

**Kajian Teoritis Komunikasi Virtual**  
( Internet dalam Prespektif Ilmu Komunikasi)  
Oleh : Edwi Arief Sosiawan, SIP. M.Si

**Pendahuluan**

Saat internet muncul pada penghujung abad ke 21, pengguna internet dan masyarakat luas masih meng-identi-kan internet sebagai perkembangan teknologi komputer atau “*internet is tools not medium*”. Anggapan inipun tidak menjadi hilang manakala *booming* fasilitas internet (*e-mail, chatting dan browser*) digunakan oleh banyak orang untuk berkomunikasi. Sisi ilmu komunikasipun nampaknya gagap dan bingung untuk memahami dan melihat fenomena internet ke dalam kajian konsep dan teori. Uniknya lagi, internet ternyata bukan sekedar menjadi alternatif media komunikasi saja, tetapi juga ikut membentuk pola-pola komunikasi baru. Bentuk atau pola komunikasi baru tersebut antara lain; sifat komunikasi bermedia berubah menjadi komunikasi yang interaktif, sifat komunikasi tidak lagi selalu *synchronorous* tetapi dapat pula bersifat *asynchronorous*, jarak ruang, waktu antara pengirim dan penerima pesan menjadi keniscayaan untuk semakin tipis, serta konteks komunikasi berlangsung dalam dunia maya (*virtual*).

Sampai saat ini tidak banyak yang mengkaji internet dalam prespektif ilmu komunikasi atau bahkan sebagai media komunikasi. Popularitas artikel dan publikasi ilmiahnya tenggelam di tengah keasyikan dan *euforia* fungsi dan peranannya sebagai suatu jaringan multi media. Bahkan, kontroversi meng-kategorikan internet sebagai media massa atau personal hingga kini masih dalam perdebatan.

Salah satu konsep mutakhir yang ditawarkan untuk melihat internet sebagai media komunikasi adalah konsep “*computer mediated communications*” ( CMC). Konsep CMC yang ditawarkan oleh Jhon December ([www.december.com](http://www.december.com)) ini sebenarnya masih bersifat “mentah” dan cenderung menerjemahkn konsep CMC dari alur logika teknis jaringan internet. Apalagi konsep-konsep yang ditawarkan dalam CMC tidak melihat komunikasi melalui internet adalah bersifat virtual (maya). Konsep CMC juga tidak memberi penjelasan tentang level dan konteks komunikasi, unsur-unsur komunikasi yang terlibat serta model yang berlaku dalam komunikasi menggunakan internet.

Di sisi lain teori-teori komunikasi yang sudah eksis yang bisa digunakan untuk landasan pendekatan *research* internet hanyalah teori *uses and gratifications* yang menitik beratkan pada media pasif dan komunikan aktif. Semenatra referensi pendukungnya masih berada pada tataran *grand theory* dan bukannya *middle range theory*.

Berangkat dari fenomena tersebut maka tulisan ini mencoba untuk menguak konsep-konsep yang ada dalam komunikasi virtual melalui internet sebagai dasar untuk menyusun suatu bangunan teori komunikasi bermedia internet.

### **Perbandingan internet dengan media klasik**

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 :

- A. Perbedaan internet dari media komunikasi klasik dalam penggunaannya oleh komunikator dan komunikan
  - a. *Pertama* ; penggunaan internet sebagai medium untuk berkomunikasi menuntut penggunanya memiliki pengetahuan cara menggunakan *software* komputer secara umum dan *software* aplikasi internet secara khusus. Disini berarti terdapat penggunaan dan pengembangan kognitif dari pengguna internet. Semula penggunaan media komunikasi klasik oleh pengguna bersifat pasif sedangkan penggunaan internet memaksakan penggunanya memiliki kemampuan intelegensi dalam menggunakan internet.
  - b. *Kedua*, komunikasi dalam internet memiliki konteks komunikasi massa tetapi juga membentuk komunikasi personal dalam jumlah banya yaitu ; bahwa pengguna internet dalam melakukan komunikasi berhadapan dengan pengguna lain dalam jumlah banyak yang masing-masing berperan sebagai komunikator dan komunikan.
  - c. *Ketiga*, sifat dan bentuk pesan-pesan yang disampaikan melalui semua media komunikasi klasik, dimiliki oleh medium internet; artinya dalam internet pengiriman pesan menggunakan berbagai bentuk seperti teks,

grafis, video dan suara.

