

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Komunikasi Massa di Era Internet

2.1.1 Pengertian Komunikasi Massa

Apapun bentuknya komunikasi massa akan terus menerus berperan penting dalam kehidupan kita. Komunikasi massa menjadi mata dan telinga bagi masyarakat. Komunikasi massa memberi masyarakat sarana untuk mengambil keputusan dan membentuk opini kolektif yang bisa digunakan untuk bisa lebih memahami diri mereka sendiri. Ia merupakan sumber utama untuk mengembangkan nilai-nilai dalam masyarakat (Severin & Tankard, 2008: 4).

Lantas, apa yang dimaksud dengan media massa? Apa pula hubungannya dengan komunikasi massa? Keduanya tidak bisa disamakan, Media massa menunjuk kepada bentuk saluran penyampai pesan (*media channel*). Sedangkan komunikasi massa menunjuk kepada proses kegiatannya (*media activity*). Sebagai contoh, surat kabar, tabloid, majalah, radio, televisi, film, media *online* internet, itulah yang dimaksud dengan media massa, atau lengkapnya media komunikasi massa. Ia terlihat kasat mata menurut bentuk, ukuran, dan volumenya. Sedangkan bagaimana pesan-pesan melalui surat kabar, radio, atau televisi dipersiapkan, diolah, dan dipublikasikan kepada khalayak seluas-luasnya dengan secepat-cepatnya, maka itulah yang di maksud dengan proses komunikasi massa (Sumadiria, 2006: 1).

Banyak definisi tentang komunikasi massa yang telah dikemukakan. Namun, dari sekian banyak definisi itu ada benang merah kesamaan definisi satu sama lain. Pada dasarnya komunikasi massa adalah komunikasi melalui media (media cetak dan elektronik) sebab awal perkembangannya saja, komunikasi massa berasal dari pengembangan kata *media of mass communication* (media komunikasi massa). Media massa (saluran) yang dihasilkan oleh teknologi modern. Hal ini perlu ditekankan sebab ada media yang bukan media massa yakni

media tradisional seperti kentongan, angklung, gamelan, dan lain-lain. Jadi, disini jelas media massa menunjuk pada hasil produk teknologi modern sebagai saluran dalam komunikasi massa (Nurudin, 2013: 4).

Dari definisi komunikasi massa diatas maka internet masuk kedalam media massa dan jika ditinjau dari ciri-ciri, fungsi, dan elemennya, internet jelas masuk dalam bentuk komunikasi massa dengan demikian bentuk komunikasi massa bisa ditambah dengan internet. Bisa jadi pula beberapa definisi yang tidak menyebutkan internet dalam definisi komunikasinya karena definisi itu dibuat beberapa puluh tahun yang lalu ketika internet belum mewabah seperti sekarang ini maka, sah-sah saja jika kita memasukan internet dalam bentuk komunikasi massa. Jadi, media massa itu antara lain: televisi, radio, internet, majalah, koran, tabloaid, buku dan film (film bioskop, dan bukan negatif film yang dihasilkan kamera).

2.1.2 Karakteristik Komunikasi Massa

Menurut Sumadiria (2014: 20) dengan merujuk kepada pendapat para pakar komunikasi, karakteristik atau ciri-ciri spesifik komunikasi massa, yaitu; (1) Komunikator komunikasi massa melembaga; (2) Komunikasi massa berlangsung satu arah; (3) Pesan komunikasi massa bersifat umum dan diterima serempak, (4) Ditunjuk kepada khalayak yang lebih luas, tersebar, anonim, dan heterogen; dan (5) Selintas.

1) Komunikator Melembaga

Komunikasi massa bersifat institusional. Ini berarti komunikator komunikasi massa bersifat melembaga. Ia merupakan kumpulan individu dari berbagai keahlian dalam ranah sejenis yang tergabung dalam sebuah lembaga yang terorganisasi dengan rapi, baik, dan professional. Karena institusional, maka gaya komunikator suatu media komunikasi massa tidaklah berbeda satu sama lain. Semuanya sama. Semuanya seragam. Sebagai contoh, gaya seluruh presenter berita *Metro TV* Jakarta ketika membacakan berita, tidak ada yang berbeda satu sama lain. Mereka menampilkan gaya serupa. Mereka tampil dalam gaya yang

sama karena harus tunduk kepada kebijakan redaksional stasiun televisi tersebut. Itulah konsekuensi dari komunikator yang bersifat institusional atau melembaga (Sumadiria, 2014: 21).

2) Komunikasi Satu Arah

Pesan komunikasi massa bersifat satu arah, maksudnya tidak terjadi umpan balik langsung. Tidak terdapat proses dialogis. Kita sebagai pemirsa televisi misalnya, tetap saja hanya sebagai penerima. Posisi kita pasif. Ketika dilayar kaca disajikan tayangan *infotainment* dengan banyak kisah perselingkuhan, perceraian, dan hujan caci-maki dari pihak-pihak yang sedang bertikai dikalangan selebritis kelas karbitan, kita tidak bisa melayangkan protes seketika kepada pembawa acara untuk mengalihkan pembicaraan ke topik lain yang bersifat mendidik. Seperti kaset yang sedang diputar, mereka terus saja bicara (Sumadiria, 2014: 22).

3) Khalayak Tersebar Anonim Heterogen

Khalayak komunikasi massa tersebut dimana-mana; dikota dan dikampung, digunung dan dilembah, disungai dan dipantai. Karena tersebar dimana-mana, maka khalayak komunikasi massa tidak dikenal dan tidak kenal satu sama lain. Mereka diikat oleh media secara psikologis tetapi mereka tidak diikat dan tidak terikat oleh antar mereka sendiri. Dengan kata lain mereka hanya terhubung dengan media massa tetapi antar mereka tidak terhubungkan satu sama lain. Dalam ilustrasi sederhana, kita dirumah kita masing-masing menyaksikan siaran televisi. Tetapi antar penghuni rumah tidak mengenal satu sama lain, meskipun secara fisik geografis hanya dipisahkan oleh batas administratif rukun warga (RW) atau kelurahan.

Jadi, khalayak komunikasi massa selain tersebar juga anonim. Kita tidak tahu siapa tetangga kita di RW sebelah. Begitu juga sebaliknya. Satu sama lain tidak saling mengenal tentu saja, dalam anonimitas tersebut terdapat heterogenitas. Artinya dalam kelompok-

kelompok masyarakat yang tidak saling mengenal satu sama lain tetapi terhubung oleh tayangan acara-acara televisi, ditemukan banyak unsur kemajemukan, dari soal jenis kelamin sampai dengan persoalan tingkat kependidikan, ras, warna kulit, dan bahkan keterikatan sosial budaya serta keyakinan beragama (Sumadiria, 2014: 23).

4) Selintas

Selintas berarti sesaat, sambil lalu, sambil lewat, sekilas, sepiintas, hanya sekelebatan. Sebagai contoh, siaran berita radio, bersifat selintas. Dalam bahasa populer hanya numpang lewat. Begitu saat itu singgah ditelinga, bahkan belum dapat dicerna dengan baik maknanya, pesan berita radio sudah hilang lenyap tak berbekas. Selintas mengandung arti juga tak bisa diulang atau diulang-ulang. Walau sudah lewat dari pendengaran kita, maka berita radio tidak akan pernah bisa dibacakan ulang.

