam penelitian media yaitu asumsi-asumsi;

- Besarnya dampak/efek terhadap pengguna/komunikas/user media.
- Bagaimana komunikasi massa menggantikan tempat komunikasi interpersonal (yang lebih langsung)
- Eksposur media apakah betul untuk masyarakat dan rincian pengaruh media terhadap kondisi psikologi, sosiologi dan budaya.

Alur taksiran eksplorasi penelitian media massa menurut Roger D. Wimmer dan Joseph R Dominnick (1989 : 5) terdiri dari 5 fase; fase media, fase penggunaan media, fase efek media, fase kemampuan media lebih, dan fase improvisasi media.

Gambar 1. Alur Eksplorasi Penelitian Media Komunikasi



Sumber : Roger D Wimmer, Joseph Dominick (1983, 5)

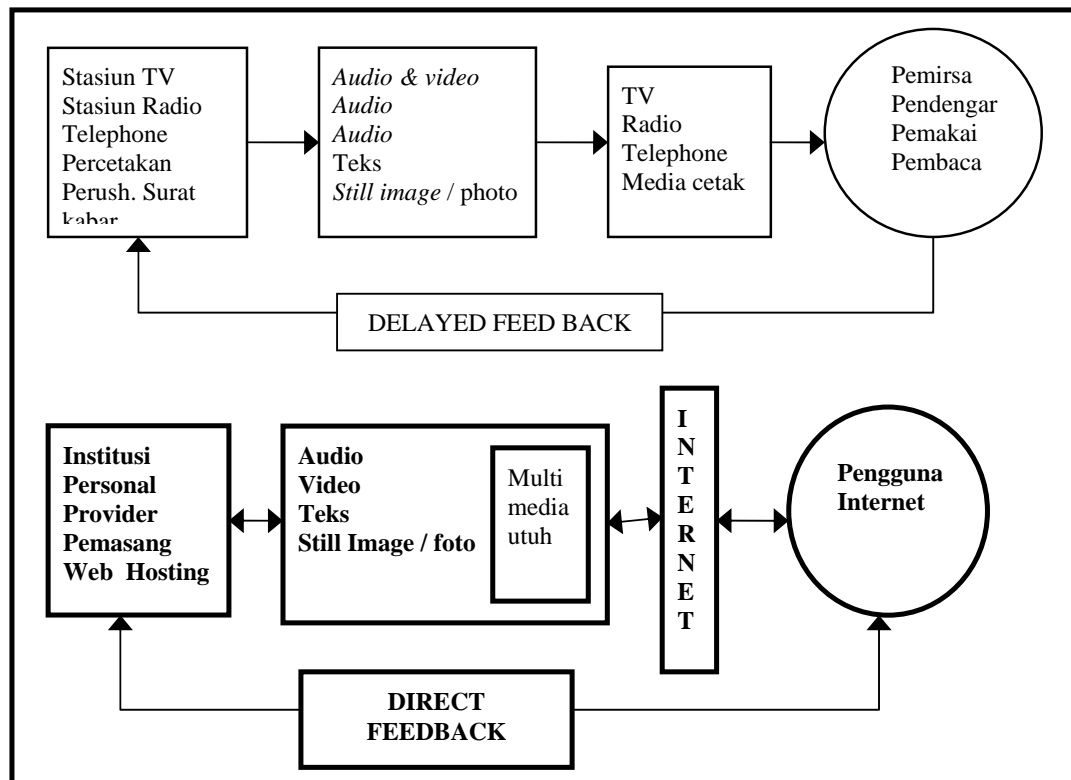
Pada hubungannya dengan konvergensi teknologi yang berdampak pula pada konvergensi media komunikasi, semua teori, konsep serta model-model yang telah ditemukan masih memiliki relevansi dan digunakan sebagai sarana mengkaji

⁹ Media non massa atau media bukan untuk keperluan dan kepentingan massa

media komunikasi klasik yang semakin menguat dan bertambah karakteristiknya. Namun di sisi lain konvergensi teknologi juga memunculkan media komunikasi baru yaitu medium internet yang sama sekali berbeda¹² dengan media komunikasi klasik. Dengan fenomena seperti ini mau tidak mau, konsep dan paradigma komunikasi bermedia perlu dikaji kembali atau dipertanyakan dalam relevansi serta aplikasi pada media internet untuk mencari karakter, ciri-ciri dan kategori-kategori sebagai upaya penyusunan konsep media internet sebagai media komunikasi atau media massa.

Perbedaan internet dibanding media komunikasi klasik dapat dilihat dari dua sisi, yaitu penggunaannya oleh komunikator dan komunikan serta sisi karakteristik internet sebagai media komunikasi. Perbedaan-perbedaan tersebut diuraikan di bawah ini :

Gambar 1 . Perbedaan bentuk dan sifat pesan medium internet dibanding media komunikasi klasik



2. Perbedaan karakteristik internet dibanding dengan media klasik dalam sistem dan operasional sebagai alat maupun medium komunikasi adalah sebagai berikut :

- a. *Pertama*, Perbedaan utama dan makro tersebut yaitu; internet adalah media **berbasis komputer**
- b. *Kedua*, internet sebagai media komunikasi memiliki penawaran interaktif yang dinamis terhadap penggunanya/user,

¹² Berbeda dalam bentuk *hardware*, penggunaan, sistem dan proses komunikasinya

- c. *Ketiga*, media internet mampu menjadi pusat informasi dan sumber informasi yang tidak terbatas
- d. *Keempat*, luas jangkauan dari media internet tentu saja melintas antar benua, antar negara, serta antar budaya.
- e. *Kelima*, fungsi internet sebagai media, selain sama dengan fungsi media lain, media internet memiliki penawaran untuk pengembangan bidang jasa maupun bisnis sebagai bagian gaya hidup.

TABEL 3 : Bentuk komunikasi Dan Konfigurasi Fasilitas Internet

FASILITAS INTERNET	BENTUK KOMUNIKASI	KONFIGURASI S - C - M - R
<u>World wide web</u>	INTERAKTIF Komunikasi massa & Komunikasi interpersonal	BARU
<u>IRc Chat</u>	SWITCHING Komunikasi interpersonal	BARU
<u>E-mail</u>	SWITCHING Komunikasi interpersonal	KLASIK
<u>Gopher</u>	INTERAKTIF mekanik	BARU
<u>Ftp</u>	INTERAKTIF mekanik	BARU
<u>Usenet</u>	SWITCHING Komunikasi massa & Komunikasi interpersonal	BARU

Perbedaan secara karakteristik dan konfigurasi baru dari bentuk S – C - M – R dalam media internet memberikan penelaahan kepada pertanyaan siapa sumber (*who*) source, Apa pesannya (*what* messages) dan siapa penerimanya (*whom receiver*), bagaimana proses komunikasi (*how process*) berlangsung melalui media internet ? Pertanyaan-pertanyaan tersebut tentu menjadi dasar untuk mengkaji ulang paradigma model komunikasi massa klasik untuk aplikasi penelitian media internet.

Untuk mengatasi hambatan-hambatan teoritikal di atas, Jhon December¹⁴ (1999) melakukan pendekatan dalam penelaahan unit-unit analisis penelitian media internet, dengan menelusuri istilah – istilah (*term*) dasar dari komunikasi bermedia internet (*Computer Mediated Communications* (CMC) yang terurai sebagai berikut :

a. ***Internet – based*** ; komunikasi dasar dalam media internet adalah tahapan data yang dikonfirmasi/disesuaikan dengan setting data *communicatons protocols*. Artinya secara mekanistik jaringan komputer membutuhkan *protocols* untuk dapat tersambung pada jaringan guna pengiriman dan penerimaan pesan. yaitu TCP/IP (*Transfer Control Protocol*)/ (*internet protocols*).

