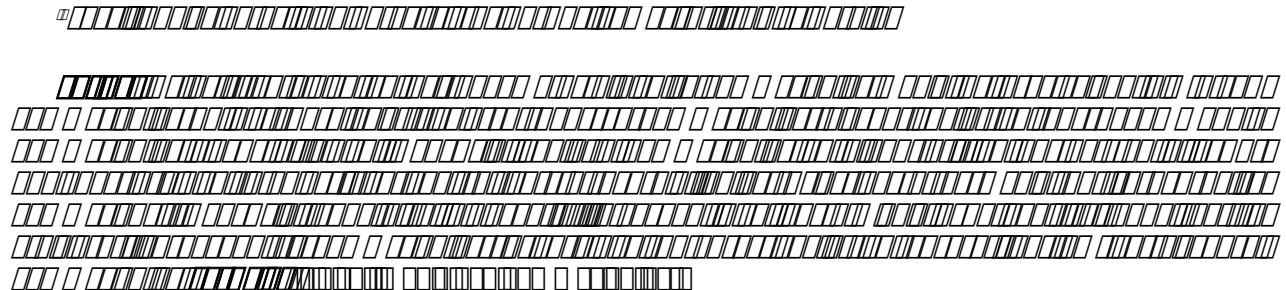




# PERANAN INTERNET SEBAGAI MEDIA KOMUNIKASI

*Mukhtar Effendi*<sup>1)</sup>



## PENDAHULUAN

Perkembangan internet yang muncul pada abad ke 21 membuat pengguna internet dan masyarakat luas masih mengidentikkan internet sebagai perkembangan teknologi komputer atau “*internet is tool is not medium*”. Anggapan ini tidak menjadi hilang manakala booming fasilitas internet (*e-mail, chatting dan browser*) digunakan oleh banyak orang untuk berkomunikasi. Perkembangan seperti ini pernah digambarkan Denis Mc Quail sebagai perangkat media elektronik baru yang mencakup beberapa beberapa sistem teknologi; sistem transmisi (melalui kabel atau satelit), sistem miniaturisasi, sistem penyimpanan dan pencarian informasi, sistem penyajian, (dengan menggunakan kombinasi teks dan grafik secara lentur) dan sistem pengendalian (oleh komputer).<sup>2</sup> Di sisi lain, ilmu komunikasi tampaknya gagap dan bingung untuk memahami dan melihat fenomena internet ke dalam kajian konsep dan teori. Uniknyanya lagi, internet ternyata bukan sekadar menjadi alternatif media komunikasi saja, tetapi ikut membentuk pola-pola komunikasi baru. Bentuk 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*).

Salah satu konsep mutakhir yang ditawarkan untuk melihat internet sebagai media komunikasi adalah konsep “*computer mediated communications*” (CMC). Konsep CMC yang ditawarkan oleh John December<sup>3</sup> sebenarnya masih bersifat “mentah” dan cenderung menerjemahkan 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*<sup>4</sup> yang menitikberatkan pada media pasif dan komunikasi aktif. Sementara itu, referensi pendukungnya masih berupa konsep dan bukannya *middle range theory*.

## 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 sebagai berikut.

### ***Perbedaan Internet dari Media Komunikasi Klasik dalam Penggunaannya oleh Komunikator dan Komunikan***

1. Penggunaan internet sebagai medium untuk berkomunikasi menuntut penggunanya memiliki pengetahuan cara menggunakan *software* komputer secara umum dan *software* aplikasi internet secara khusus. Di sini, 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.
2. Komunikasi dalam internet selain memiliki konteks komunikasi massa, juga membentuk komunikasi personal dalam jumlah banyak, yaitu pengguna internet dalam melakukan komunikasi berhadapan dengan pengguna lain dalam jumlah banyak yang masing-masing berperan sebagai komunikator dan komunikan.
3. 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.
4. Dalam komunikasi melalui internet, dimungkinkan terjadinya komunikasi antarberbagai personal yang rentang perbedaan, baik secara sosiologis maupun budaya. Komunikator maupun komunikan adalah person-person yang mungkin sekali berbeda bahasa, budaya, ras, bangsa, latar belakang sosial ekonomi, pendidikan, dan sebagainya.