Sifat radio siaran yang selintas itu, sangat bertolak belakang dengan sifat surat kabar atau majalah. Surat kabar dan majalah, sifatnya tercetak diatas kertas. Karena tercetak, maka berita surat kabar dan majalah terdokumentasikan. Karena terdokumentasikan, maka kita bisa membaca berita dan tulisan surat kabar atau majalah kapan saja dan dimana saja. Jika banyak yang kurang dipahami maknanya, kita juga bisa membacanya berulang-ulang. Lebih dari itu, kita bisa bertanya kepada yang lebih tahudan lebih ahli dengan cara menunjukkan bagian-bagian kalimat yang tidak bisa dipahami maknanya tersebut sifat berita radio siaran dan televisi siaran selintas, dan sifat berita surat kabar dan majalah yang tercetak terdokumentasikan, pada akhirnya melahirkan filosofi jurnalistik yang berbeda bagi industri media. Filosofi media cetak misalnya, yakni surat kabar dan majalah: apapun yang ditulis dan dilaporkan haruslah memenuhi klasifikasi kelengkapan informasi, keakuratan data, ketajaman analisis, dan dampak informasi, edukasi, serta daya referensi tinggi yang ditimbulkannya. Dalam bahasa sederhana, laporan media cetak harus unggul

dalam kedalaman dan ketajaman analisis. Sedangkan laporan radio dan televisi siaran harus unggul dalam kecepatan dan kesaksian dari lokasi peristiwa (Sumadiria, 2014: 24).

5) Pesan Umum Diterima Serempak

Ketika kita sedang menonton acara televisi “*Metro The Morning*” di Metro TV, tanpa kita sadari pesan tersebut juga dinikmati secara bersamaan oleh ribuan, bahkan jutaan orang di seluruh Indonesia. Acara ini sangat mustahil disiarkan hari ini di Jakarta dan diutar keesokan paginya di Kalimantan. Acara itu di siarkan secara serempak dan saat itu juga. Bahkan kalau kita menikmati acara *Liga Champion* atau Piala Dunia, acara tersebut dinikmati oleh hampir seluruh masyarakat dunia.

Inilah salah satu ciri komunikasi massa selanjutnya. Bahwa dalam komunikasi massa ada keserempakan dalam proses penyebaran pesan-pesannya. Serempak berarti khalayak bisa menikmati media massa tersebut hampir bersamaan. Bersamaan tentu juga bersifat relatif. Majalah atau media sebagai contohnya, surat kabar bisa dibaca ditempat terbit pukul 5 pagi, tetapi di luar kota baru pukul 6 pagi, ini masalah teknis semata. Namun, harapan komunikator dalam komunikasi massa, pesan tetap ingin dinikmati secara bersamaan oleh para pembacanya. Tidak terkecuali bahwa pesan tersebut (lewat surat kabar) disebar (didistribusikan) oleh media cetak secara bersamaan pula (Baran, 2008: 28-29).

SUNAN GUNUNG DJATI
BANDUNG

2.1.3 Perubahan Komunikasi Massa di Era Internet

Berubahan terbesar dibidang komunikasi 40 tahun terakhir (sejak munculnya TV) adalah penemuan dan pertumbuhan internet. Salah satu perubahan teknologi baru itu menyebabkan dipertanyakannya kembali definisi komunikasi itu sendiri. Definisi komunikasi massa yang sebelumnya sudah cukup jelas komunikasi massa bisa didefinisikan dalam tiga ciri menurut Wright (Severin & Tankard, 2008: 4):

1. Komunikasi massa diarahkan kepada *audience* yang relatif besar, heterogen, dan anonim.
2. Pesan-pesan yang disebarkan secara umum, sering dijadwalkan untuk bisa mencapai sebanyak mungkin anggota *audiens* secara serempak dan sifatnya sementara.
3. Komunikator cenderung berada atau beroperasi dalam sebuah organisasi yang kompleks yang mungkin membutuhkan biaya yang besar.

Tetapi internet, *newsgroups*, *mailing list*, perbincangan di radio yang mengundang telepon dari pendengarnya, *World Wide Web*, televisi kabel multisaluran, dan buku-buku yang melampirkan disket-disket komputer, yang tidak dapat dikategorikan dengan mudah apakah mereka termasuk dalam komunikasi massa atau bukan.

Internet berbeda dengan media-media yang lebih tradisional ini. Dari pada mengubah hubungan antara khalayak dan industri, internet mengubah definisi komponen-komponen yang berbeda dalam proses komunikasi, dan sebagai hasilnya, mengubah hubungan antara komponen yang satu dan yang lain. Pada internet, individu tunggal dapat berkomunikasi dengan khalayak luas, seperti halnya sebuah perusahaan raksasa dan multinasional yang memproduksi sebuah program jaringan televisi. Perusahaan atau korporasi ini cocok dengan definisi terdahulu sumber komunikasi massa-namun tidak demikian dengan pengguna internet. Umpan balik dalam komunikasi massa secara tradisional dideskripsikan sebagai umpan balik yang dapat tersimpulkan dan tertunda. Akan tetapi, umpan balik *online* dapat saja, dan sangat mungkin, bersifat segera dan langsung. Ini lebih mirip dengan umpan balik dalam komunikasi antarpribadi dari pada umpan balik komunikasi massa.

Definisi ulang elemen-elemen komunikasi yang dipengaruhi oleh internet ini memfokuskan kembali perhatian pada isu-isu seperti kebebasan berekspresi, privasi, tanggung jawab, dan demokratis (Baran, 2012: 402).

2.1.4 Internet sebagai *New Media*

Saverin & Tankard menjelaskan dalam buku *Teori Komunikasi* (2008: 443) media adalah segala sesuatu yang dapat menyalurkan informasi dari sumber informasi kepada peneriman informasi, dan yang dimaksud dengan baru adalah sesuatu yang dapat menciptakan suatu inovasi ataupun perubahan yang dapat melahirkan sesuatu yang sangat diinginkan seseorang. *New media* atau media baru adalah sebuah terminologi untuk menjelaskan konvergensi antara teknologi komunikasi digital yang terkomputerisasi serta terhubung ke dalam jaringan. Termasuk dalam *new media* atau media baru adalah internet, selain internet tidak termasuk ke dalam *new media*, seperti media cetak, televisi, majalah, Koran, dan lain-lain. *New media* juga bisa diartikan sebagai produk teknologi komunikasi di media massa yang akan datang bersama-sama dengan komputer digital.

Media baru dideskripsikan sebagai media yang dapat menayangkan konten atau informasi secara interaktif, audien dimampukan untuk menanggapi setiap informasi dengan mudah, pembaca bisa bertindak secara aktif untuk menyampaikan informasi, dan pembaca dapat berkomunikasi dan bekerja sama pembaca atau anggota lainnya. Istilah “media baru” ini sering muncul untuk aplikasi *web 2.0*, aplikasi yang identik dengan konten digital yang dapat didistribusikan secara massif dan interaktif melalui internet. Konten internet berupa gabungan berbagai jenis media seperti teks, gambar, suara, dan video ditambah dengan kemampuan interaktifnya mengalahkan segenap media yang pernah ada.