¹⁴ www.december.com

b. Computer ; istilah komputer dalam konteks internet CMC didefinisikan sebagai penyedia *platform* (bentuk dasar) dalam pengoperasian sistem dan aplikasi *software* untuk membantu jaringan data dan pemakaian pengguna (*user*).

c. Mediated; media perantara komunikasi dalam internet, meliputi pengambilan pesan (*message*) kedalam media atau *encoding* pesan ke dalam elektromagnetik, atau bentuk optikal untuk penyimpanan dan pengiriman pesan. Pesan dalam internet dicode, disimpan, dikirimkan menyesuaikan aturan penerapan *client – server* dan TCP/IP protocols.

d. Communications ; Pada hakekatnya komunikasi melalui internet adalah komunikasi antar manusia/insani melalui jaringan komputer internet, sehingga bermacam komunikasi internet juga memerlukan batasan-batasan yang digunakan dalam komunikasi manusia/insani itu sendiri.

e. Integrasi ; Penawaran-penawaran dalam media internet mampu mengakses berbagai aplikasi komunikasi seperti penggunaan program *window* yang terintegrasi untuk digunakan sebagai sarana *e-mail*, *web-client* dan sebagainya. *User*/pengguna internet dapat membuat akses yang memungkinkannya berkomunikasi dengan partner atau mencari informasi yang luas tak terbatas. *User* /pengguna internet juga akan berhadapan dengan berbagai konteks kultur dalam komunikasinya.

Dari uraian pendekatan di atas dapat diidentifikasi beberapa hal yang menjadi perhatian sebagai objek dalam analisis komunikasi bermedia internet, yaitu meliputi pertukaran pesan, komunikasi *client - server*, karakteristik pesan media dan simbol-simbol komunikasi yang digunakan. Unit-unit tersebut merupakan langkah-langkah yang akan dikerjakan dalam penelitian ini dalam penyusunan konsep-konsep dalam komunikasi bermedia internet Penyusunan konsep-konsep yang akan dibuat, dilakukan dengan pencarian taxonomy dasar elemen komunikasi (komunikator, simbol, *sender* dan *receiver*, pesan, *noise*, dan jaringan komunikasi).

3. Metode Penelitian

Penelitian ini adalah penelitian survey deskriptif induktif eksploratori, dengan menganalisis dan mengeksplorasi secara mendalam fenomena media internet sebagai medium komunikasi interpersonal dan massa untuk mencari model dan konsep-konsep yang terdapat dalam proses komunikasi media internet berkaitan dengan penggunaannya.

4. Pembahasan

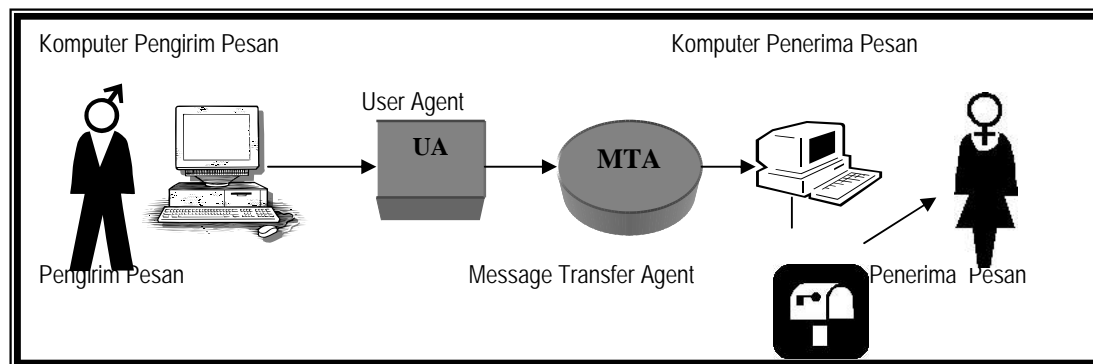
4.1. Internet sebagai medium komunikasi

Hakekat medium dalam lateral ilmu komunikasi adalah yang digunakan sebagai alat (*channels*) untuk menyampaikan pesan (*message*) dari komunikator/sumber kepada *audience*/komunikan. Pada penggunaan penyampaian pesan medium dikatakan sebagai medium komunikasi personal atau nirmassa jika medium tersebut digunakan untuk menyampaikan pesan interaksi secara antar personal atau personal ke sekelompok massa. Ciri dari medium ini adalah penyampaian pesannya secara langsung timbal balik, tidak tertunda *feedback*-nya. Sementara suatu medium dikatakan sebagai medium massa

jika medium tersebut digunakan sebagai penyampai pesan-pesan massal untuk khalayak banyak.

Pada penggunaan penyampaian pesan dan penerimaan pesan, peran ini nampak pada fasilitas *E-mail* dan IRC yang memberikan pelayanan untuk dapat menghubungkan dua atau lebih person/peserta komunikasi melalui pesan yang dikirim secara elektronik. Pada fasilitas *e-mail* internet menjadi perantara komunikasi melalui teks berformat surat antar dua person (secara *interpersonal*). Sifat komunikasi melalui fasilitas *e-mail* ini bersifat komunikasi *asynchronous* artinya komunikasi dengan penundaan karena data pesan yang disampaikan tidak sinkron dan harus melalui penyimpanan serta rute transmisi yang relatif singkat untuk sampai kepada alamat yang dituju. Rute yang dimaksud disini adalah proses pengiriman pesan melalui komputer pengirim yang diteruskan oleh jaringan transmisi hingga diterima sekaligus penyimpanan pesan pada komputer penerima.

Gambar 2. Komunikasi melalui *e-mail*



Untuk fasilitas *internet relay chat*, komunikasi yang dilakukan adalah mirip dengan komunikasi melalui telepon. Pada kaitan ini IRC berfungsi sebagai media yang membawa pesan percakapan berbentuk teks dari pengirim pesan (komunikator) kepada penerima pesan yang dituju (komunikan). Kategori komunikasi melalui IRC ini disebut sebagai *synchronous communications* artinya proses transfer pesan secara sinkron dan langsung, antara dua atau lebih tempat yang diselingi jeda waktu singkat. Sifat dari komunikasi melalui media IRC ini bisa antara dua person atau person dengan banyak person lainnya yang tergabung dalam *channel*. Pesan yang disampaikan dalam IRC bisa bersifat terbuka jika peserta komunikasinya adalah sekelompok orang, namun juga bisa bersifat pribadi bila peserta komunikasinya hanya terdiri dari dua person saja.

Pada fasilitas WWW, fasilitas ini lebih berfungsi sebagai perpustakaan global yang berorientasi untuk kepentingan publik. Data informasi dalam fasilitas tersebut ibarat sebuah perpustakaan lengkap yang berisi informasi variatif. Pada dunia pendidikanpun informasi dalam www membawa implikasi penyediaan berbagai literatur akademik dan publisitas akademik¹⁹, bahkan kini internet mampu memberi fasilitas untuk penggunaan pendidikan jarak jauh (*virtua education*). Untuk informasi yang bersifat menghibur dalam fasilitas www bentuknya lebih variatif dalam berbagai teks, citra, audio dan video. Kategori

¹⁹ Dalam bentuk jurnal, abstraksi dan perpustakaan *on line*

hiburan yang ditampilkan berada dalam situs-situs yang khusus untuk mengeksposure berbagai macam hiburan seperti yang terdapat dalam situs-situs yang menampilkan *jokes* atau lelucon, serta *trailer* hingga *full cinema*²⁰.

Dari ketiga fasilitas yang terdapat dalam internet, dapat disimpulkan bahwa internet sebagai medium komunikasi, memiliki kemampuan sebagai medium komunikasi interpersonal yang mampu menghubungkan interaksi antara dua orang atau lebih melalui pesan yang bersifat pribadi ataupun terbuka. Tidak berhenti di situ saja syarat-syarat untuk menjadikan internet sebagai suatu medium massapun mampu dipenuhi oleh internet dengan berbagai fungsi yang mampu dilakukan. Dengan demikian dapat dikatakan bahwa media internet masuk dalam lingkup dua bentuk medium komunikasi (*interpersonal* dan *massa*). Sehingga predikat *multifaced* medium tidak saja berarti sebagai medium yang beraneka rupa, namun medium yang mampu membawa pesan secara *interpersonal* maupun *massa*.