- d. *Keempat*, dalam komunikasi melalui internet dimungkinkan terjadinya komunikasi antar berbagai personal yang rentang perbedaan baik secara sosiologis maupun budaya sangat berbeda. Komunikator maupun komunikan adalah person-person yang mungkin sekali berbeda bahasa, budaya, ras, bangsa latar belakang sosial ekonomi, pendidikan dan sebagainya.

**B.** 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** yang semula berawal dari media “*tools*” untuk menyimpan serta mengolah informasi data, setelah mengalami modifikasi (dengan saluran telepon dan modem) digunakan sebagai media (elektronik) komunikasi dalam bentuk jaringan (*network*) yang luas dan meng-global.
- b. *Kedua*, internet sebagai media komunikasi memiliki penawaran interaktif yang dinamis terhadap penggunanya/*user*, jauh melebihi penawaran interaktif pada media televisi dan radio (yang terbatas pada satu program dan isi materi acara). Bahkan internet memberikan penawaran pencarian informasi yang diinginkan melalui fasilitas *query* dan *boelan* dengan menggunakan kata kunci (*keywords*).
- c. *Ketiga*, media internet mampu menjadi pusat informasi dan sumber informasi yang tidak terbatas dan pada suatu institusi tetapi juga memberikan kesempatan pada setiap *user/individu* untuk menjadi sumber/komunikator, oleh Rafaeli ini disebut (1999) sebagai *switching*.
- d. *Keempat*, dampak yang ditimbulkan oleh media internet beberapa diantaranya sama dengan media lain, namun dampak sangat jauh berbeda, Don Tappscot (dikutip Djameludin Ancok, 2000) memprediksikan dampak dari media internet adalah pergeseran pola hidup secara umum. Pola hidup manusia akan sangat tergantung kepada

komputer yang menggambarkan besarnya keterlibatan teknologi informasi dalam hidup manusia. Dampak ini akan terus berlanjut hingga produk-produk yang dikelola komputer menjadi produk yang cerdas ( *smart product* ).

- g. *Keenam*, dampak dari sudut sosial budaya dan ekonomi, diprediksi akan membawa pada pengeluaran keuangan yang lebih untuk mendapatkan akses dan kelebihan dari media internet, baik itu dimiliki sendiri atau menggunakan jasa rental. Kemudahan tersendiri dalam menggunakan internet menjadikan semacam kecanduan yang mau tidak mau membawa ke arah pengeluaran keuangan yang lebih. Namun dampak dari segi budaya adalah munculnya *trend centre* gaya hidup dengan penambahan pengetahuan dari media internet. Kemudahan dan penggunaan praktis yang ditawarkan media internet juga akan membawa masyarakat pada ketidakberdayaan terhadap implikasi teknologi tersebut.
- h. *Ketujuh*, perbedaan yang terakhir dari lateral sebagai media lebih menonjolkan superior media internet sebagai media yang “beraneka rupa” (*multifaceted* ) dan yang berisi banyak perbedaan konfigurasi proses komunikasi pada fasilitas-fasilitas yang dimiliki. Variasi bentuk komunikasi yang berlangsung tercampur hubungan komunikasi interpersonal dan komunikasi massa.

### **Komunikasi Bermedia Internet**

Komunikasi menggunakan media internet secara teknis dan fisik merupakan fenomena baru proses komunikasi yang dilakukan manusia pada akhir abad 20 dan telah menjadi bagian integral dari masyarakat, pendidikan, industri dan pemerintahan. Sedangkan secara akademis komunikasi bermedia internet merupakan konsep dan area studi yang relatif masih dan baru belum banyak tersentuh.

Beberapa eksplorasi tentang media internet memberikan kontribusi pada terminologi komunikasi bermedia internet atau *computer mediated communication*. Pixy Ferris secara general mendefinisikan komunikasi bermedia internet sebagai “interaksi secara interpersonal yang dihubungkan oleh komputer, yang meliputi komunikasi

asynchronous dan synchronous melalui fasilitas dalam internet” ([www.december.com/cmc/mag/1997/jan/ferris/html:1](http://www.december.com/cmc/mag/1997/jan/ferris/html:1)). Sedangkan Jhon December mendefinisikan sebagai “telekomunikasi dengan menggunakan komputer dalam bentuk massa”. Sedangkan terminologis aplikatifnya, komunikasi bermedia internet adalah “penggunaan komputer beserta fasilitas dan kemampuannya untuk didayagunakan sebagai alat penyampai pesan baik bersifat massa ataupun pribadi”.