Internet adalah jaringan komputer dunia yang mengembangkan Arpanet (Advanced Research Project Agency Network), suatu sistem komunikasi yang terkait dengan pertahanan keamanan yang dikembangkan pada tahun 1960-an. Manfaat sistem komunikasi yang berjaringan ini dengan cepat ditangkap oleh para peneliti dan pendidik secara umum. Akhir-akhir ini, melalui komputer dirumah, modem, dan warnet, serta melalui layanan-layanan seperti Web-TV, Internet hadir untuk publik. Pada keadaan seperti ini pun masih ada beberapa orang yang tak setuju bahwa internet merupakan sebuah media massa baru.

Internet berkembang secara fenomenal, baik dari segi jumlah *host computer* (komputer induk) maupun dari segi jumlah penggunaannya, selama beberapa tahun terakhir (Saverin & Tankard, 2008: 443).

Levy menggambarkan (Severin & Tankard, 2008: 6) internet sebagai “saluran komunikasi yang tidak terbatas, pembangunan komunikasi, iklan elektronik dan interaksi yang sangat kompleks yang mengaburkan batas antara penyedia dan konsumen”. Dapat disimpulkan bahwa Levy menggambarkan komunikasi melalui saluran internet tidak memiliki batasan, sehingga pengguna layanan internet perlu berhati-hati terhadap informasi yang mereka terima.

Seperti yang dijelaskan oleh Saverin & Tankard (2008: 8-9) banyak pengguna layanan internet yang juga menyadari bahwa mereka juga perlu berhati-hati terhadap informasi yang mereka terima. Para pengguna internet dan layanan jasa iklan seharusnya meninjau kembali ketepatan informasi dari layanan ini. Berita yang diterima oleh masing-masing pengguna kadang memuat informasi yang bisa dipercaya, tetapi bisa juga hanya memuat rumor, spekulasi, pernyataan yang sengaja diselewengkan, dan penipuan. Situasi ini sebenarnya dapat memacu para jurnalis serta professional lain (yaitu orang-orang yang memiliki keahlian untuk menilai sebuah informasi) untuk menguji kebenaran berita, dan yang terpenting adalah memberikan pengarahan tentang mana yang penting dan mana yang tidak.

Tulisan Mashall McLuhan adalah sumber gagasan yang kaya untuk melakukan riset tentang media baru. Gagasan inti McLuhan bahwa *the medium is the message* dapat diaplikasikan pada internet atau pada bentuk-bentuk khusus *world wide web*, seperti situs-situs berita *online*. Gagasan McLuhan bahwa media baru sering memanfaatkan media lama sebagai isi juga dapat diterapkan pada internet. Beberapa penelitian telah mendokumentasikan kecenderungan koran-koran online untuk mengemas kembali materi-materi dari koran-koran cetak. Tentunya, gagasan McLuhan tentang “desa global” tampaknya semakin dekat pada realita dengan internet. Berbagai pertanyaan menarik tentang seperti apa bentuk desa global ini dapat

disinggung oleh para peneliti. Gagasan McLuhan tentang kematian atau penurunan cetakan juga merupakan gagasan provokatif. Dengan munculnya *hypertext*, kita tidak lagi terbatas pada model teks linier yang dikatakan oleh McLuhan sebagai fitur dasar buku-buku dan bentuk cetakan yang lebih kuno lainnya (Saverin & Tankard, 2008: 458).

2.2 Media Sosial

2.2.1 Pengertian Media Sosial

Dewasa ini teknologi HP sudah demikian maju fitur layanannya, dahulu hanya digunakan untuk menerima dan menelpon serta mengirim dan menerima Short Message System (SMS), namun sekarang sudah dipadukan dengan teknologi audio dan video, sehingga bisa mengirim gambar dan suara (Noegroho, 2010: 2).

McLuhan menjeaskan bahwa seluruh teknologi komunikasi sudah menjangkau pancaindra manusia seperti sentuhan, penciuman, rasa, pendengaran dan pengelihatan. Bahkan teknologi komunikasi dapat membawa seseorang individu melintasi batas ruang dan waktu serta mendapatkan informasi yang tidak didapat sebelumnya. Manusia telah menjadikan teknologi media sebagai jendela dunia atau "*a window to the world*" dan dapat mengetahui kejadian-kejadian yang jauh jaraknya tanpa kita hadir langsung di lokasi kejadian (Noegroho, 2010: 4).

Teknologi komunikasi sekarang telah berhasil mengintegrasikan teknologi telekomunikasi, teknologi informasi dan teknologi multimedia atau teknologi telematika. Ketika teknologi tersebut berjalan sendiri-sendiri tentunya dampak yang dihasilkan belum sebesar apabila bersatu seperti sekarang. Bervariatif pelayanan baru untuk mendapatkan informasi karena didukung teknologi telekomunikasi menjadi keniscayaan. Pelayanan baru tersebut pada hakekatnya adalah bertujuan untuk memenuhi kebutuhan manusia akan informasi yang disajikan dalam berbagai bentuk. Karena manusia meng-*encode* dan men-*decode* informasi menggunakan panca indranya (mata, hidung, telinga, mulut, dan kulit), maka

pelayanan inipun berupaya menyajikan informasi dalam bentuk gambar, grafik, teks, suara (Noegroho, 2010: 4).

Pada dasarnya media sosial merupakan perkembangan mutakhir dari teknologi-teknologi web baru berbasis internet, yang memudahkan semua orang untuk dapat berkomunikasi, berpartisipasi, saling berbagi dan membentuk sebuah jaringan secara online, sehingga ada keringanan untuk menyebar luaskan konten merek sendiri. Post di blog, tweet, atau video youtube dapat direproduksi dan dapat dilihat secara langsung oleh jutaan orang secara gratis (Zarella, 2010: 2-3).

Pengertian media sosial atau dalam bahasa inggris "*social media*" menurut tata bahasa, terdiri dari kata "*social*" yang memiliki arti kemasyarakatan atau sebuah interaksi dan "*media*" adalah sebuah wadah atau tempat sosial itu sendiri. Media sosial adalah sebuah media *online*, dengan para penggunanya bisa dengan mudah berpartisipasi, berbagi, dan menciptakan isi meliputi blog, jejaring sosial, wiki, forum dan dunia virtual. Blog, wiki, dan jejaring sosial utamanya *facebook* dan *twitter* merupakan bentuk media sosial yang paling umum digunakan oleh masyarakat diseluruh dunia (Asm. Romli, 2012: 104). Sedangkan menurut Nasrullah (2015: 20) media sosial merupakan media yang digunakan untuk mempublikasikan konten profil, aktivitas, atau pendapat pengguna sebagai media yang memberikan ruang bagi komunikasi dan interaksi dalam jejaring sosial.