4.2. Komunikasi Bermedia Internet

Secara rinci komunikasi bermedia internet dalam proses penggunaannya dapat diuraikan :

4.2.1. Aktivitas dan proses Komunikasi bermedia internet meliputi :

- a. Menciptakan pengertian dengan menulis “surat” melalui *E-mail*, menuliskan kata-kata pada waktu yang sama dalam komunitas *Chatting*, serta menciptakan *web sites* melalui penciptaan file multimedia.
- b. Menyebarkan pengertian melalui komunikasi *point to point* (*E-mail*), dan komunikasi *point to multi point* (*IRC*, *Web site*).
- c. Merasakan arti dalam teks dan multimedia pada *web sites*, *e-mail* dan *IRC*.
- d. Berpartisipasi dalam forum untuk berkomunikasi yang merupakan awal penjelajahan karakteristik komunitas seperti tujuan bersama, norma-norma dan tradisi.

(Sumber : www.december.com/cmc/mag/1997/jan/decpro.html)

4.2.2. Level dan konteks komunikasi bermedia internet

Meskipun dalam aktivitas dan proses komunikasi bermedia internet adalah pertukaran data melalui komputer namun tetap melibatkan manusia sebagai pemberi konteks atau situasi pada aktivitas dan process komunikasi tersebut, yang meliputi konteks individual, group, organisasi, massa dan sosial.

Pada *level* individual, pengguna menggunakan *internet tools* untuk mencari dan menerima informasi dan berkomunikasi dengan pengguna lain. *Electronic mail* adalah fasilitas yang paling banyak digunakan pada *level* ini.

Pada tingkatan di atasnya yaitu *level group communications*, *Electronic mail* masih tetap digunakan dalam

²⁰ Memerlukan aplikasi *hardware* dan software *multi media* dalam komputer

bentuk *listserver* atau *mailng list* serta penggunaan IRC. Tingkatan komunikasi massa adalah fasilitas *broadcast on line* yaitu *Web sites* identik dengan komunikasi di level ini.

4.2.3. Prespektif lintas budaya

Karena karakteristik yang mampu melintas jarak dan batas benua, maka dimungkinkan komunikasi bermedia internet akan memiliki fenomena terjadinya pertukaran antar budaya. Dalam penggunaannya *user* internet akan menjadi semakin bertambah partisipasinya dalam pertukaran budaya dan penghubung pertukaran budaya itu sendiri.

Melakukan komunikasi menggunakan internet, beberapa literatur membedakannya menjadi dua jenis komunikasi yaitu, *asynchronous* dan *synchronous communication* serta *on line broadcast communications*. *Asynchronous communication* adalah komunikasi melalui media internet dengan pengirim dan penyampai pesan dalam berinteraksi tidak berada pada kedudukan tempat dan waktu yang sama, namun pesan tetap sampai pada tujuan/sasaran (penerima). Jenis komunikasi ini diwakili oleh fasilitas *electronic mail*. Dalam melakukan komunikasi melalui *e-mail* antara pengirim pesan dengan penerima pesan kemungkinan besar tidak berada pada tempat dan waktu yang bersamaan. Pesan yang dikirim harus melalui suatu rute transmisi sebelum sampai pada alamat penerima. Dengan demikian pesan tidak langsung sampai tapi mengalami jeda waktu yang relatif singkat dengan ukuran maksimal dalam ukuran jam.

Sedangkan *synchronous communication* adalah komunikasi melalui internet dengan interaksi yang bersamaan waktunya. Jenis komunikasi bermedia internet ini diwakili oleh fasilitas *Internet Relay Chat*. Komunikasi ini menggunakan kata-kata sebagai pesan yang disampaikan dan diterima seketika seolah-olah sebagai percakapan dan sama dengan komunikasi interpersonal.

On line broadcast communication merupakan istilah komunikasi yang dilakukan melalui fasilitas *web*. Meskipun bentuknya berbeda dengan materi dan fisik media *broadcast* klasik lainnya, namun *web* memiliki syarat untuk menjadi media massa yaitu memiliki unsur universalitas dan periodisasi.

Perbedaan komunikasi bermedia internet dengan tipe komunikasi lainnya adalah komunikasi *on line* bersifat tidak tetap dan sesaat serta fleksibel artinya secara mudah dapat berinteraksi dengan *user* lain pada waktu tertentu, kemudian pada lain waktu tidak pernah berhubungan lagi. Sedangkan tipe komunikasi selain *on line* adalah memerlukan pertemuan dan kehadiran secara fisik, yang memungkinkan terjadinya perjumpaan secara kontinyu atau berkelanjutan.

4.3. Proses Komunikasi Bermedia Internet

4.3.1. Proses Komunikasi Fasilitas E-mail

Pesan yang disampaikan dalam *e-mail* menggunakan kata-kata/huruf yang ditulis dalam *e-mail client* melalui *folder compose* untuk pengiriman dan *mail box*

/ *in box* untuk penerimaan pesan. Pada pengiriman pesan melalui *e-mail* prosesnya relatif cepat dalam hitungan minimal detik hingga maksimal jam. Relatif di sini bergantung pada *server* serta *hardware* komputer dan internet yang digunakan untuk proses pengiriman melalui rute secara mekanis internet. Selama proses pengiriman pesan yang berupa kata-kata/huruf tersebut akan dirubah dalam bentuk *datagram*. Sebelum *datagram* (berupa pesan) tersebut sampai pada penerima akan dirubah dulu menjadi kata-kata/huruf sehingga dapat dibaca melalui *folder mail box / in box*.

Secara fisik kata-kata dalam pesan yang berupa huruf-huruf akan diberi makna oleh penerima sesuai dengan persepsinya. Pesan *e-mail* yang berupa kata-kata dalam tulisan tentunya tidak memiliki intonasi ataupun suara sehingga makna denotatifnya terbatas. Pengkayaan makna dilakukan melalui gaya bahasa dan penggunaan tanda baca.

4.3.2. Proses Komunikasi Fasilitas *internet relay chat*

Pada penggunaan IRC, seorang *user* membutuhkan suatu IRC *client* sekaligus *software*nya. Biasanya *Internet Service Provider* telah menyediakannya. *Software* klien IRC yang digunakan dalam *windows* adalah menggunakan mIRC. Untuk dapat bergabung dengan pengguna lain, maka *user* akan menggabungkan diri dengan salah satu server IRC lainnya. Setelah bergabung ke dalam satu *server* maka *user* akan bergabung dengan suatu channel untuk dapat bercakap dengan orang lain. Bahasa yang digunakan dalam *channel* umumnya menggunakan bahasa Inggris. Sementara perintah-perintahnya menggunakan beberapa karakter sebagai alat pengiring atau perintah dalam *channel*. Pada fasilitas IRC pengirim pesan maupun penerima pesan umumnya menggunakan nama samaran sebagai identitas mereka dalam berinteraksi. Meskipun begitu tak jarang menggunakan nama asli mereka. Nama samaran disini identik dengan nama identitas dalam komunikasi menggunakan media radio amatir.

Pesan yang disampaikan oleh para pengguna/*user* dalam komunikasi *via* IRC adalah juga menggunakan kata-kata/huruf seperti dalam *E-mail*, sehingga pengkayaan makna tergantung pada persepsi masing-masing *user*. Bedanya dengan dengan fasilitas *E-mail*, gaya bahasa dalam IRC menggunakan gaya bahasa gaul, lebih bebas dan tidak formal.