### ***Perbedaan Karakteristik Internet Dibanding dengan Media Klasik dalam Sistem dan Operasional sebagai Alat maupun Medium Komunikasi***

Perbedaan tersebut antara lain sebagai berikut.

1. Perbedaan utama dan makro, 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 mengglobal.
2. Internet sebagai media komunikasi memiliki penawaran interaktif yang dinamis terhadap penggunanya/*user*, jauh melebihi penawaran interaktif pada televisi dan radio (yang terbatas pada satu program dan isi materi acara). Bahkan, internet memberikan penawaran pencarian informasi yang diinginkan melalui fasilitas *query* dan *boolean* dengan menggunakan kata kunci (*keywords*).
3. Internet mampu menjadi pusat informasi dan sumber informasi yang tidak terbatas dan pada suatu institusi, tetapi juga memberikan kesempatan pada setiap *user*/pemakai untuk menjadi sumber/komunikator, oleh Rafaeli hal ini disebut (1999) sebagai *switching*.
4. Dampak yang ditimbulkan oleh media internet beberapa di antaranya sama dengan media lain, namun dampak sangat jauh berbeda. Don Tapscott, sebagaimana dikutip Djamaludin Ancok,<sup>5</sup> 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*).
5. 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 maupun menggunakan jasa rental. Keasyikan tersendiri dalam menggunakan internet menjadikan “kecanduan” yang 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.



## KOMUNIKASI MELALUI MEDIA INTERNET

Komunikasi dengan menggunakan media internet secara teknis dan fisik merupakan fenomena baru dalam proses komunikasi yang dilakukan manusia pada akhir abad 20 dan telah menjadi bagian integral dari masyarakat, pendidikan, industri dan pemerintahan. Secara akademis, komunikasi bermedia internet merupakan konsep dan area studi yang relatif masih baru dan 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”.<sup>6</sup> John December mendefinisikan sebagai “telekomunikasi dengan menggunakan komputer dalam bentuk massa”. Sementara itu, terminologis aplikatifnya, komunikasi bermedia internet adalah “penggunaan komputer beserta fasilitas dan kemampuannya untuk didayagunakan sebagai alat penyampai pesan baik bersifat massa ataupun pribadi”.<sup>7</sup>

Secara rinci, komunikasi bermedia internet dalam proses penggunaannya dapat diuraikan sebagai berikut ini.<sup>8</sup>

### Proses Komunikasi Bermedia Internet

Proses komunikasi bermedia internet meliputi hal-hal sebagai berikut:

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

### 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 proses 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 *list server* atau *mailing list* serta penggunaan *IRC*. Tingkatan komunikasi massa adalah fasilitas *broadcast on line* yaitu *websites* identik dengan komunikasi di level ini.

### Perspektif Lintas Budaya

Adanya karakteristik yang mampu melintas jarak dan batas benua, maka dimungkinkan komunikasi bermedia internet akan memiliki fenomena terjadinya pertukaran antarbudaya. Dalam penggunaannya, pengguna 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.

*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* yang 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. Adapun tipe komunikasi selain *on line* adalah memerlukan pertemuan dan kehadiran secara fisik, yang memungkinkan terjadinya perjumpaan secara kontinyu atau berkelanjutan dan ditandai umpan balik.<sup>9</sup>

## KARAKTERISTIK MEDIA INTERNET

Karakteristik 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.<sup>10</sup>

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, *wireless 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 antarbudaya.

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 *websites* untuk fasilitas *www* serta tersimpan dalam *nul channel* untuk fasilitas *IRC*.

Dalam memproses atau memproduksi pesan melalui medium internet cukup mudah dan murah (jika berbentuk teks, gambar dan suara). Hal ini dikarenakan dalam medium internet yang terintegrasi dengan software lain (program *window*) dalam komputer, dan telah tersedia sarana pembuatan pesan untuk konsumsi medium internet. Namun demikian, 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 di sini 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 patem mekanis yang hampir sama. Perbedaan yang ada disebabkan oleh bentuk proses komunikasinya atau sifat dan bentuk komunikasi yang terjadi. Untuk lebih jelasnya, di bawah ini diuraikan unsur-unsur komunikasi dari ketiga fasilitas internet tersebut.