Menurut Andreas Kaplan dan Michael Haenlein (2010: 101), mendefinisikan media sosial sebagai "sebuah kelompok aplikasi berbasis internet yang membangun di atas dasar ideologi dan teknologi 2.0, dan yang memungkinkan penciptaan dan pertukaran *user-generated*". Sosial media dapat pula dideskripsikan sebagai aplikasi berbasis internet dimana para penggunanya dapat berbagi informasi, opini, pandangan, pengalaman, dan perspektif. Bentuk sosial media sendiri sangat beragam, termasuk aplikasi yang bersifat *community content* seperti youtube, situs jejaring sosial (*instagram*, *twitter*, dan tentu saja *facebook*), *blog*

seperti *tumblr*, dan kolaborasi projek seperti Wikipedia. Semua aplikasi tersebut memiliki konten yang diciptakan, diperbaharui, dan dipelihara oleh para pengguna sendiri secara individual dan disediakan untuk pengguna lain yang menggunakan aplikasi tersebut, tanpa perlu membayar dan bersifat sukarela.

2.2.2 Awal Mula Media Sosial

Dibalik lahirnya media sosial dewasa ini, pertumbuhannya tidak terlepas dari dampak kemajuan teknologi internet yang pesat. Meskipun internet banyak disalah gunakan oleh penggunanya, namun internet menjadi sebuah “nama” penting dibalik perkembangan *World Wide Web* (WWW) hingga sekarang. Jika media tradisional menggunakan media cetak dan media *broadcast*, maka media sosial menggunakan internet. Media sosial mengajak siapa saja yang tertarik untuk berpartisipasi dengan memberi kontribusi dan *feedback* secara terbuka, memberi komentar, serta membagi informasi dalam waktu yang cepat dan tak terbatas (Madcoms, 2009: 1).

a. Sejarah Singkat Internet

Pertama kali internet merupakan jaringan komputer yang dibentuk tahun 1970-an yang disebut Arpanet (*Advanced Research Project Agency Network*) yaitu komputer yang dibentuk oleh departemen pertahanan Amerika Serikat. Yang untuk selanjutnya jaringan ini diperbaharui dan dikembangkan dan menjadi tulang punggung terbentuknya internet sekarang (Noegroho, 2010: 48).

Membayangkan internet sebagai jaringan komputer adalah tidak dapat dibenarkan. Jaringan komputer hanyalah medium yang membawa informasi. Daya guna internet terletak pada informasi itu sendiri bukan pada jaringan komputer, sehingga dapat dikatakan bahwa internet merupakan sumber daya yang berorientasi kemanusiaan. Internet memberikan kesempatan pada pemakai seluruh dunia untuk mempergunakan sumber daya informasi tersebut secara bersama-sama. Dapat mengirim dan menerima *elektronik mail* (*e-mail*) atau

membentuk hubungan jaringan komputer lain, untuk hal ini diperlukan jaringan terkomunikasi dan komputer yang memadai serta perangkat lunak sebagai browser (penjelajah) (Noegroho, 2010: 48-49).

Internet merupakan sebuah jaringan antar-komputer yang saling berkaitan. Jaringan ini tersedia secara terus-menerus sebagai pesan-pesan elektronik, termasuk email, transmisi file, dan komunikasi dua arah antar-individu atau komputer. Hal yang membuat internet mampu menarik perhatian dunia adalah dengan adanya penemuan mosaic tahun 1993, yakni sebuah browser untuk *World Wide Web* (WWW) yang menyebabkan internet bisa diakses (Saverin & Tankard, 2008: 6).

Bulletin Board Service dalam (Noegroho, 2010) menjelaskan bahwa fasilitas internet yang memungkinkan pemakai melakukan kegiatan seperti: memilih satu grup diskusi atau lebih yang dianggap menarik, secara berkala mengecek item berita yang baru muncul, mengeposkan suatu nota ke grup diskusi untuk dibaca pengakses lainnya. Layanan internet yang juga menarik adalah transfer *file* secara elektronik, yaitu *File Transfer Protocol* (FTP) digunakan untuk mentransfer satu salinan *file* dari sebuah komputer ke komputer lain melalui internet. Internet telah ditempatkan pada pisau bermata dua, dari titik kerawanan dan keamanannya (Noegroho, 2010: 48-50).

Media sosial mempunyai banyak bentuk, diantaranya yang paling populer yaitu, blog, twitter dan *facebok*. *Facebook* merupakan salah satu jejaring sosial yang paling mudah digunakan. Karena hanya memerlukan waktu yang singkat tetapi informasi yang disampaikan dapat langsung menyebar secara luas (Zarella, 2010: 31).

2.3 Facebook Sebagai Penyebaran Link Berita Aksi 411

Facebook adalah suatu jenis jejaring sosial yang dapat dijadikan sebagai tempat untuk menjalin hubungan pertemanan dengan seluruh orang yang ada di belahan dunia untuk dapat berkomunikasi satu dengan yang lainnya. *Facebook* merupakan situs pertemanan yang dapat

digunakan oleh manusia untuk bertukar informasi, berbagi foto, video, dan lainnya (Madcoms, 2009: 1).

Memang saat ini merupakan era di mana informasi begitu mudah menyebar dengan sangat cepat dan tak terbendung. Medium penyebaran informasi itu bisa media sosial, seperti *facebook* dan *twitter*, ataupun dari aplikasi perpesanan seperti BBM, line, dan whatsapp. Namun sayangnya, terkadang ada sebagian pihak yang justru memanfaatkan medium tersebut untuk menyebarkan informasi yang tidak valid, bahkan bernada menakut-nakuti (Sumadiria, 2014: 236-239).

Salah satu bentuk media sosial adalah jejaring sosial. Situs jejaring sosial merupakan sebuah bentuk layanan internet yang ditunjuk sebagai komunitas *online* bagi orang yang memiliki kesamaan aktivitas, ketertarikan pada bidang tertentu, atau kesamaan latar belakang tertentu. *Social networking* lazim disebut sebagai jaringan pertemanan. Layanan *social networking* biasanya berbasis web dan aplikasi, dilengkapi dengan berbagai fitur bagi penggunaannya agar dapat saling berkomunikasi dan berinteraksi. Contoh situs *social networking* yang populer dewasa ini antara lain *facebook*, *twitter* dan *instagram*, khususnya yang akan dibahas dalam penellitian ini yaitu *facebook*. *Facebook* merupakan situs yang memiliki keleluasaan bagi penggunaannya untuk berselancar. Selain dapat digunakan sebagai alat untuk berkomunikasi, *facebook* juga dapat digunakan untuk berbagi dan mendapatkan berita informasi (Sumadiria, 2014: 238-255).

Facebook bukanlah sebuah situs berita langsung seperti *detik.com*, *viva-news.com* atau situs berita lainnya, karena *fecabook* tidak mengangkat berita berdasarkan reportase langsung. Adapun yang dapat dilakukan dalam berselancar di *facebook* ialah menyebarkan *link* berita atau mendapatkan *link* berita. Setiap individu dapat mencantumkan *link* atau tautan alamat situs lain yang berisikan berita atau informasi yang ingin disebarkan. Kemudian pengguna lain yang membaca tautan tersebut dapat mengakses tautan tersebut dengan mengklik tautan tersebut.