4.3.3. Proses Komunikasi fasilitas *web browser*

Web browser sebagai salah satu fasilitas dalam internet, menampilkan bentuknya dengan berbagai macam informasi kepada *user* atau penggunanya. *Web* digunakan sebagai medium dengan fasilitas multi media, yang tidak saja memberikan tampilan tulisan/teks ataupun grafis/gambar semata tetapi juga citra bergerak/*video* dan *audio*, bahkan kini *web* dapat digunakan sebagai sarana mengakses televisi, radio ataupun telephone. *Web* umumnya dipergunakan sebagai sarana penyampai informasi secara umum, mulai informasi tentang berbagai kategori *human interest*, berita seketika (*straight news*) hingga berita harian (*daily news*). Khusus *web* jenis penyampai berita selalu berubah penampilan dan isi pesannya setiap hari. *Web* ini disebut sebagai “*webcaster*” sebagai sinonim dengan layanan sejenis pada media komunikasi klasik Pada

eksposure-nya, isi pesan yang dibawa *web* tidak pernah dibatasi oleh waktu maupun isi pesannya, namun untuk sampai pada massa/khalayak atau penggunaanya tergantung kepada keaktifan, ketertarikan dan kebutuhan informasi khalayak atau pengguna tersebut.

Web dalam *performance*-nya terdiri atas *homepage* dan *sites*. *Homepage* merupakan halaman muka dari suatu situs atau *web sites*, yang berisi berbagai menu pilihan atau *icon-icon link* penunjuk berbagai informasi yang ada dalam *web sites* tersebut. Sedangkan *sites* adalah halaman isi atau isi detail informasi dalam *web sites*. *Homepage* digunakan sebagai sarana identitas, *greetings* atau *welcome aboard* dari pemilik (*author*) *web sites* (bisa lembaga atau perorangan). Dalam *homepage* lazim terdapat isi menu (*main menu*) serta *link* atau kaitan dengan *sites-sites* lainnya.

Pada aplikasinya seorang pengguna/*user* ketika membuka suatu *web* untuk mencari informasi tertentu, umumnya tidak langsung menuju pada alamat (*http*) *web* bersangkutan, tetapi memulai dari situs pencari (*search engine*) dahulu. *Search engine* inilah yang digunakan sebagai sarana pencarian situs tertentu melalui fasilitas *query* dan *boelan*. Dari hasil pencarian (*result*) situs *search engine* tersebut (biasanya terdapat berbagai pilihan) barlah *user* memilih salah satu alternatif *web sites* yang diinginkan.

Untuk pencarian informasi dari *web sites* yang sudah dikenali atau diketahui alamatnya, maka pengguna akan langsung menuliskan alamat yang sudah dikenali tersebut. Fenomena ini biasanya berlaku pada pencarian informasi berita yang berada pada situs-situs publikasi koran *on line* atau *webcaster* (detik.com, kompas on line dan sebagainya)

4.4. Unsur-unsur Komunikasi Dalam Komunikasi Bermedia Internet

4.4.1. Unsur Komunikasi Dalam Fasilitas *E-mail*

Pada komunikasi *e-mail* tidak ada sumber pesan, dalam pengertian bahwa pesan dalam *e-mail* merupakan peng-ejawantahan *needs* motif interaksi dan korespondensif dari pengirim pesan yaitu : "*sender*". Artinya aktifitas proses komunikasi dalam fasilitas *e-mail* didahului atau didorong oleh motivasi dan kebutuhan untuk mengekspresikan dan meng-eksistensikan diri melalui pengiriman dan penerimaan pesan untuk berinteraksi. Bentuk *e-mail* sendiri terdiri atas dua jenis *e-mail* yang didasarkan pada keperluan atau kepentingan interaksi yang diinginkan, yaitu *e-mail person to person (point to point)* merupakan *e-mail* dari satu orang ke satu orang lainnya, serta *e-mail* dalam bentuk kelompok (*point to multi point*) merupakan *e-mail* dari satu orang ke sekelompok orang dan sebaliknya. Jenis yang kedua ini disebut juga sebagai *e-mail groups (e-groups)* atau *mailing list*.

Penerima pesan dalam komunikasi melalui *e-mail* adalah "*recipient*" *Recipient* tidak langsung dapat menerima pesan yang dikirim kepadanya bila tidak dalam kondisi *on line*. Pesan yang dikirim kepada *recipient* akan melalui rute dan membutuhkan waktu dalam hitungan detik hingga jam. Bila tidak berada pada waktu yang tepat (*on line*) maka pesan tidak langsung diterima. *Feedback* dari penerima pesan akan terjadi bila terdapat motivasi dari penerima pesan untuk

melakukan pengiriman pesan balik (*reply*). Bila ini terjadi maka penerima pesan akan berubah peran (*switching role*) menjadi *sender* dan pengirim pesan berubah peran menjadi *recipient*.

Berkaitan dengan pesan yang dikirimkan, karena berbentuk surat, maka alur bahasa yang digunakan bersifat formal dan terbatas pada penggunaan kata-kata dalam huruf-huruf. Karena menggunakan kata dalam huruf atau teks maka pemahaman terhadap penerimaan pesan tergantung pada “**keterbacaan**” (pengertian tulisan dalam satu wacana), dan “**diksi**” (pilihan kata). Singkatnya dalam efektivitas penyampaian pesan antara *sender* dan *recipient* akan tergantung pada prinsip-prinsip semantik.

Isi pesan dalam *e-mail* cenderung tidak memiliki makna yang penting (*urgent*), tetapi terbatas pada penyampaian informasi untuk keperluan interaksi informatif dan korepondensif. Isi pesan yang bersifat seperti itu adalah sebagai konsekuensi dari sifat *asynchronous communications* yang dimiliki fasilitas *e-mail* sehingga umumnya *sender* tidak mau mengambil resiko terhadap ketidaktepatan (waktu) “sampainya” atau diterimanya pesan oleh penerima pesan.

Ketidaktepatan waktu sampainya pesan adalah juga merupakan bagian dari hambatan dalam proses komunikasi menggunakan *e-mail*. Hambatan pokok secara umum adalah hambatan mekanis internet yang berupa *disconnect* atau *server down*. *Server down* atau *disconnect* merupakan tidak tersambungnyanya atau tidak terkoneksiya komputer sebagai medium dengan jaringan internet yang tidak memungkinkan penggunaan atau akses fasilitas *e-mail*. sedangkan hambatan lain dapat disebabkan adanya kesalahan persepsi dan pemberian makna pada pesan yang diterima karena tidak terdapatnya petunjuk para linguistik ataupun petunjuk prosemitik (tinjauan psikologis). Dari pandangan ilmu komunikasi hambatan yang terjadi akan berorientasi pada konteks verbal atau pemahaman bahasa antara satu orang dengan orang lainnya, kemudian orientasi penggunaan kata sebagai simbol atau peta mental terhadap kata yang berbeda beda pada diri setiap orang meskipun memiliki kesamaan semantik. Orientasi hambatan yang ketiga adalah terletak pada tingkat abstraksi atau daya abstraksi (penyesuaian kata dengan melihat situasi. kondisi dan etika) terhadap satu wacana dalam penggunaannya.

Tabel 9. Unsur komunikasi dalam proses komunikasi *electronic mail*

NO.	UNSUR KOMUNIKASI	KETERANGAN
1.	<i>Sender (pengirim)</i>	person yang mengirim pesan dalam bentuk surat
2.	<i>Encoder transfer agent</i>	merupakan komponen yang menerjemahkan pesan dalam simbol-simbol bahasa protokol internet/mesin untuk dapat masuk dalam rute dan jaringan internet
3.	<i>On line Medium</i>	adalah fasilitas <i>electronic mail</i> dalam internet sebagai media pengirim dan penyampai pesan dalam dunia mayantara yang bersifat <i>on line</i>
4.	<i>Decoder Transfer Agent</i>	komponen yang menerjemahkan simbol-simbol bahasa mesin (<i>data grams</i>) ke dalam bentuk teks, grafis, audio dan video.
5.	<i>Tehnical Chaser</i>	gangguan / <i>noise</i> dalam bentuk putus hubungan/ <i>connection failed</i> atau <i>server down</i> /hambatan bersifat teknis.

