

BAB III

LANDASAN TEORITIS

A. Komunikasi Massa

Istilah komunikasi atau dalam bahasa Inggris *communication* berasal dari bahasa Latin yaitu dari kata *communicatio* dan bersumber dari kata *communis* yang berarti sama, sama disini maksudnya adalah sama makna.¹

Hal tersebut dimaksudkan bahwa komunikasi tercipta ketika dua orang atau lebih antara komunikator dan komunikan sedang berinteraksi dalam sebuah percakapan yang memiliki maksud dan makna yang sama mengenai percakapan tersebut. Misalnya ketika seorang komunikator berbicara mengenai peran media massa, komunikan juga dapat menangkap dan merespon mengenai peran media massa pula, hal ini yang kemudian disebut sebagai percakapan komunikatif yang memiliki kesamaan makna antara komunikan dan komunikator.

¹ Onong Uchjana Effendy, *Ilmu Komunikasi: Teori dan Praktek* (Bandung: PT Remaja Rosdakarya, 1999), p.5.

Secara sederhana, kata komunikasi merupakan transmisi pesan dari suatu sumber kepada penerima.² Definisi ini merujuk pada penyampaian pesan oleh sumber dan kemudian penerimaan pesan oleh penerima sehingga terjadilah proses komunikasi didalamnya.

Harold Lasswell yang di akui sebagai bapak komunikasi mengatakan bahwa untuk menggambarkan sebuah proses interaksi atau komunikasi maka hanya dengan menjawab pertanyaan “*who says what in which channel to whom with what effect.*” dan mengetahui lima komponen komunikasi yaitu komunikator (orang yang menyampaikan pesan), komunikan (orang yang menerima pesan), pesan, media (alat untuk berkomunikasi) dan yang terakhir adalah efek yang ditimbulkan.

Sebagai contoh dari penerapan teori Lasswell tersebut, ketika seorang mubaligh berceramah mengenai materi keagamaan misalnya tentang balasan bagi yang mengerjakan shalat tepat waktu, disebuah radio kemudian para pendengar radio tergerak hatinya untuk melaksanakan shalat tepat waktu sesuai himbauan

² Stanley J. Baran, *Pengantar Komunikasi Massa Melek Media dan Budaya* (Jakarta: Erlangga, 2012), p.5.

mubaligh tersebut. Hal itu sudah termasuk proses komunikasi yang dimaksudkan oleh Lasswell.

Dapat ditarik kesimpulan bahwa komunikasi merupakan sebuah interaksi penyampaian pesan yang melibatkan komunikator dan komunikan. Namun, lebih jauh dari itu, ketika proses komunikasi ini melibatkan dan menggunakan sebuah media sebagai alat penyampaian pesan dari seorang komunikator kepada khalayak, proses komunikasi ini disebut dengan komunikasi massa.

Istilah komunikasi massa yang muncul pertama kali pada akhir tahun 1930-an memiliki banyak pengertian. Kata ‘massa’ menggambarkan sesuatu (orang atau barang) dalam jumlah besar, sementara ‘komunikasi’ mengacu pada pemberian dan penerimaan arti, pengiriman dan penerimaan pesan.³

Dalam hal ini, definisi komunikasi massa masih dalam lingkup komunikasi atau pesan yang disampaikan oleh seorang komunikator kepada khalayak ramai atau banyak, jika tadi dijelaskan bahwa komunikasi hanya sebuah interaksi antara dua

³ Morissan, *Teori Komunikasi Massa* (Bogor: PT Ghalia Indonesia, 2010), p.7.

orang saja, komunikasi massa sudah memiliki jumlah komunikan yang lebih banyak atau lebih dari satu orang.

Hal tersebut sejalan dengan pendapat Onong Uchjana yang mengatakan bahwa proses komunikasi pada hakikatnya adalah proses penyampaian pikiran atau perasaan oleh seseorang (komunikator) kepada orang lain (komunikan).⁴ Pikiran bisa merupakan gagasan, informasi, opini dan lain-lain yang muncul dari benaknya. Perasaan bisa berupa keyakinan, kepastian, keraguan kekhawatiran, kemarahan, keberanian, kegairahan dan sebagainya yang timbul dari lubuk hati.