Secara otomatis situs baru akan terbuka dimana terdapat informasi yang bersangkutan dengan tautan tersebut (Madcoms, 2009: 1-8).

Dalam Madcoms (2009: 25-31) menjelaskan bagaimana proses penggunaan facebook, Selain itu *facebook* dapat digunakan untuk menyebarkan informasi dan berita ringan secara personal. Pengguna dapat mengumpulkan informasi secara personal mengenai sebuah informasi tertentu yang kemudian menyebarkannya melalui *facebook*. Kemudian pengguna lain yang secara kebetulan membaca informasi tersebut dapat mengakses informasi tersebut. Tukar menukar informasi ini sangat sering terjadi dalam *facebook*, sehingga *facebook* dapat dikatakan sebagai salah satu tempat untuk bertukar informasi.

Berkembangnya *facebook* menjadi salah satu tempat mendapatkan informasi, membuat beberapa situs mengkoneksikan diri terhadap *facebook*. Sehingga beberapa informasi dari situs-situs lain baik situs berita, komunitas, perusahaan-perusahaan, atau situs sosial lainnya dapat diakses melalui *facebook*. Hal ini menjadikan pencarian informasi cukup mudah didapat melalui *facebook* yang kini menjadi *link* berita (Madcoms, 2009: 25-31).

2.3.1 Pengertian Jejaring Sosial *Facebook*

Dalam bentuk yang sederhana, suatu jaringan sosial adalah peta semua ikatan yang relevan antar simpul yang dikaji. Jaringan peta semua ikatan yang relevan antar simpul yang dikaji. Jaringan tersebut dapat pula digunakan untuk menentukan modal sosial aktor individu. Konsep ini sering digambarkan dalam diagram jaringan sosial yang mewujudkan simpul sebagai titik dan ikatan sebagai garis penghubungnya (Madcoms, 2009: 2).

Jejaring sosial merupakan situs dimana setiap orang bisa membuat *web page* pribadi, kemudian terhubung dengan teman-teman untuk berbagi informasi. Jejaring sosial terbesar antara lain *facebook*, *myspace*, *twitter* dan *instagram*.

Facebook adalah suatu jenis jejaring sosial yang dapat dijadikan sebagai tempat untuk menjalin hubungan pertemanan dengan seluruh orang yang ada di belahan dunia untuk dapat berkomunikasi satu dengan yang lainnya. Facebook merupakan situs pertemanan yang dapat digunakan oleh manusia untuk bertukar informasi, berbagi foto, video, dan lainnya (Madcoms, 2010: 1).

2.3.2 Keunggulan Jejaring Sosial *Facebook*

Sumadiri menjelaskan bahwa *facebook* menawarkan banyak kelebihan dibandingkan dengan pendahuluannya e-mail. Pada *facebook*, kita saling berkomunikasi dengan menampilkan wajah kita, foto-foto zaman dulu atau foto-foto dan video terkini kita. Dengan *facebook*, tiap orang mendadak menjadi narsis, senang bergaya, tampil menjadi peragawan-peragawati genit centil, atau muncul jadi aktor dan aktris seksi (Sumadiri, 2014: 238).

Facebook adalah situs web jejaring sosial yang diluncurkan pada 4 Februari 2004 dan didirikan oleh Mark Zuckerberg, seorang lulusan Harvard dan mantan murid Ardsley High School (Madcoms, 2009: 4). Seperti yang sudah diutarakan diatas bahwa jumlah layanan jejaring sosial yang beredar di internet sangat banyak sekali, mulai dari *friendster*, *myspace*, *Hi5*, *twitter*, *Linkedin*, *Bebo*, *Fupei*, *Digli* dan masih banyak lagi, nah tentu banyak alasan kenapa memilih *facebook*, hingga menjadikan layanan ini menjadi sangat *booming* sampai saat ini.

Dilihat dari segi tampilannya *facebook* lebih simple, banyak pengguna jejaring sosial yang mengatakan bahwa tampilan *facebook* lebih bersih, rapih dan sederhana itulah kesimpulan saat kita menggunakan *facebook*. Dalam mengelola *user facebook* lebih serius, jika kita bermain-main di *facebook* akan sangat jarang kita dapati *user* ganda atau *user* yang hanya iseng menggunakan akun. Hal ini sudah diantisipasi oleh *facebook*, oleh karena itu tidak akan kitajumpai nama *user* dengan menggunakan karakter-karakter aneh. *Facebook* sangat serius dan professional dalam mengelola akun dan masih banyak lagi keunggulan yang di suguhkan

facebook seperti dapat menulis dengan *space* dan karakter perhuruf yang cukup leluasa yaitu dengan 420 sampai 63.206 karakter (Madcoms, 2009: 6).

2.3.3 Pengertian *Link* Berita Aksi 411

Seperti yang dikutip dari islampos.com, Kasus penistaan agama dengan terdakwa Basuki Thahaya Purnama (Ahok), umat Islam di Provinsi Jakarta dan daerah lainnya ikut mengawal berjalannya persidangan. Hingga akhirnya, vonis dua tahun penjara terhadap terdakwa dijatuhkan oleh Majelis Hakim pada Selasa 9 Mei 2017, Sebelum putusan dikeluarkan oleh Pengadilan Negeri Jakarta Utara, aksi-aksi yang dilakukan oleh umat Islam dengan tajuk 'Aksi Bela Islam' telah berjalan cukup lama.

Yakni yang diawali dengan aksi yang dinamakan Aksi Bela Islam menjadi bentuk kawalan masyarakat yang merasa Gubernur DKI Jakarta Basuki Thahaya purnama (Ahok) telah menistakan Al-Qur'an ketika melakukan kunjungan kerja ke pulau pramuka, kepulauan seribu, pada 27 September 2016. Aksi tersebut pertama kali dilakukan pada 14 Oktober 2016 atau kerap disebut Aksi 1410 yang dilaksanakan seusai shalat Jum'at. Setelah aksi pertama itu selesai 4 November 2016 kembali diadakan aksi serupa dengan judul Aksi Bela Islam II atau Aksi Damai 411 yang di ketuai oleh Ustadz Bachtiar Nasir dan dihadiri sekitar 18000 peserta demo, dalam pelaksanaannya tidak lagi dibalai kota, tetapi berpindah ke depan istana (<http://politik.rmol.co/di> akses pada 29 September 2017).

Pada 2 Desember 2016, Aksi Bela Islam III pun dilakukan dengan kegiatan utama melakukan ibadah bersama. Bahkan, Presiden Jokowi Widodo ikut menghadiri aksi tersebut. Aksi ini menjadi aksi dengan massa terbesar sejauh ini. Memasuki 2017, tepat pada 11 Februari, kembali diadakan Aksi Bela Islam IV masih dengan tema besar untuk mengawal jalannya persidangan Ahok. Aksi yang dikenal juga dengan Aksi 112 awalnya akan dilaksanakan dilapangan Monas Jakarta. Namun, tempat acara mendapatkan perubahan menjadi di Masjid Istiqlal dengan acara shalat bersama dan tausiyah dari beberapa ulama. Pada

21 Februari 2017 menjadi tanda berlangsungnya Aksi Bela Islam V. Dan Pada 31 Maret 2017, Aksi Bela Islam VI dilaksanakan. Aksi ini diisi dengan kegiatan *Long March* dari Masjid Istiqlal menuju Istana Merdeka. Namun Aksi Massa 313 batal dilakukan di depan Istana Merdeka, Jalan Medan Merdeka Utara, Jakarta pusat.