6.	<i>Recipient</i>	penerima pesan <i>e-mail</i> yang dapat berganti peran / <i>switching role</i> menjadi komunikator pengirim pesan.
7.	<i>Message Reply</i>	balasan <i>e-mail</i> dari <i>recipient</i> yang telah berganti peran menjadi pengirim pesan.
8.	<i>Personal Chaser</i>	hambatan dalam persepsi terhadap pesan, pengetahuan operasional <i>e-mail</i> dan penguasaan keterbacaan dan diksi kata.
9.	<i>Recipient Message</i>	<i>message reply</i> yang diterima oleh <i>sender</i> yang beralih peran menjadi <i>recipient</i>
10.	<i>Switching role</i>	alih peran dari <i>sender</i> menjadi <i>recipient</i> ataupun <i>recipient</i> menjadi <i>sender</i>
11.	<i>Needs dan motivation</i>	kebutuhan dan motivasi untuk berinteraksi dalam bentuk berkorespondensi pada pengirim dan penerima pesan

4.3.2. Unsur Komunikasi Dalam Fasilitas *Internet Relay Chat*.

Komunikasi melalui fasilitas IRC membutuhkan syarat antara pengirim pesan dan penerima pesan masing-masing berada pada kondisi *on line*, sehingga jenis Komunikasi melalui IRC adalah bersifat *synchronous communications* (komunikasi sinkronis) yaitu antara pengirim dan penerima pesan berada pada waktu yang sama dalam aktivitas komunikasinya. Dengan kondisi seperti itu komunikasi menggunakan fasilitas IRC memungkinkan terjadinya proses komunikasi interaktif yang tinggi (*reciprocal*) sehingga antara pengirim dan penerima pesan akan saling bertukar peran (*switching role*) secara bergantian..

Meskipun bersifat *synchronous communications* dan memiliki kemiripan dengan komunikasi interpersonal, namun umumnya komunikasi dengan IRC terjadi dalam satu kelompok pengguna dalam suatu *channel*. Komunikasi yang terjadi dapat bersifat person dengan person atau person dengan beberapa person atau juga person dengan kelompok dalam *channel* tersebut. Dengan demikian komunikasi melalui fasilitas IRC dapat juga dikategorikan pula sebagai komunikasi kelompok.

Pengirim pesan dalam komunikasi IRC adalah "*communicator*" (komunikator) sedangkan penerima pesannya adalah "*receptor*" (reseptor) atau "*communicant*" (komunikan). Komunikator dan komunikan diidentifikasi sebagai person - person yang membutuhkan dan memiliki motif - motif untuk berinteraksi dan bersosialisasi. Motif - motif yang dimiliki komunikator dan komunikan memiliki kesamaan dengan motif - motif *sender* dalam *e-mail* tetapi berbeda dalam sifatnya. Bila *sender dalam e-mail* lebih cenderung bersifat korespondensif sedangkan komunikator dalam IRC bersifat untuk sosialisasi, pergaulan dan hiburan.

Alih peran (*switching role*) yang *reciprocal* dalam komunikasi melalui IRC menyebabkan penentuan siapa komunikator dan komunikan relatif sulit dilakukan. Identifikasi termudah dapat dilihat dari person yang baru memasuki suatu *channel*, person tersebut dipastikan sebagai komunikator karena pengenalan diri (memberi salam / ijin masuk dalam pembicaraan dalam *channel* bersangkutan) yang dilakukan pada waktu memasuki *channel* tersebut. *Feedback* dalam bentuk *response* (respon) dari komunikan yang diterima oleh komunikator dalam bentuk sapaan, jawaban atau kata - kata pergaulan lainnya merupakan

pesan *feedback* yang menjadikannya beralih fungsi menjadi komunikan atau reseptor.

Komunikator dalam fasilitas IRC dapat mengirimkan pesan yang berlainan kepada komunikan lain, yang mungkin saling berbeda tempatnya atau berbeda channelnya dalam waktu yang hampir bersamaan. Sehingga komunikator dalam komunikasi melalui IRC juga menjadi komunikan dari berbagai lawan bicara yang saling berlainan tempat dan *channel*-nya.

Hubungan antara komunikator dan komunikan dalam komunikasi melalui fasilitas IRC umumnya merupakan person - person yang belum saling mengenal (*unknown person*). Orientasi yang berada pada *unknown person* dan tingkat kepercayaan yang rendah ini sering mengakibatkan putusnya kontinuitas proses komunikasi dalam interaksi melalui IRC. Kondisi ini juga mempengaruhi keterbukaan dalam proses komunikasi yang cenderung lebih tertutup, sehingga berpengaruh pada isi pesan yang disampaikan / dikirimkan. Walaupun cenderung tertutup sifat komunikasinya namun tidak mempengaruhi *intimacy* atau keakraban pada masing - masing peserta komunikasi yang menggunakan bahasa dan etika pergaulan untuk bersosialisasi.

Isi pesan dalam komunikasi melalui IRC umumnya merupakan pesan - pesan penajakan terhadap masing - masing peserta komunikasi serta penawaran untuk melakukan interaksi. Kata-kata (dalam huruf) yang merupakan pesan dalam IRC merupakan stimulus sekaligus ekspresi dari pengirim pesan. Pengolahan kata yang menarik dalam “keterbacaan” dan “diksi” serta orientasi pada minat yang sama akan semakin meningkatkan *intimacy* para peserta komunikasi. Begitu pula penyesuaian persepsi terhadap pesan yang dikirim dan diterima turut mempengaruhi derajat *intimacy* para peserta komunikasi melalui IRC. Kesepakatan untuk tetap melanjutkan komunikasi antara pengirim dan penerima pesan dalam lain kesempatan dan *channel* tertentu merupakan suatu tahap kelanjutan dalam berkomunikasi melalui IRC serta sebagai penegasan interaksi.

Pada komunikasi melalui IRC pesan-pesan yang disampaikan sekalipun cenderung bersifat personal namun *privacy* yang dimiliki oleh peserta komunikasi tidak ada sama sekali, mengingat semua person yang *on line* pada suatu *channel* IRC dapat mengetahui setiap pesan yang dikirim dan diterima serta siapa saja person yang menjadi peserta komunikasi.

Kontinuitas dalam komunikasi melalui IRC juga dipengaruhi oleh motivasi, keingintahuan (*curiosity*) serta suasana emosional masing-masing person yang terlibat dalam komunikasi. Dengan suasana emosional dan suasana *virtual communications* menjadikan komunikasi melalui IRC menisbikan konflik yang mungkin terjadi antara person peserta komunikasi. Interaksi tetap berada pada motif-motif interaksional dan pergaulan.

Bentuk pesan dalam komunikasi melalui IRC adalah sama identik dengan bentuk pesan dalam *e-mail* yaitu berbentuk kata-kata dalam huruf atau tulisan (teks). Makna yang terkandung di dalamnya baik yang bersifat konotasi ataupun denotasi tergantung pada persepsi, keterbacaan dan diksi si penerima pesan / komunikan. Ini juga berarti menjadikan suatu hambatan dalam komunikasi antara pengirim dan penerima pesan. Artinya meskipun dengan penguasaan semantik

yang sama antara pengirim dan penerima pesan, makna kata-kata atau tulisan dalam layar IRC bisa dipersepsikan berbeda (tidak selalu dimengerti oleh penerima pesan). Ini disebabkan karena tidak adanya petunjuk paralinguistik dan prosemik dalam ekspresi kata-kata dalam huruf tersebut.

Hambatan (*noise*) yang kedua terdapat pada bahasa yang digunakan jika *channel* yang dimasuki oleh person pengguna adalah *channel* dari domain wilayah luar negeri. Bahasa, pengetahuan semantik, budaya, etika dan sebagainya menjadi kendala dalam melakukan interaksi melalui IRC.

Hambatan ketiga, sama dengan fasilitas dalam *e-mail* yaitu hambatan teknis berupa *disconnect* ataupun *server down*, yang tidak memungkinkan komputer yang digunakan terkoneksi dalam jaringan internet.