### Konsep-konsep Komunikasi dalam E-Mail

Secara term proses komunikasi bermedia internet, jenis komunikasi dalam *e-mail* 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 *feedback*-nya. Level interaktif dalam proses komunikasi melalui *e-mail* termasuk rendah. Hal ini bermakna bahwa meskipun pesan dalam *feedback*-nya langsung dikirimkan oleh penerima pesan, namun pesannya tidak langsung diterima (ada jeda) oleh pengirim pesan, tetapi 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 pengejawantahan *needs* motif interaksi dan korespondensif dari pengirim pesan, yaitu “*sender*”. Artinya, aktivitas proses komunikasi dalam fasilitas *e-mail* didahului atau didorong oleh motivasi dan kebutuhan untuk mengekspresikan dan mengkonsistensikan 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. *E-mail person to person (point to point)* merupakan *e-mail* dari satu orang ke satu orang lainnya. *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 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 merupakan bagian dari hambatan dalam proses komunikasi menggunakan *e-mail*. Hambatan pokok adalah hambatan mekanis internet yang berupa *disconnect* atau *server down*. *Server down* atau *disconnect* merupakan tidak tersambung atau tidak terkoneksinya komputer sebagai medium dengan jaringan internet





yang tidak memungkinkan penggunaan atau akses fasilitas *e-mail*. Hambatan lain dapat disebabkan adanya kesalahan persepsi dan pemberian makna pada pesan yang diterima karena tidak terdapatnya petunjuk para linguistik ataupun petunjuk prosemik (tinjauan psikologis). Dari pandangan ilmu komunikasi, hambatan yang terjadi akan berorientasi pada konteks verbal atau pemahaman bahasa antara satu orang dengan orang lainnya. Akibat berikutnya adalah 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 terletak pada tingkat abstraksi atau daya abstraksi (penyesuaian kata dengan melihat situasi, kondisi dan etika) terhadap satu wacana dalam penggunaannya.

### **Konsep-konsep Komunikasi dalam Fasilitas *Internet Relay Chat***

Alih peran (*switching role*) yang *reciprocal* dalam komunikasi melalui *IRc* menyebabkan penentuan 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. Oleh karena itu, komunikator dalam komunikasi melalui *IRc* juga menjadi komunikan dari berbagai lawan bicara yang berbeda tempat dan *channel*-nya. Hubungan antara komunikator dan komunikan dalam komunikasi melalui fasilitas *IRc* umumnya merupakan *persons* 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 memengaruhi keterbukaan dalam proses komunikasi yang cenderung lebih tertutup sehingga berpengaruh pada isi pesan yang disampaikan/ dikirimkan. Walaupun cenderung tertutup sifat komunikasinya, namun tidak memengaruhi *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 memengaruhi 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. Hal ini 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. 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, maupun denotasi tergantung pada persepsi, keterbacaan dan diksi si Penerima pesan/komunikan. Ini juga berarti menjadikan hambatan dalam komunikasi antara pengirim dan penerima pesan. Artinya, 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 tidak adanya petunjuk paralinguistik dan prosemik dalam ekspresi kata-kata dalam huruf tersebut. Hal ini sesuai dengan pendapat bahwa mempersepsi manusia tidak hanya lewat bahasa verbalnya.<sup>11</sup>



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* sebagai tanggapan dalam awal komunikasi, dan kelanjutan komunikasi dengan *reciprocical feedback*<sup>2</sup> akan membawa pada penguatan terhadap komunikasi yang dilakukan. *Feedback* di sini merupakan "*direct feed back synchronous*".

### Unsur Komunikasi dalam Fasilitas Web Browser.

Fasilitas *web browser* merupakan tempat atau sarana untuk menyampaikan atau tempat pajangan berbagai informasi (*eksposure*) oleh suatu institusi ataupun perseorangan. *Web* adalah tempat memajang informasi secara *on line* dan bersifat *virtual* (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), sedangkan yang terakhir adalah informasi komersial.