Sebelum persidangan pada Selasa tanggal 9 Mei untuk pembacaan vonis kepada Ahok, kembali diadakan aksi lanjutan bertajuk Aksi Bela Islam VII pada 5 Mei 2017 atau disebut Aksi 55. Aksi ini mendukung pengadilan untuk memberikan vonis secara adil atas kasus penistaan agama yang menjerat Ahok. Aksi 55 ini sebagai penutup aksi-aksi bela Islam kita. (Error! Hyperlink reference not valid. pada 4 Juli 2017 15: 08)

Sedangkan *Link* adalah sebuah fungsi dalam HTML yang digunakan untuk memudahkan *user* untuk menelusuri seluruh isi atau informasi yang tersimpan dalam *website* yang bersangkutan. *Link* juga berguna untuk menghubungkan antardokumen HTML. Sebuah objek teks yang berupa *link* akan ditampilkan dengan *font* berwarna *blue* *underline*. Jika *cursor mouse* didekatkan, maka *cursor* akan berubah menjadi gambar tangan yang menunjuk pada *link* tersebut (Severin & Tankard, 2008; 449-450).

Namun informasi yang tersimpan dalam website belum tentu benar adanya, begitu pun menyebarkan sebuah informasi kini bisa dilakukan lewat ujung jari. Seperti yang dikutip dari VIVA.co.id yang mengungkapkan bahwa, tak semua orang bisa mengenali mana informasi atau berita yang benar atau bohong (*hoax*). Sehingga Dewan Pers bertekad mendorong penguatan media pers dan positioning media mainstream dalam memasuki era konvergensi media. Hal ini merupakan konsekuensi dari perkembangan pesat teknologi digital. Atas maraknya serbuan berita *hoax* atau informasi bohong yang dibuat seolah-olah sebagai karya jurnalistik. Sehingga Dewan Pers melakukan pendataan atau verifikasi media. Adapun media online yang akan menerima sertifikasi yaitu, Detik.com, Okezone.com, Kompas.com,

Viva.co.id, Metrotvnews.com, RMOL.com, Arah.com (viva.co.id/ di akses pada 28 September 2016).

Merujuk pada Aksi 411 atau Aksi Bela Islam adalah rangkaian aksi [unjuk rasa](#) yang diadakan di [Indonesia](#), terutama di kota [Jakarta](#) sebagai reaksi atas pernyataan [gubernur](#) Jakarta, [Basuki Tjahaja Purnama](#) yang mengeluarkan pernyataan yang dianggap menistakan agama dalam kunjungan kerjanya ke [Kepulauan Seribu](#). (<https://id.wikipedia.org/> diakses pada 15/6/2017). Sehingga dapat disimpulkan bahwa *link* berita Aksi 411 merupakan sebuah tautan HTML yang digunakan untuk memudahkan *user* untuk menelusuri seluruh isi atau informasi yang tersimpan dalam website yang berkaitan dengan Aksi 411 atau Aksi Bela Islam ini.

2.3.4 Penyebaran *Link* Berita Aksi 411 Di *Facebook*

Penyebaran informasi adalah penyebaran pesan yang berisi fakta (data yang sesuai dengan kenyataan) sehingga menimbulkan penjelasan yang benar dan jelas serta menumbuhkan pengertian yang sama mengenai pesan yang disebarkan (Severin & Tankard, 2008; 449). Penyebaran informasi dalam media sosial dapat dengan mencantumkan sumber informasi berupa *link* atau *hyperlink*.

Salah satu fitur yang paling istimewa dalam *World Wide Web* adalah pemakaian *Hyperlink*, yaitu spot-spot pada halaman *web* yang dapat di-klik oleh pengguna untuk berpindah kespot lain-baik dalam dokumen yang sama, dalam *wibesite* yang sama, maupun dalam situs lain pada internet. *Hyperlink* sebenarnya adalah bentuk khusus dari *hypertext*, sebuah istilah yang diperkenalkan pada tahun 1965 oleh Ted Nelson. Nelson mendefinisikan *Hypertext* sebagai tulisan yang tidak berurutan. Nelson menulis, “tanpa dibatasi oleh urutan, dalam *hypertext* kita dapat menciptakan bentuk bentuk tulisan baru yang merefleksikan dengan baik struktur sesuatu yang sedang kita tulis; dan para pembaca, setelah memilih jalur,

dapat mengikuti ketertarikan mereka atau arus pikiran mereka dengan sebuah cara yang hingga saat ini dianggap mustahil” (Severin & Tankard, 2008; 449-450).

Satu variable menarik dalam pemakaian *hypertext* adalah berkenaan dengan jumlah kontrol yang diberikan pada pengguna. Seorang perancang *webpage* dapat mendesain sebuah *page* sehingga pengguna hanya dapat melewati beberapa jalur yang telah ditentukan sebelumnya, atau seorang perancang dapat menciptakan sebuah situs yang memberikan kebebasan yang luas kepada pengguna untuk bereksplorasi sesuai keinginannya. Variable ini adalah berharga sekali bagi penelitian yang dilakukan oleh para peneliti komunikasi (Severin& Tankard, 2008: 449). Dari pengertian diatas, kini kita dapat lebih mudah menyebarkan *link* berita, seperti pada saat terjadinya Aksi 411.

Aksi 411 merupakan aksi damai yang dilakukan umat muslim setelah aksi pada 14 Oktober dan sebelum Aksi 2 Desember 2016 yang bertujuan menuntut kasus penistaan agama oleh Basuki Tjahaja Purnama (Ahok) untuk diproses secara adil (news.okezone.com/ yang diakses pada 6 Desember 2016).

2.4 Pengertian dan Pemikiran Fenomenologi

Memahami metodologi fenomenologi, akan lebih jelas dengan mengikuti pemikiran dari Schutz. Dialah yang pertama kali membuat penelitian sosial berbeda dari pendahulunya, yang berorientasi positivistik. Walaupun plopore fenomenologi adalah Husserl, Schutz adalah orang pertama yang menerapkan fenomenologi dalam penelitian ilmu sosial. Itulah sebabnya dalam pembahasan metodologi fenomenologi, Schutz mendapat prioritas yang utama. Selain itu, melalui Schutz-lah pemikiran-pemikiran Husserl yang dirasakan abstrak pada masa itu dapat dimengerti.