Definisi yang lebih lengkap, dikemukakan oleh Strangelove (1994) :  
“*The Internet is not about technology, it is not about information, it is not about communication-people talking with each other, people exchange e-mail, people doing the low ASCII dance. The Internet is mass participation in fully bidirectional, uncensored mass communication. Communication is the basis, the foundation...The Internet is a community of chronic communicators*”  
([www.december.com/cmc/mag/1998/may/chenault.html](http://www.december.com/cmc/mag/1998/may/chenault.html))

Secara rinci komunikasi bermedia internet dalam proses penggunaannya dapat diuraikan sebagai berikut :

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

## 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 bentuk *listserver* atau *mailing list* serta penggunaan IRC.

Tingkatan komunikasi massa adalah fasilitas *broadcast on line* yaitu *Web sites* identik dengan komunikasi di *level* ini.

### 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.

### **Karakteristik Media Internet**

Karakteristik suatu media dalam studi komunikasi adalah segala hal yang menyangkut ciri-ciri, kemampuan, kelebihan dan kekurangan dari suatu medium komunikasi. Karakteristik suatu medium berfungsi sebagai sarana untuk mencocokkan atau membuat match antara pesan yang ingin disampaikan, dengan situasi dan kondisi serta sasaran pesan. Karakteristik medium juga mengkategorikan jenis suatu medium dalam aplikasi penggunaannya.

Berkaitan dengan karakteristik medium internet, maka awal pertama yang dapat dilihat dari segi penggunaan medium tersebut adalah berbasis pada penggunaan komputer sebagai *hardware* pokok, beserta *software* pendukung operasionalisasi internet dengan menggunakan energi elektronik. Medium internet tidak mandiri begitu saja namun terkoneksi dalam bentuk jaringan yang luas melalui berbagai peralatan, seperti satelit, modem, *wireles phone* dan sebagainya. Karena jaringan yang luas tersebut maka

*coverage* medium internet tidak terbatas pada batasan geografis sehingga lintasan benua dapat dicapai yang memungkinkan terjadinya komunikasi dan interaksi antar budaya.

Jika hambatan geografis dapat dilampaui, maka hambatan waktu (*timelessness*) oleh medium internet relatif lebih cepat kapasitas kemampuannya untuk menyampaikan pesan yang berupa teknologi digital komputer dalam bentuk teks, grafis, audio ataupun video. Semua bentuk pesan tersebut kecepatannya tergantung pada rute transmisi yang harus dilalui, juga sangat bergantung pada *needs* atau kebutuhan penerima pesan untuk melihat pesan-pesan tersebut. Pesan-pesan yang sampai pada alamat atau penerima yang dituju, selalu disimpan dalam *mail box* untuk fasilitas *e-mail*, tersimpan dalam site-site *web* untuk fasilitas WWW serta tersimpan dalam *nul channel* untuk fasilitas IRC.

Dalam memproses atau memproduksi pesan melalui medium internet pada dasarnya adalah mudah dan murah (jika berbentuk teks, gambar dan suara) karena dalam medium internet yang terintegrasi dengan *software* lain (program window) dalam komputer, telah tersedia sarana pembuatan pesan untuk konsumsi medium internet. Namun pembuatan pesan juga akan menjadi rumit dan mahal jika aplikasi *software* dalam pembuatan pesan berbentuk audio-video atau citra bergerak, lebih-lebih jika pembuatan pesan tersebut ditujukan bagi komoditas bisnis seperti *E-commerce* yang mau tidak mau harus melewati *provider* bisnis internet.

Arus pesan dalam medium internet tidak bersifat *linear* atau *one way* saja namun berbentuk interaktif pada semua fasilitas yang disediakan. Interaktif disini bersifat penuh (*fully interactive*). Ini berarti bahwa semua pesan dalam medium internet mampu membuat *respon (feedback)* seketika bagi penerima pesan (pengguna). *Respon* atau *feedback* dalam bentuk pesan yang disampaikan oleh penerima pesan bentuknya tidak

sevariatif pesan yang diterima (teks, grafis, audio, atau gambar) namun hanya sebatas teks atau audio saja.