Jenis *web* sendiri dibagi menjadi dua jenis, yaitu *official web* (*web* resmi yang biasanya *web* milik lembaga yang sah dan memiliki otoritas terhadap *web* bersangkutan) dan jenis kedua adalah *unofficial web* (*web* tidak resmi yang dimiliki dan dikelola secara personal).

## PENUTUP

Perkembangan teknologi, khususnya teknologi informasi, melalui jaringan internet membawa banyak perubahan dalam kehidupan masyarakat. Dengan banyaknya berbagai fasilitas yang dimiliki internet, maka internet sekarang bisa dikategorikan sebagai salah satu media komunikasi. Kehadiran internet memberikan dampak kepada masyarakat, baik positif, maupun negatif, dalam bidang sosial, budaya, ekonomi, pendidikan dan berbagai bidang lain.

Dengan semakin banyaknya pengguna internet serta kemudahan mengakses internet sekarang ini, maka terjadi perubahan besar pada ilmu komunikasi baik dari sisi teoritis maupun aplikatif. Oleh karena itu, para akademisi, maupun praktisi komunikasi harus bisa mengikuti perkembangan tersebut.

## ENDNOTE

<sup>1</sup> Onong Uchjana Effendy, *Ilmu, Teori dan Filsafat Komunikasi* (Bandung: PT Citra Aditya Bakti, 2000), hal. 289.

<sup>2</sup> Mc Quail Denis, *Teori Komunikasi Massa* (Jakarta: Erlangga, 1987), hal. 16.

<sup>3</sup> [www.december.com](http://www.december.com)

<sup>4</sup> Onong Uchjana Effendy, *Ilmu, Teori dan Filsafat Komunikasi* (Bandung: PT Citra Aditya Bakti, 2000), hal. 289.

<sup>5</sup> Djamaludin Ancoo, "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.

<sup>6</sup> [www.december.com/cm/mag/1997/jan/feris/html:1](http://www.december.com/cm/mag/1997/jan/feris/html:1).

<sup>7</sup> [www.december.com/cm/mag/1998/may/chenuit.html](http://www.december.com/cm/mag/1998/may/chenuit.html).

<sup>8</sup> [www.december.com/cm/mag/1997/jan/decpro.html](http://www.december.com/cm/mag/1997/jan/decpro.html).

<sup>9</sup> Alo Liivveri, *Komunikasi Antar Pribadi* (Bandung: PT Citra Aditya Bakti, 1987), hal. 35.



<sup>10</sup> Zulkarmain Nasution, *Teknologi Komunikasi Dalam Prespektif Latar Belakang dan Perkembangannya* (Lembaga Penerbitan Fakultas Ekonomi, 1989), hal. 49.

<sup>11</sup> Deddy Mulyana, *Ilmu Komunikasi Suatu Pengantar* (Bandung: Rosda Karya, 2000), hal. 308.

<sup>12</sup> Melvin L. De Fleur, Sandra Ball Rokeach, *Theories of Mass Communications* (New York: Longman Inc, 1980), hal. 67.

## 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.

Ball Rokeach, 1980. *Theories of Mass Communicatons*. New York: Longman Inc.

De Fleur, Melvin L, Sandra Ball Rokeach. 1980. *Theories of Mass Communications*. New York: Longman Inc.

Effendy, Onong Uchjana. 2000. *Ilmu, Teori dan Filsafat Komunikasi*. Bandung: PT Citra Aditya Bakti.

<http://www.december.com>

<http://www.december.com/cmc/mag/1997/jan/ferris/html:1>

<http://www.december.com/cmc/mag/1997/jan/decpro.html>

Mc Quail Denis, 1987. *Teori Komunikasi Massa*. Jakarta: Penerbit Erlangga.

Liliweri, Alo. 1987. *Komunikasi Antar Pribadi*. Bandung: PT Citra Aditya Bakti.

Mulyana, Deddy. 2000. *Ilmu Komunikasi Suatu Pengantar*. Bandung: Rosda Karya.

Nasution, Zulkarmain. 1989. *Teknologi Komunikasi dalam Prespektif Latar Belakang dan Perkembangannya*. Jakarta: Lembaga Penerbitan Fakultas Ekonomi Universitas Indonesia.