2.4.1 Pengertian Fenomenologi

Morissan menjelaskan dalam bukunya Teori Komunikasi (2013: 31) Tradisi Fenomenologi memfokuskan perhatian terhadap pengalaman sadar seseorang individu. Teori

komunikasi yang masuk dalam tradisi fenomenologi berpandangan bahwa manusia secara aktif menginterpretasikan pengalaman mereka sehingga mereka dapat memahami lingkungannya melalui pengalaman personal dan langsung dengan lingkungan. Tradisi fenomenologi memberikan penekanan sangat kuat pada persepsi dan interpretasi dari pengalaman subjektif manusia. Pendukung teori ini berpandangan bahwa cerita atau pengalaman individu adalah lebih penting dan memiliki otoritas lebih besar dari pada hipotesis penelitian sekalipun.

Pernahkah anda berbaring di suatu tempat terbuka pada malam hari yang gelap, sambil memandang kelangit yang ditaburi bintang-bintang nan jauh disana? (hal ini mungkin pernah kita lakukan pada masa kecil dulu). Sebagian orang yang melakukan ini mungkin pernah membayangkan dan merenung betapa luasnya alam semesta dan bertanya mungkinkah ada makhluk lain yang hidup diluar sana. Ketika melihat kerlap-kerlip bintang, kita pun berpikir mengenai cahaya bintang, kecepatan cahaya, jarak antara bintang dengan kita, waktu yang dibutuhkan cahaya hingga sampai kemata kita, dan seterusnya. Orang pun mencoba memperluas pengetahuan tentang langit dengan menggunakan teleskop. Proses untuk mengetahui melalui pengalaman langsung ini merupakan wilayah pembahasan fenomenologi, tradisi kedua dalam disiplin ilmu komunikasi (Morissan, 2013: 31).

Istilah *phenomenon* mengacu pada kemunculan sebuah benda, kejadian, atau kondisi yang dilihat. Fenomenologi merupakan cara yang digunakan manusia untuk memahami dunia melalui pengalaman langsung. Peneliti hendak mengetahui sesuatu dengan sadar menganalisis serta menguji persepsi dan perasaan peneliti tentangnya (Kuswarno, 2013: 1).

Kuswarno pun menyatakan bahwa tujuan fenomenologi adalah mempelajari bagaimana fenomena dialami dalam kesadaran, pikiran, dan dalam tindakan, seperti bagaimana fenomenologi tersebut bernilai atau diterima secara estetis. Fenomenologi mencoba mencari sebuah pemahaman manusia dalam mengkonstruksi kerangka intersubjektif, karena pemahaman kita mengenai dunia dibentuk oleh hubungan kita dengan orang lain, hal ini jelas

bahwa fenomenologi mengkonstruksikan sebuah pengalaman berdasarkan pengetahuan yang dilakukan manusia dengan adanya sebuah hubungan dengan orang lain (Kuswarno, 2013: 2).

2.4.2 Pemikiran Fenomenologi Alfred Schutz

Schutz memusatkan perhatian pada cara orang memahami kesadaran orang lain, akan tetapi ia hidup dalam aliran kesadaran diri sendiri. Persepektif yang digunakan oleh Schutz untuk memahami kesadaran itu dengan konsep intersubjektif. Yang dimaksud dengan dunia intersubjektif ini adalah kehidupan dunia (*life-world*) atau dunia kehidupan sehari-hari (Ritzer & Douglas 2007: 94).

Menurut Schutz, manusia mengkonstruksi makna diluar arus utama pengalaman melalui proses “tipikasi”. Hubungan antarmakna pun diorganisasikan melalui proses ini, atau biasa disebut *stock of knowledge*. Jadi kumpulan pengetahuan memiliki kegunaan praktis dari dunia itu sendiri, bukan sekedar pengetahuan tentang dunia.

Inti dari pemikiran Schutz (Kuswarno, 2013: 18) adalah bagaimana memahami tindakan sosial melalui penafsiran. Proses penafsiran dapat digunakan untuk memperjelas atau memeriksa makna yang sesungguhnya, sehingga dapat memberikan konsep kepekaan yang implicit. Schutz meletakkan hakikat manusia dalam pengalaman subjektif, terutama ketika mengamil tindakan dan mengambil sikap terhadap dunia kehidupan sehari-hari. Dalam hal ini, Schutz mengikuti pemikiran Husserl, yaitu proses pemahaman aktual kegiatan kita, dan pemberian makna terhadapnya, sehingga terefleksi dalam tingkah laku.

Schutz (Kuswarno, 2013: 19) mengawali pemikirannya dengan mengatakan bahwa objek penelitian ilmu sosial pada dasarnya berhubungan dengan dengan interpretasi terhadap realitas. Orang-orang saling terikat ketika membuat interpretasi ini. Peneliti berusaha untuk menyamakan persepsi dengan informan. Persamaan persepsi dapat terbentuk apabila adanya komunikasi yang terus menerus sehingga peneliti dapat menemukan makna dari informan sebagai objek penelitian.

Peneliti harus menggunakan metode interpretasi yang sama dengan orang yang diamati, sehingga peneliti bisa masuk kedalam dunia interpretasi dunia orang yang dijadikan objek penelitian. Menurut Schutz, tindakan manusia adalah bagian dari posisinya dalam masyarakat (Kuswarno, 2013: 38).

Ada dua aspek yang dibahas dalam teori fenomenologi, berdasarkan pemikiran Schutz (Kuswarno, 2013: 109-111). yaitu :

- 1) Aspek intersubyektif, yakni makna subjektif yang terbentuk dalam dunia sosial oleh aktor berupa sebuah “kesamaan dan kebersamaan”. Pembentukan makna dapat dihasilkan dari proses berbagi makna antarindividu. Individu dalam penelitian ini adalah para informan penelitian yang berstatus sebagai mahasiswa jurnalistik UIN Sunan Gunung Djati Bandung khususnya angkatan 2013 yang mempunyai pengalaman mengenai penyebaran *link* berita Aksi 411 di media sosial.
- 2) Aspek historis, yaitu tindakan yang berorientasi pada waktu. Ada dua hal yang dilihat dari aspek historis, yaitu motif tujuan (*in order motive*) dan motif alasan (*because motive*). Motif tujuan merupakan motif yang dimiliki oleh informan untuk mencapai tujuan tertentu ketika mereka menafsirkan dan melakukan sebuah tindakan. Motif alasan merupakan pijakan atau pemahaman yang melatarbelakangi informan sehingga membentuk pemahaman tersendiri dalam penafsiran tindakan tersebut.

Seperti yang telah dipaparkan pada latar belakang di atas bahwa Kuswarno (2013: 2) dalam buku *Fenomenologi* menyatakan bahwa tujuan utama fenomenologi adalah mempelajari bagaimana fenomena dialami dalam kesadaran, pikiran, dan dalam tindakan, seperti bagaimana fenomena tersebut bernilai atau diterima secara estetis. Fenomenologi mencoba mencari pemahaman bagaimana manusia mengkonstruksi makna dan konsep konsep penting, dalam rangka intersubyektivitas. Karena pemahaman kita mengenai dunia dibentuk oleh hubungan kita oleh orang lain.