### **Konsep-konsep dalam komunikasi bermedia internet**

Terdapat tiga fasilitas dalam internet yaitu : *e-mail*, IRC dan *web browser* komponen yang menjadi unsur komunikasi saling berbeda, meskipun dengan *patern* mekanis yang hampir sama. Perbedaan yang ada disebabkan oleh bentuk proses komunikasinya maupun sifat dan bentuk komunikasi yang terjadi.

Untuk lebih jelasnya di bawah ini diuraikan unsur-unsur komunikasi dari ketiga fasilitas internet tersebut.

#### **A. Konsep-konsep komunikasi dalam e-mail**

Secara *term* proses komunikasi bermedia internet, jenis komunikasi dalam *e-mail* adalah berbentuk *asynchronous communications* (komunikasi asinkronis), artinya pengirim pesan dan penerima pesan tidak berada pada tempat dan waktu yang bersamaan. Dengan demikian proses komunikasinya mengalami jeda (*paused*) dalam penerimaan serta dalam *feedbacknya*. *Level* interaktif dalam proses komunikasi melalui *e-mail* termasuk rendah, ini bermakna bahwa meskipun pesan dalam *feedback*-nya langsung dikirimkan oleh penerima pesan namun pesannya tidak langsung diterima (ada jeda) oleh pengirim pesan, pun dalam penyampaian *feedback*-nya juga terdapat faktor-faktor di luar proses secara mekanis, seperti urgensi pesan, motivasi dan “*needs*” untuk membalas pesan.

Dalam *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*.

Pada proses komunikasi menggunakan fasilitas *e-mail*, umumnya pengirim dan penerima pesan sudah saling mengenal, walaupun tidak saling mengenal setidaknya pengirim pesan memiliki kepentingan tertentu terhadap penerima pesan. Kondisi ini menyebabkan proses komunikasi antara pengirim dan penerima pesan melalui *e-mail* cenderung bersifat terbuka dan tidak tertutup.

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 tersambungannya atau tidak terkoneksi 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.

### **B. Konsep-konsep 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.

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 *channel*-nya 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. 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 peneguhan 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 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*”.

### **C. 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 (*upgrade*) 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 elektronik *broadcast*.

Lembaga maupun person yang menggunakan *web* sebagai media informasi adalah “*informations / mesage source*” (sumber informasi dan pesan) dan bukannya 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. Design *web* yang berisi informasi umum tampilannya sederhana tanpa eksploitasi atensi yang berlebihan. Kekuatan *web* kategori ini justru terletak isi informasinya yang dijadikan *highlight*. Kekuatan kedua dari *web* jenis ini adalah aktualisasi atau perubahan tampilan isi *web* yang selalu di *up grade* dalam waktu relatif singkat.

Untuk *web* dengan jenis informasi khusus seperti *web* milik suatu lembaga-lembaga pemerintah atau non pemerintah ataupun berbagai *web* institusi serta *web* personal. Isi pesan yang disampaikan umumnya menyampaikan profil dari lembaga yang bersangkutan ataupun thema tertentu dari person yang memiliki *web*. Isi pesan informasinya umumnya lengkap dan detail serta memiliki penawaran interaktif melalui umpan balik melalui *e-mail*.

Thema-thema pesan dalam *web* jenis informasi khusus juga 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.

*Web* dengan jenis informasi komersial, dikenal sebagai *e-commerce* yaitu *web* yang digunakan sebagai sarana transaksi bisnis ataupun ajang interaksi bisnis secara *on line*. Pesan-pesan dalam *web* jenis ini tidak jauh berbeda dengan bentuk-bentuk pesan dalam iklan media cetak maupun iklan di media elektronik. Umumnya *design web* memiliki *icon-icon highlight* untuk menarik atensi pengguna internet. *Web* informasi komersial tampilan pesannya memang dalam *web sites* mandiri namun *icon-icon link highlightnya* ( kaitan-kaitan ) terdapat atau ditumpangkan di dalam *web-web* lainnya khususnya dalam *home page web-web* bersangkutan. Karena bersifat komersial maka *web* ini juga menawarkan transaksi bisnis secara *on line* interaktif. Khusus *web* informasi komersial dengan penawaran transaksi *on line*, *feedback* yang terjadi adalah permintaan barang secara riil dan pengiriman financial dengan penggunaan kartu kredit. Balasan *feedback* yang diberikan kepada komunikan adalah pesan pemberitahuan atau konfirmasi dan transaksi riil dengan pemberian barang yang diminta atau dipesan.