Hambatan keempat, karena tidak didukung oleh suatu kontak fisik dan sifat maya dalam komunikasinya maka keterbukaan dalam komunikasi tidak berada pada derajat yang tinggi dan ini memungkinkan komunikasi menjadi tertutup tanpa ada kejelasan untuk mengenal pribadi masing-masing person pengguna.

Feedback dalam komunikasi melalui IRC adalah sebagai tanggapan dalam awal komunikasi, dan kelanjutan komunikasi dengan *reciprocal feedback* (umpan balik yang berulang-ulang dan bertimbal balik) akan membawa pada peneguhan terhadap komunikasi yang dilakukan. *Feedback* di sini merupakan “*direct feed back synchronous*”.

Tabel 10. Unsur komunikasi dalam proses komunikasi fasilitas IRC

NO.	UNSUR KOMUNIKASI	KETERANGAN
1.	<i>Communicator</i>	pengirim pesan dalam bentuk teks
2.	<i>Teks word message</i>	pesan yang disampaikan dalam bentuk teks
3.	<i>Encoder transfer agent</i>	perubahan pesan dalam kata-kata tertulis teks ke dalam <i>data grams</i> .
4.	<i>On line channel location</i>	media yang digunakan sebagai penyampai pesan dalam kondisi <i>on line</i> pada lokasi tempat tertentu.
5.	<i>Tehncial chaser</i>	hambatan teknis yang Menyebabkan terjadinya <i>disconnection</i>
6.	<i>Decoder transfer agent</i>	pengubah <i>datagrams</i> ke dalam bentuk kata-kata tertulis /teks
7.	<i>Communicant</i>	penerima pesan yang dapat berubah pesan pesan menjadi pengirim pesan (komunikator)
8.	<i>Switching Role</i>	perubahan peran dari komunikator menjadi komunikan dan sebaliknya.
9.	<i>Chaser</i>	hambatan dalam komunikasi secara <i>on line</i> seperti persepsi, emosi dan sebagainya
10.	<i>Text words message response</i>	respon komunikan dalam bentuk teks

4.3.3. Unsur Komunikasi Dalam Fasilitas *Web Browser*.

Fasilitas *web browser* pada dasarnya merupakan tempat atau sarana untuk menyampaikan atau tempat pajanan berbagai informasi (*eksposure*) oleh suatu

institusi ataupun perseorangan. *Web* adalah tempat memajang informasi secara *on line* dan bersifat *virtua* (maya) yang memiliki kaitan (*link*) informasi tidak terbatas (berujung). Informasi dalam *web* secara umum dapat dikategorikan menjadi 3 macam, yaitu informasi yang bersifat umum (berita *on line*, info pelayanan umum dan sebagainya), kemudian informasi khusus (*web* dengan isi informasi tentang suatu lembaga, atau informasi dalam berbagai kategori) sedang yang terakhir adalah informasi komersial. Sedangkan jenis *web* sendiri dibagi menjadi dua jenis yaitu *official web* (*web* resmi ; biasanya *web* milik lembaga yang sah dan memiliki otoritas terhadap *web* bersangkutan) dan jenis kedua adalah *unofficial web* (*web* tidak resmi ; dimiliki dan dikelola secara personal).

Apapun jenis informasi dan jenis *web*-nya, yang jelas informasi dalam *web* diperuntukkan kepada khalayak umum (bersifat universal) dan selalu diperbaharui (*up grade*) dalam setiap periode (periodisitas). Dengan karakter-karakter seperti itu maka *web* dapat dikategorikan sebagai medium massa. Eksposure informasi yang dipampangkan dalam internet tidak berbeda jauh dengan eksposure-eksposure media massa klasik lainnya. Karena dalam medium *web browser* juga memiliki unsur elektronika di dalam pengoperasiannya maka *web* juga masuk dalam kategori media massa elektronis *broadcast*.

Lembaga maupun person yang menggunakan *web* sebagai media informasi adalah “*informations / message source*” (sumber informasi dan pesan) dan bukanya komunikator. Umumnya komunikator dalam *web* adalah “*web master*” , *provider internet* dan *web hosting* (penyedia jasa penempatan *web* di Indonesia) sebagai pelaku penyiaran secara *on line* informasi yang disampaikan. Design bentuk *web* juga bergantung pada *web master*, *provider* ataupun *web hosting* penyelenggara. Sedangkan design mandiri dilakukan oleh person perseorangan, apabila *web* tersebut merupakan *web* individu atau personal. Meskipun komunikator dalam *web* adalah *web master*, *provider* ataupun *web hosting* penyelenggara layanan internet, namun umpan balik (*feedback*) tetap ditujukan atau dialamatkan kepada *source* dalam hal ini lembaga ataupun individu yang bersangkutan, melalui fasilitas *e-mail*. Dengan demikian *feedback* yang disampaikan kepada “*informations / message source*” adalah *direct feedback* yang bersifat *asynchronous communications*. Secara singkat umpan balik dalam *web* adalah *direct feedback asynchronous*. Balasan terhadap *feedback* yang diterima *informations / message source* juga berupa pesan (*message reply feedback*) melalui *e-mail* dengan proses yang sama secara *asynchronous communications* namun bersifat *delayed*.

Pesan dalam komunikasi melalui *web* seperti telah disebutkan di muka berisi informasi umum, khusus dan komersial.. Informasi secara umum diwakili oleh berbagai *web* berita, pelayanan umum ataupun *highlight* dari suatu *home page*. Isi informasi atau pesan umum dalam *web* hanya menampilkan informasi secara garis besar ataupun hal-hal yang pokok / penting saja, tidak secara detail.

Thema-thema pesan dalam *web* jenis informasi khusus memiliki fungsi sebagai penyampaian informasi berbagai pengetahuan yang bersifat edukatif seperti jurnal-jurnal *on line* ataupun perpustakaan *on line*. Untuk *web* yang mewakili lembaga, isi informasinya juga ditujukan sebagai sarana pesan *public relations* yang berusaha menampilkan citra positif melalui media *on line*.

Sedangkan *web* personal isi pesan yang disampaikan berisi informasi tentang suatu topik *interest* tertentu beserta kaitan-kaitannya. Design *web* jenis informasi khusus umumnya memiliki tampilan menarik dan penuh dengan berbagai *asscesories* untuk menarik atensi pengguna internet.

Komunikasi dalam komunikasi melalui *web* adalah identik dengan komunikasi media massa klasik lainnya, yaitu : bersifat *heterogen*, tersebar diberbagai tempat, tidak dikenali dan bersifat massal. Perbedaan dalam kuantitas merupakan perbedaan yang mendasar, ini disebabkan karena komunikasi dalam komunikasi *web* melintas antar benua atau tak terbatas jarak. Namun perbedaan yang paling pokok adalah ; komunikasi dalam media massa klasik cenderung bersifat pasif menerima apa adanya informasi yang diterpakan kepadanya dengan pilihan informasi yang terbatas, sedangkan komunikasi dalam *web* adalah komunikasi yang aktif melakukan pencarian secara mandiri atau melalui pilihan yang tersedia terhadap informasi yang diinginkan dan dibutuhkan tanpa adanya keterbatasan informasi. Sehingga komunikasi dalam komunikasi melalui *web* lebih tepat disebut sebagai “*active communicant*” (komunikasi aktif).

Komunikasi aktif dalam komunikasi *web* adalah *interest person*. *Interest person* yang dimaksud disini adalah umumnya komunikasi menggunakan *web* untuk mencari informasi yang dibutuhkan atau diminati melalui penawaran interaktif serta *multiple select* informasi yang ditawarkan dalam *web browsing*. Komunikasi aktif tidak saja sekedar menerima terpaan informasi tetapi komunikasi langsung dapat memilih informasi yang diinginkan, serta mencari *link-link* atau kaitan-kaitan informasi di dalamnya. Dalam *web* komunikasi aktif memang dimanjakan dengan berbagai informasi dari segala jenis *human interest*.