Bebicara mengenai komunikasi, di jaman yang serba canggih ini tentu kita menyadari betul manfaat kemuculan teknologi yang semakin canggih. Dari masa ke masa, pembaruan teknologi mulai terjadi dimana-mana. Teknologi yang seperti inilah yang kemudian dijadikan sebagai alat atau media untuk berinteraksi dan berkomunikasi dengan orang-orang khususnya dengan orang yang jauh jaraknya dengan kita.

⁴ Onong Uchjana Effendy, *Ilmu, Teori dan Filsafat Komunikasi* (Bandung: Citra Aditya Bakti, 1993), p. 28.

Kemunculan media ini sangat memudahkan bahkan memanjakan orang yang hendak berkomunikasi dengan orang lain. Teknologi ini tidak hanya bertujuan untuk berkomunikasi saja, melainkan juga untuk saling bertukar informasi.

Model komunikasi yang melibatkan banyak orang ini, kemudian disebut dengan komunikasi massa, yaitu komunikasi seorang komunikator dengan komunikan yaitu khalayak yang berjumlah banyak atau lebih dari dua orang.

Komunikasi massa dapat diartikan dalam dua cara yakni pertama, komunikasi oleh media dan yang kedua, komunikasi untuk massa. Dengan kata lain, komunikasi massa atau media massa tidak melulu mengenai jurnalisisme saja, namun komunikasi massa merujuk keseluruhan institusinya yang merupakan pembawa pesan (koran, majalah, stasiun pemancar) yang mampu menyampaikan pesan-pesan kejutaan orang yang nyaris serentak.⁵

Pembawaan pesan oleh media baik media cetak maupun elektronik inilah yang disebut komunikasi massa yang dilakukan

⁵ William L. Rivers, *Media Massa dan Masyarakat Modern* (Jakarta: Kencana, 2008), p.18.

oleh media massa dan disampaikan kepada khalayak atau komunikan dalam jumlah massa (banyak).

Janowitz (1960) mengemukakan pendapatnya bahwa komunikasi massa terdiri atas lembaga-lembaga dan teknik dimana kelompok-kelompok terlatih menggunakan teknologi untuk menyebarluaskan simbol-simbol kepada audien yang tersebar luas dan bersifat heterogen.⁶ Definisi menurut Janowitz ini mencoba menyamakan arti komunikasi massa dengan isi pesan yang disampaikan yang hanya menekankan pada aspek pengiriman pesan itu sendiri.

Suranto AW dalam bukunya yang berjudul Komunikasi Sosial Budaya menyatakan bahwa komunikasi massa (*Mass Communication*) yaitu komunikasi yang melibatkan banyak orang.⁷ Komunikasi semacam ini yaitu komunikasi yang menggunakan atau tidak menggunakan media. Seperti yang kita tahu bahwa komunikasi yang melibatkan banyak orang tidak hanya melalui media massa tetapi bisa secara langsung atau tatap muka dengan komunikan yang jumlahnya cukup banyak

⁶ Morissan, *Teori Komunikasi ...*, p.8.

⁷ Suranto Aw, *Komunikasi Sosial Budaya* (Yogyakarta: Graha Ilmu, 2010), p.13.

misalnya ketika melakukan kampanye pemilihan Gubernur dan Wakil Gubernur di provinsi Banten, paslon (pasangan calon) gubernur dan wakil gubernur biasanya melakukan komunikasi yang bersifat massa, baik menggunakan media tv, koran, baliho. Paslon ini juga menggunakan teknik komunikasi massa secara langsung yaitu dengan berkampanye tanpa menggunakan media apapun.