Komunikan dalam komunikasi melalui *web* adalah identik dengan komunikan 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 komunikan dalam komunikasi *web* melintas antar benua atau tak terbatas jarak. Namun perbedaan yang paling pokok adalah ; komunikan dalam media massa klasik cenderung bersifat pasif menerima apa adanya informasi yang diterpakan kepadanya dengan pilihan informasi yang terbatas, sedangkan komunikan dalam *web* adalah komunikan yang aktif melakukan pencarian secara mandiri atau melalui pilihan yang tersedia terhadap informasi yang diinginkan dan dibutuhkan tanpa adanya keterbatasan informasi. Sehingga komunikan dalam komunikasi melalui *web* lebih tepat disebut sebagai "*active communicant*" (komunikan aktif).

Komunikan aktif dalam komunikasi *web* adalah *interest person*. *Interest person* yang dimaksud disini adalah umumnya komunikan menggunakan *web* untuk mencari informasi yang dibutuhkan atau diminati melalui penawaran interaktif serta *multiple*

*select* informasi yang ditawarkan dalam *web browsing*. Komunikatif aktif tidak saja sekedar menerima terpaan informasi tetapi komunikatif langsung dapat memilih informasi yang diinginkan, serta mencari *link-link* atau kaitan-kaitan informasi di dalamnya. Dalam *web* komunikatif 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 komunikatif 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 komunikatif aktif / *interest person* untuk melakukan permintaan pencarian secara bebas terhadap informasi yang diinginkan/dicari melalui fasilitas *search engine* (mesin pencari). Melalui cara ini pula komunikatif akan dapat memilih *multiple select result* hasil pencarian *search engine*.

Seperti halnya *e-mail* dan IRC yang mengikuti pola *client server* ataupun sistem TCP/IP, maka dalam komunikasi melalui *web* akan terdapat pengalihan sandi-sandi pesan menjadi simbol-simbol dan sebaliknya. Simbol pesan yang digunakan dalam *web* adalah teks, grafis, citra bergerak dan suara dalam format *hyper text markup language*. Sementara untuk bisa dikirimkan dan diterima oleh penerima pesan/khalayak harus melalui pengubahan menjadi *data grams* yang nantinya didistribusikan ke dalam jaringan oleh TCP/IP. *Data grams* yang berada dalam *network* internet sebelum sampai ke penerima pesan/komunikatif, akan berubah dulu menjadi bentuk HTML agar bisa diterima dan dipersepsi oleh komunikatif. Singkatnya dalam proses komunikasi melalui *web* terdapat proses *decoder* dan *encoder* yang dilakukan oleh *encoder* dan *decoder transfer agent*.

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*.

### **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
- 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
- Infante, Dominic A, 1990, *Building Communication Theory*, Waveland Press, Illinois
- Mc Quail Denis, 1987, *Teori Komunikasi massa*, Penerbit Erlangga, Jakarta
- Mulyana, Deddy, 2000. *Ilmu Komunikasi Suatu Pengantar*, Rosda Karya, 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

Rogers, Everett M, 1996, *Communications Technologie*, The Free Press Collier Mc Millan Publishing, London

Severin, Werner J and James W Tankard, 1979, *Communication Theories*, Hasting House Publisher, New york

Singarimbun, Masri, Sofian Effendi, 1998, *Metode Penelitian Survei*, LP3ES, Jakarta

Soenardjo, Djoenaesih S, 1995, *Kamus Ilmu Komunikasi*, Liberty, Yogyakarta

Sosiawan, Edwi Arief, 2001, *Kajian Internet Sebagai Media Komunikasi*, Tesis, PPS UNPAD, Bandung

Suhandang, Kustadi, 1980, *Jurnalistik Publik dan Media*, Sinar Baru, Bandung

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

*Computer Mediated Communication Magazine* / Volume 2, Number 3 / March 1, 1995 /  
Page 2 tanggal 19 Oktober 1999