Interaktif antara *web* dengan komunikannya terdiri atas dua jenis yaitu interaktif *feedback* dan interaktif *request*. *Interaktif feedback* adalah kesempatan bagi komunikasi untuk melakukan umpan balik melalui *e-mail*, berpartisipasi melalui *icon registration*, isian buku tamu, memasukkan opini dan *polling* secara langsung.

Sedangkan *interaktif request* adalah kesempatan komunikasi aktif / *interest person* untuk melakukan permintaan pencarian secara bebas terhadap informasi yang diinginkan/dicari melalui fasilitas *search engine* (mesin pencari). Melalui cara ini pula komunikasi akan dapat memilih *multiple select result* hasil pencarian *search engine*.

Hambatan utama yang terdapat dalam komunikasi melalui *web*, juga sama dengan komunikasi melalui *e-mail* dan IRC yaitu hambatan mekanis *server down*, *disconnect*, dan *connection failed*; tidak terjadinya koneksi antara komputer *user* (pengguna) dengan jaringan internet. Hambatan lain adalah hambatan bahasa dari *web* domain luar negeri yang lebih banyak eksposuranya dibanding *web* domain dalam negeri. Hambatan bahasa teknik juga terdapat dalam komunikasi *web*, artinya ketidaktahuan *user* untuk mengeksplorasi suatu *web* melalui *icon-icon* yang terdapat dalam *web*.

Hambatan lainnya adalah tidak “*match*”/cocoknya permintaan *user* melalui fasilitas *query*, akibat ketidaktepatan penulisan *keywords* atau kata kunci. Selain hambatan tersebut adalah keterbatasan informasi yang rigid dalam *web* yang diinginkan oleh *user* pengguna sehingga tidak memberikan kepuasan pada

pengguna / user.

Tabel 11. Unsur komunikasi dalam proses komunikasi *web browser*

NO.	UNSUR KOMUNIKASI	KETERANGAN
1.	<i>Informations / message source</i> (Lembaga atau person)	sumber informasi sebagai pembuat dan menguasai informasi dalam <i>web sites</i>
2.	<i>Deliverer informations / message</i> (Fungsi disini dilakukan oleh <i>webmaster</i> , <i>provider</i> dan <i>web hosting</i>)	komponen yang melakukan exposure atau melakukan pengiriman pesan informasi melalui <i>web sites</i>
3.	<i>Encoder transfer agent</i>	pengubah teks , grafik, audio dan citra bergerak ke dalam format HTML dan meneruskannya menjadi data grams yang menyebar melalui rute TCP
4.	<i>On line medium</i>	Jaringan internet dengan fasilitas <i>web browser</i>
5.	<i>Connecting</i>	terhubungnya <i>page / halaman</i> dalam komputer <i>user (active communicant)</i> dengan <i>sites</i> yang diinginkan yang dipublish oleh <i>deliverer informations / message</i>
6.	<i>Decoder transfer agent</i>	pengubahan datagrams menjadi format HTML
7.	<i>Request</i>	permintaan pencarian situs yang me miliki informasi yang diinginkan /dibutuhkan <i>active communicant</i>
8.	<i>Active communicant</i>	penerima pesan dari informasi dalam <i>web</i> , yaitu komunikan aktif yang melakukan pencarian informasi dalam internet
9.	<i>Direct feedback</i>	umpan balik langsung dalam komunikasi melalui <i>web browser</i> melalui <i>e-mail</i>
10.	<i>Message feedback</i>	pesan umpan balik dalam bentuk <i>e-mail</i> yang dikirimkan oleh <i>active communicant</i> dalam bentuk <i>e-mail</i>
11.	<i>Receivered message</i>	penerimaan <i>message feedback (deliverer informations / message</i> atau <i>informations / message source)</i> melalui <i>e-mail</i>
13.	<i>Informations/message source reply</i>	balasan <i>message feedback</i> melalui mekanisme <i>e-mail</i>
14.	<i>Asynchronous</i>	penerimaan pesan oleh <i>active communicant</i> maupun penerimaan pesan oleh <i>informations/message source</i> secara asinkronis
15.	<i>Motivation</i>	motif <i>active communicant</i> untuk menggunakan <i>web</i> sebagai sumber informasi
16.	<i>Needs</i>	kebutuhan <i>active communicant</i> tentang informasi dalam <i>web</i>
17.	<i>Accidentally</i>	ketidak sengaja <i>active communicant</i> memasuki <i>web</i> tertentu yang membuatnya tertarik untuk melakukan <i>surfing</i> di dalamnya

5. Kesimpulan

Dari uraian point 4 dan sub bab di dalamnya maka dapat ditarik suatu kesimpulan dalam penelitian ini dengan poin-poin pokok sebagai berikut :

- 5.1.1. Meskipun secara fisik berbeda namun internet memiliki fungsi serta sifat yang dimiliki oleh kedua jenis media komunikasi klasik sehingga internet disebut sebagai *multifaced medium*. Kekuatan internet yang tidak dapat dibandingkan dengan kedua jenis media

komunikasi klasik adalah bentuk penyampaian dan penerimaan pesan melalui suatu jaringan besar plus luas dengan kemungkinan kecil terputus. Kekuatan yang lain yang tidak sebanding adalah internet adalah *free medium* artinya internet tidak dikuasai oleh siapapun namun dapat digunakan dan dimanfaatkan oleh siapapun melalui fasilitas di dalamnya. Kekuatan ketiga yang tidak dapat dibandingkan adalah internet merupakan *long live medium* artinya internet tidak pernah tutup atau berhenti dalam mengalirkan informasi dan pesan selama 24 jam penuh sehingga dapat diakses dan digunakan kapanpun, dan dimanapun.

- 5.1.2. Secara kajian ilmu komunikasi, perbedaan pokok internet dengan media komunikasi klasik adalah pada sifat interaktif *level* tinggi yang tidak dimiliki oleh media komunikasi sebelumnya. Pada perkembangan teknologi selanjutnya diprediksi bentuk komunikasi interaktif medium internet memungkinkan mampu menghapus pola-pola konsep dan teori komunikasi linear ataupun komunikasi bertahap.
- 5.1.3. Karakter internet dalam kaitan pengiriman dan penerimaan pesan secara umum adalah kemampuan untuk digunakan sebagai medium komunikasi massa ataupun medium komunikasi interpersonal. Pengiriman dan penerimaan pesan tersebut dalam internet adalah melalui fasilitas populer yang dimiliki yaitu *electronic mail* dan *internet relay chat* untuk komunikasi interpersonal serta fasilitas *web browser* untuk komunikasi massa. Ketiga fasilitas tersebut dapat disatukan dan digunakan hanya melalui satu fasilitas, yaitu *web browser* pada *icon-link* dalam *web sites*.
- 5.1.4. Unsur - unsur komunikasi melalui medium internet dipastikan memiliki unsur-unsur sebagai berikut :
 1. ***On line medium*** yaitu fasilitas - fasilitas dalam medium internet yang berada pada jalur jaringan internet.
 2. ***Encoder*** dan ***decoder transfer agent*** yaitu sistem penyandian yang merubah data dalam bentuk teks, grafik suara serta citra bergerak ke dalam datagram atau sebaliknya untuk dikirimkan dalam jaringan internet.
 3. ***Tehnickal Chaser*** hambatan bersifat teknis berupa gangguan dalam bentuk putus hubungan/*connection failed* atau *server down*.
 4. ***Chaser*** yaitu hambatan dalam persepsi terhadap pesan, pengetahuan operasional fasilitas internet dan penguasaan bahasa.
 5. ***Switching Role***, alih peran antara pengirim pesan dan penerima pesan yang terjadi dalam komunikasi interaktif melalui medium internet