Mengenai media massa, yang sejatinya membahas mengenai media massa dan khalayak, Schramm dan Osgood membuat model komunikasi massa yang membantu kita dalam memvisualisasikan aspek-aspek tertentu dalam proses komunikasi massa. Model ini sebenarnya memperbaiki model sebelumnya yang mereka buat juga. Contoh perbedaan dari kedua model komunikasi massa ini adalah perbedaan komunikasi massa dengan bentuk komunikasi lainnya.⁸

Dalam model komunikasi massa Schramm ini menjelaskan bahwa umpan balik dari komunikasi massa tidak sama dengan umpan balik yang terjadi pada komunikasi interpersonal. Sebagai contoh, ketika media televisi sedang

⁸ Baran, *Pengantar Komunikasi ...*, p.8.

menyiarkan suatu program acara, mereka hanya mengetahui rating program yang berisi jumlah penonton yang menonton bukan penonton yang menyukai program tersebut.

Ada beberapa era yang dapat dijadikan dasar pijakan untuk melihat sejarah perkembangan komunikasi massa. Menurut Melvin DeFleur dan Sandra J. Ball-Rokeach dalam bukunya yang berjudul *Theories of Mass Communication*, setidaknya ada lima revolusi komunikasi massa, yaitu sebagai berikut :

1. Zaman Tanda dan Isyarat

Pada zaman ini, proses komunikasi manusia lebih berdasarkan insting dan bukan rasionya. Itu semua terjadi karena kemampuan kapasitas otak manusia masih sangat terbatas. Penggunaan tanda dan isyarat itu bukan berarti manusia tidak dapat berkomunikasi, karena isyarat ini dikenal dengan nama komunikasi nonverbal.

Proses komunikasi yang terjadi pada zaman ini masih tergolong sederhana dan lambat. Peralatan yang digunakan dalam berkomunikasi masih kuno, model komunikasinya pun masih tidak mencukupi dan tidak praktis

jika kita bandingkan dengan sistem bahasa yang digunakan manusia saat ini.⁹

2. Zaman Bahasa Lisan

Zaman ini ditandai dengan lahirnya embrio kemampuan untuk berbicara dan berbahasa secara terbata-bata dalam kelompok masyarakat tertentu. Oleh karena itu, manusia era ini sering disebut dengan *homosapiens*.

Manusia pada zaman ini sudah diberikan keahlian dalam membuat peralatan yang berasal dari batu. Zaman batu ini lah kemudian menjadi awal perkembangan pengenalan bahasa yang ditulis. Pada awal perkembangan manusia dalam mengenal tulisan mereka telah dapat memahat atau mengukir gambar binatang dan manusia pada tulang, batu, taring dan bahan-bahan yang lain.¹⁰

3. Zaman Tulisan

Pada zaman ini, komunikasi yang digunakan tidak lagi berbentuk lisan akan tetapi tulisan. Era ini pula dapat

⁹ Nurudin, *Pengantar Komunikasi Massa* (Jakarta: PT Rajagrafindo Persada, 2007), p.41.

¹⁰ Nurudin, *Pengantar Komunikasi ...*, p.45.

disebut sebagai proses awal usaha manusia dalam merekam informasi dengan melukiskan atau menggambarkan gagasannya.

Tulisan alphabet muncul kurang dari seratus tahun kemudian dan berkembang secara cepat. Tulisan tersebut menyebar keseluruh dunia kuno, dan baru beberapa abad kemudian sampai ke negeri Yunani.¹¹

4. Zaman Cetak

Sebelum abad ke-15 orang-orang Eropa memproduksi buku-buku dengan menyiapkan *manuscript* (manuskrip) berupa salinan yang dicetak dengan menggunakan tangan. Cetakan membawa perubahan yang fantastis, dapat dikatakan bahwa penemuan mesin cetak merupakan kemajuan yang menakjubkan.¹²

5. Zaman Komunikasi Massa

Dengan munculnya media cetak, langkah aktivitas komunikasi mulai menanjak cepat. Apalagi dengan penemuan telegraf, semua itu menjadi kenyataan. Walaupun

¹¹ Nurudin, *Pengantar Komunikasi ...*, p.52.

¹² Nurudin, *Pengantar Komunikasi ...*, p.54.

bukan sebagai media massa komunikasi, perataan ini menjadi elemen penting bagi akumulasi teknologi yang akhirnya akan mengarahkan masyarakat memasuki era media massa elektronik.