Walaupun makna yang diciptakan dapat ditelusuri dalam tindakan, karya, dan aktivitas yang dilakukan, tetap saja ada peran orang lain didalamnya. Dari pernyataan fenomena dialami dalam kesadaran, pikiran dan tindakan maka jika dikaitkan dalam psikologi, apa itu kesadaran? Ahli psikologi lama menyamakan “kesadaran” dengan “pikiran”. Mereka mendefinisikan psikologi sebagai ilmu yang mempelajari pikiran dan kesadaran. Singkatnya kesadaran melibatkan: pemantauan lingkungan, dan mengendalikan lingkungan sehingga kita mampu memulai dan mengakhiri aktivitas perilaku dan kognitif (Rita, Edward, dkk, 2010: 341-343).

Jika kesadaran mampu memulai dan mengakhiri aktivitas perilaku dan kognitif, maka Sarwono (2002: 130) berpendapat bahwa kognisi dapat mempengaruhi afeksi sebagai rangsangan dari dalam (internal stimulus) begitupun sebaliknya. Intinya terletak pada konsep bahwa ada hubungan yang erat antara penginderaan (fisik), persepsi (penyimpulan dari penginderaan melalui kognisi), emosi (reaksi terhadap persepsi), dan perilaku (reaksi terhadap emosi) yang akan menghasilkan sebuah makna. Dimana Stanley Deetz, mengemukakan tiga prinsip dasar fenomenologi (Sarwono , 2002: 130).

1. Pengetahuan adalah kesadaran. Pengetahuan tidak disimpulkan dari pengalaman, namun ditentukan secara langsung dari pengalaman sadar.
2. Makna dari sesuatu terdiri atas potensi sesuatu itu pada hidup seseorang. Dengan kata lain, bagaimana anda memandang suatu objek, bergantung pada makna objek itu bagi anda. Misalnya, anda belajar bahasa asing, seperti bahasa inggris. Anda belajar dengan serius sebagai pengalaman pendidikan karena anda menyakini bahwa kemampuan bahasa inggris akan memberikan manfaat atau efek positif bagi hidup anda.
3. Bahasa adalah ‘kendaraan makna’ (*vehicle meaning*). Kita mendapatkan pengalaman melalui bahasa yang digunakan untuk mendefinisikan dan menjelaskan dunia kita, kita mengetahui suatu objek, misalnya kuda, melalui berbagai label yang dimilikinya; hewan, larinya kencang, kuat, gigih, cepat, dan seterusnya.

Komunikasi adalah kendaraan yang digunakan untuk menunjukkan makna dari pengalaman yang diterima atau dirasakan. Pemikiran adalah hasil dari bicara (*speech*) karena makna itu sendiri tercipta dari kata-kata. Ketika kita berkomunikasi, maka kita tengah mencoba cara-cara baru dalam melihat dunia. Kita mendengarkan kata-kata yang diucapkan orang setiap hari, yang pada akhirnya memengaruhi kita secara terus-menerus terhadap setiap peristiwa dan situasi yang kita hadapi. Dengan demikian, pandangan ini yang berupaya menghubungkan pengalaman dengan bahasa dan interaksi sosial menjadi relevan dengan disiplin ilmu komunikasi (Morissan, 2013: 32-33).

Kognitif dalam KBBI *offline* yaitu kegiatan atau proses memperoleh pengetahuan (termasuk kesadaran, perasaan, dsb) atau usaha mengenali sesuatu melalui pengalaman sendiri. Adapun menurut Sarwono, kognitif adalah bagian dari jiwa manusia yang mengelola informasi, pengetahuan, pengalaman, dorongan, perasaan, dan sebagainya, baik yang datang dari luar maupun dari dalam diri sendiri sehingga terjadi simpulan-simpulan yang selanjutnya menghasilkan perilaku (Sarwono, 2002: 76).

Afeksi dalam Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI) *offline* yaitu rasa kasih sayang; perasaan dan emosi yang lunak. Menurut Sarwono, afeksi adalah perasaan (sedih, gembira, cemas, kagum, dan sebagainya). Jika afek ini berlangsung lebih lama dan intensif dinamakan emosi dan jika emosi ini berlanjutan dan tak kunjung hilang untuk waktu yang sangat lama dinamakan manis (kalau afeksinya senang atau ceria) atau defresi (kalau afeknya sedih atau murung) (Sarwono, 2002:130). Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa afeksi adalah kemampuan yang berkaitan dengan perasaan, sikap, emosi, derajat, penerimaan atau penolakan terhadap objek.

Dalam Sarwono (2002: 263) konasi diartikan sama dengan perilaku, sehingga dalam KBBI *offline* perilaku diartikan tanggapan atau reaksi individu terhadap rangsangan atau lingkungan. Dari pengertian konasi di atas peneliti menyimpulkan konasi adalah kemampuan

melakukan pekerjaan dengan anggota badan (berkaitan dengan gerak fisik) singkatnya dapat diartikan sebuah tindakan

Sistem kognitif individual terdiri dari sejumlah perbedaan. Dengan demikian mengklasifikasikan pengalaman kedalam kategori-kategori, individu memberikan makna mengenai pengalaman itu. Misalnya, anda melihat ibu anda seorang yang jangkung dan ayah anda seorang yang pendek, kopi yang panas dan susu yang dingin, baju kesayangan anda berwarna krem dan celana panjang anda berwarna hitam. Konsep-konsep diatur kedalam skema-skema interpretatif, yang mengidentifikasi sesuatu dan menempatkan objek itu ke dalam kategori. Dengan skema-skema interpretatif kita dapat mengerti mengenai suatu peristiwa dengan menempatkannya kedalam kategori yang lebih luas (Budyatna & Ganiem, 2011: 222).

Karena kompleksitas kognitif memainkan peranan dalam komunikasi, konsep ini merupakan yang utama mengenai konstruktivisme. Kompleksitas atau simplistitas di dalam system merupakan fungsi mengenai jumlah relatif konsep-konsep dan tingkat perbedaan yang anda dapat buat. Anda tidak mempunyai tingkat yang konsisten mengenai kompleksitas kognitif tetapi berpikir pada tingkat yang berbeda mengenai pengalaman dalam soal-soal duniawi pada topik-topik yang berbeda. Jumlah konsep yang anda gunakan pada topik tertentu dinamakan perbedaan kognitif atau *cognitive differentiation*. Manusia canggih secara kognitif dapat membuat lebih banyak perbedaan dari pada manusia sederhana secara kognitif (Budyatna & Ganiem, 2011: 222).

Menurut Littlejohn & Foss konsep-konsep antar pribadi penting karena konsep-konsep tersebut mengarahkan bagaimana kita memahami orang lain. Para individu berbeda dalam kompleksitas dengan mana mereka memandang para individu lainnya. Bila anda sederhana dalam arti kognitif, anda cenderung melakukan stereotip kepada orang lain, sedangkan bila anda lebih memiliki perbedaan secara kognitif, maka anda akan melakukan perbedaan-perbedaan

secara lebih halus dan lebih sensitif. Secara umum, kompleksitas kognitif mengarah kepada pemahaman yang lebih besar mengenai pandangan-pandangan orang lain, dan kemampuan yang lebih baik untuk membongkar pesan-pesan dalam arti dapat memahami orang lain (Budyatna & Ganiem, 2011: 224).