Daftar Pustaka

- Ancok, Djamaludin, 2000, *Dampak Teknologi Internet Pada kehidupan Manusia dan Pengelolaan Institusi Pendidikan*, makalah pada peringatan Lustrum ke tujuh Fakultas Psikologi Universitas Gadjah Mada Yogyakarta, 15 januari 2000
- Arifin, Anwar, 1988, *Ilmu Komunikasi Sebuah Pengantar Ringkas*, Rajawali Press, Jakarta
- Arifin, E Zaenal, 1998, *Dasar-dasar Penulisan Karangan Ilmiah*, Grasindo, Jakarta
- Blake, Reed H, 1979, *A Taxonomy of Concepts in Communication*, Hasting House Publisher, New York
- Cangara, Hafied, 1998, *Pengantar Ilmu Komunikasi*, Rajawali Press, Jakarta
- De Fleur, Melvin L, Patricia Kearney etc, 1992, *Fundamental of Human Communicatons*, Mayfield Publishing Company, CA, USA
- De Fleur, Melvin L, Sandra Ball Rokeach, 1980, *Theories of Mass Communicatons*, Longman Inc, New York
- Dizard, Wilson, *Old Media New Media*, 1994, Longman Inc, New York
- Effendy, Onong Uchyana, 1990, *Radio Teori dan Praktek*, Mandar madju, Bandung
- Effendy, Onong Uchyana, 1993, *Televisi Teori dan Praktek*, Mandar madju, Bandung
- Effendy, Onong Uchyana, 1999, *Ilmu Komunikasi Teori dan Praktek*, Remaja Rosda Karya, Bandung
- Ibrahim, Abdullah Syukur, 1994, *Panduan Penelitian Etnografi Komunikasi*, Usha Nasional, Surabaya
- Infante, Dominic A, 1990, *Building Communication Theory*, Waveland Press, Illinois
- Ishadi SK, 1999, *Prospek Bisnis Informasi Di Indonesia*, Pustaka Pelajar, Yogyakarta
- Liliweri, Alo, 1994, *Komunikasi Verbal dan Non Verbal*, Citra Aditya Bakti,

- Bandung
- Mc Quail Denis, 1987, *Teori Komunikasi massa*, Penerbit Erlangga, Jakarta
- Mulyana, Deddy, 2000. *Ilmu Komunikasi Suatu Pengantar*, Rosda Karya, Bandung
- Moleong, Lexy J, 1989, *Metode Penelitian Kualitatif*, Remadja Karya, Bandung
- Nasution, 1992, *Metode Penelitian Naturalistik Kualitatif*, Tarsito, Bandung
- Nasution, Zulkarmain, 1989, *Teknologi Komunikasi Dalam Prespektif Latar Belakang dan Perkembangannya*, Lembaga Penerbitan Fakultas Ekonomi Universitas Indonesia, Jakarta
- Naisbitt, Jhon, 1994, *Global Paradox*, Binarupa Aksara, Jakarta
- Purwadi, Daniel H, 1997, *Mengenal Internet jaringan Informasi Dunia*, Elex Media Computindo, Jakarta
- Rakhmat, Jalaludin, 1997, *Metodologi Penelitian Komunikasi*, CV Rosda Karya, Bandung
- Rogers, Everett M, 1996, *Communications Technologie*, The Free Press Collier Mc Millan Publishing, London
- Rusidi, 1998, *diktat kuliah Metodologi Penelitian*, Program Pascasarjana UNPAD, Bandung
- Sari, Endang S, 1993, *Audience Research*, Andi Ofset, Yogyakarta
- Severin, Werner J and James W Tankard, 1979, *Communication Theories*, Hasting House Publisher, New york
- Sidharta, Lani, 1996, *Internet Informasi Bebas Hambatan Jilid 1 dan 2*, Elex Media Computindo, Jakarta
- Singarimbun, Masri, Sofian Effendi, 1998, *Metode Penelitian Survei*, LP3ES, Jakarta
- Soenardjo, Djoenaesih S, 1995, *Kamus Ilmu Komunikasi*, Liberty, Yogyakarta
- Soenardjo, Djoenaesih S, 1983, *Komunikasi Persuasi dan Retorika*, Liberty, Yogyakarta
- Suhandang, Kustadi, 1980, *Jurnalistik Publik dan Media*, Sinar Baru, Bandung

- Susanto, Astrid S, 1986, *Komunikasi dalam Teori dan Praktek* Buku 1, 2, 3, Binacipta, Jakarta
- Suryadi MT, 1997, *TCP/IP dan Internet*, Elex Media Computindo, Jakarta
- Strautbhaar, Joseph, Robert Larose, 1997, *Communication in the Informations Society*, Wadsworth Publishing, California, USA
- Stamm, Keith R, Jhon E Bowes, 1990, *The Mass Communications Process*, Kendall Hunt Publishing. Iowa
- Tan, Alexis S, 1981, *Mass Communications Theories and Research*, Grid Publishing, Ohio
- Tubbs, Stewart, Sylvia Moss, 1997, *Human Communication, prinsip-prinsip dasar buku pertama dan kedua*, Rosda Karya, Bandung
- Wahyudi, JB, 1992, *Teknologi Informasi dan Produksi Citra Bergerak*, Gramedia, Jakarta
- Wimmer, Roger D, Dominick, Joseph, 1983, *Mass Communication Research*, Wadsworth Publishing, California, USA
- Computer Mediated Communication Magazine* / Volume 2, Number 3 / March 1, 1995 / Page 2 tanggal 19 Oktober 1999
- [http:// WWW. december.com/jcmc/communications/rafaeli.html](http://WWW.december.com/jcmc/communications/rafaeli.html) tanggal 19 Oktober 1999
- [http:// WWW. december.com/jcmc/ morris.html](http://WWW.december.com/jcmc/morris.html) tanggal 19 Oktober 1999
- [WWW. december.com/jcmc/december.html](http://WWW.december.com/jcmc/december.html) tanggal 26 Oktober 1999
- <http://www.cios.com> tanggal 22 Oktober 1999
- <http://www.december.com/cmc/mag/1996/dec/shacmc.html> tanggal 22 Oktober 1999
- [WWW. december.com/jcmc/cmc/mag/1996/dec/shacmc.html](http://WWW.december.com/jcmc/cmc/mag/1996/dec/shacmc.html) tanggal 22 Oktober 1999
- [WWW. december.com/present/websem.html](http://WWW.december.com/present/websem.html) tanggal 20 Oktober 1999
- <http://dlis.qseis.ucla.edu/pagre> tanggal 2 Febuari 2000

<http://www.december.com/cmc/mag/1997/jan/decpro.html>
tanggal 6 Desember 1999

[http:// WWW. december.com/jcmc/networkedinteractivity.html](http://WWW.december.com/jcmc/networkedinteractivity.html)
tanggal 20 Febuari 2000

<http/gerbang.fmipa.itb.ac.id/~dodi/book> tanggal 7 Maret 2000

Media Massa :

Majalah Info Komputer / Internet berbagai edisi dan tahun penerbitan

Majalah Swa 11/XVI/30 Mei-12 Juni

Curriculum Vitae Penulis :

Edwi Arief Sosiawan lahir di Magelang 21 Mei 1967, Pendidikan formal yang diikuti adalah lulus sarjana Ilmu politik jurusan Ilmu Komunikasi UGM tahun 1994, lulus Magister Sains PPS UNPAD Bandung tahun 2000. Pendidikan non formal yang pernah diikuti adalah Pendidikan Latihan Dasar Militer Resimen Induk Infanteri KODAM IV Diponegoro Tahun 1988, Diploma Kepelatihan dan Wasit Nasional PABBSI-KONI Pusat tyahun 1991. Pada tahun 1995 mengajar di Program D-3 Komunikasi UGM dan dosen tetap Akademi Komunikasi Indonesia Yogyakarta serta menjadi dosen tetap Jurusan Ilmu Komunikasi UPN “Veteran” Yogyakarta. Saat ini selain mengajar di UPN juga mengajar di beberapa perguruan tinggi swasta di Yogyakarta serta menjadi pembimbing tamu di Universitas Muhamadiyah Yogyakarta.