Media massa elektronik dimulai ketika tahun 1920-an pengembangan radio rumah tangga dan pada tahun 1940-an dengan dimulainya televisi rumah tangga. Abad komunikasi massa dipaksa berkembang lebih cepat lagi dengan kemunculan internet sebagai bagian dari media massa.¹³

B. Media Massa

Sebagaimana pemaparan diatas, bahwa komunikasi massa merupakan sebuah komunikasi yang bertujuan untuk berinteraksi maupun untuk menyebarkan suatu informasi tertentu dengan menggunakan media sebagai alatnya. Media yang dimaksud adalah telepon atau *handphone* untuk berinteraksi atau televisi, koran, majalah, radio dan sebagainya sebagai media penyebaran informasi.

¹³ Nurudin, *Pengantar Komunikasi ...*, p.59.

Media komunikasi merupakan sarana yang dipergunakan untuk memproduksi, mereproduksi, mendistribusikan atau menyebarkan, dan menyampaikan informasi.¹⁴

Dari masa ke masa, terjadi pembaruan teknologi media sebagai alat komunikasi maupun penyebaran informasi tersebut. Media yang pertama kali muncul ialah berbentuk koran, kemudian lebih baru lagi berbentuk majalah. Kedua media tersebut termasuk kepada media yang berbentuk cetak atau tulisan.

Dewasa ini, pembaruan teknologi media semakin canggih yaitu dengan munculnya media elektronik. Media elektronik yang pertama kali muncu adalah radio dengan jangkauan yang lebih pendek sampai kepada jangkauan yang lebih jauh yaitu berbasis FM. Setelah kemunculan radio, kemudian muncul pula media elektronik yang tidak hanya menyuguhkan audio (suara) saja namun juga disajikan dengan visual (gambar) yang berbentuk televisi.

Tentu saja kemunculan televisi ini menggeser keberadaan radio karena dianggap lebih menarik oleh para khalayak. Tidak

¹⁴ Suranto Aw, *Komunikasi Sosial ...*, p.227.

berhenti sampai disitu, kemunculan teknologi yang paling baru untuk mengakses informasi adalah dengan adanya internet. Internet merupakan media yang paling sederhana namun banyak sekali keunggulannya dibandingkan dengan media-media massa yang telah ada sebelumnya.

1. Media cetak

Proses komunikasi memang telah ada sejak jaman manusia primitif, dahulu manusia menggunakan isyarat sebagai alat untuk berkomunikasi antara satu sama lain. Kemudian manusia menemukan bahasa yang dijadikan sebagai alat komunikasi.

Setelah manusia menggunakan bahasa untuk berkomunikasi, baru lah ditemukan sistem menulis dikalangan manusia yang kemudian dijadikan sebagai cikal bakal proses pertukaran informasi melalui tulisan atau media cetak.

Proses penyebaran informasi melalui media tulisan atau media cetak ditandai dengan surat menyurat yang bersifat lebih pribadi, lalu kemudian dengan munculnya koran, majalah, tabloid dan sebagainya.

a. Surat Kabar/Koran

Surat kabar yang ada pada saat ini sebenarnya berakar dari munculnya sebuah lembaran berita satu halaman bernama *Corantos* yang berisi mengenai kejadian-kejadian khusus yang sudah dicetak dalam bahasa Inggris di Belanda pada tahun 1620 kemudian diimpor ke Inggris oleh para penjual buku Inggris yang bersemangat untuk memuaskan tuntutan publik akan informasi yang terjadi di Eropa daratan.¹⁵

Surat kabar merupakan bentuk media cetak yang memuat berita atau informasi yang disebarluaskan secara menyeluruh. Berita-berita yang dimuat di koran sebagian besar merupakan klasifikasi berita berbentuk *hardnews*. Surat kabar atau koran memiliki peran penting terhadap kehidupan masyarakat karena dinilai sebagai media penyebaran informasi yang sangat populer pada masanya.

¹⁵ Baran, *Pengantar Komunikasi ...*, p.130.

Di Indonesia sendiri, perkembangan media cetak berbentuk surat kabar atau koran dimulai ketika era penjajahan Belanda (1700-1900) yaitu koran yang ditulis berbahasa Belanda yang fungsinya mendokumentasikan peristiwa-peristiwa penting yang terjadi pada masa itu.

Pada zaman Belanda, tepatnya tahun 1828 di Jakarta diterbitkan *Javasche Courant* yang isinya memuat berita-berita resmi pemerintahan, berita lelang dan berita kutipan harian-harian di Eropa. Sedangkan di Surabaya pada tahun 1835 terbit *Soerabajasch Advertentieblad* yang kemudian berganti nama menjadi *Soerabajasch Nieuws en Advertentieblad*. Di Semarang terbit *Semarangsche Advertentieblad* dan *De Semarangsche Courant*.

Pada zaman Jepang, surat kabar yang ada diseluruh Indonesia di ambil alih secara pelan-pelan yang bertujuan untuk memperketat isi surat kabar.

Kantor berita Antara pun diambil alih dan diteruskan oleh kantor berita *Yashima* dan selanjutnya berada dibawah pusat pemberitaan Jepang, yakni *Domei*.¹⁶

b. Majalah

Majalah adalah sebuah medium kegemaran para elite Inggris pada pertengahan 1700-an.¹⁷ Sama halnya seperti surat kabar, majalah merupakan salah satu bentuk media massa cetak namun bedanya isi berita yang ada dimajalah lebih ringan dan menghibur dibanding dengan surat kabar yang menekankan pada bahasa baku dan singkat.

Majalah pertama kali terbit pada tahun 1663 bernama majalah *Erbauliche Monaths-Unterredungen* yang diterbitkan oleh Jhonn Rist, seorang teolog dan penyair dari Jerman. Perkembangan majalah di Inggris dimulai pada tahun 1704 oleh Daniel Defoe yang menerbitkan

¹⁶ Elvinaro Ardianto, *Komunikasi Massa: Suatu Pengantar* (Bandung: Simbiosis Rekatama Media, 2005), p.101.

¹⁷ Baran, *Pengantar Komunikasi ...*, p.177.

Review berbentuk seperti majalah dan surat kabar, ukuran halamannya kecil, terbit tiga kali dalam seminggu.

Sementara di Amerika, majalah baru muncul pada tahun 1740 yang menerbitkan majalah sebuah majalah yaitu *General Magazine*. Namun masa kejayaan majalah baru dimulai ketika tahun 1820-1840.¹⁸

Perkembangan majalah mulai merambah ke Indonesia dimulai pada tahun 1914 sebuah majalah *De'Craine*. Kemudian pada tahun 1939 terbit majalah *Perintis*, yang terbit dua minggu sekali di Banjarmasin.

Pada era kemerdekaan, terbit majalah *Pantja Raja* yang dipimpin oleh Markoem Djohadisoearto dan diprakarsai oleh Ki Hajar Dewantara di Jakarta.

Pada awal kemerdekaan, Soemanang SH menerbitkan sebuah majalah yang bertujuan

¹⁸ Ardianto, *Komunikasi Massa ...*, p.111.

menghancurkan sisa-sisa kekuasaan Belanda, mengorbankan semangat perlawanan masyarakat terhadap bahaya penjajah, menempa persatuan Nasional untuk keabadian kemerdekaan bangsa dan penegakan kedaulatan rakyat. Majalah tersebut bernama majalah *Revue Indonesia*, dalam salah satu edisinya mengemukakan gagasan perlunya koordinasi penerbitan surat kabar yang jumlahnya sudah mencapai ratusan.

Pada era orde lama, terdapat majalah *Star Weekly*, dan majalah yang terbit di Bogor yaitu *Gledek*, namun hanya bertahan beberapa bulan saja. Pada era ini majalah tidak begitu berkembang dengan baik karena relative sedikit majalah yang terbit.

Pada era orde baru, banyak majalah yang terbit dan beragam jenisnya, diantaranya adalah majalah *Selecta*, majalah *Horison*, *panji Masyarakat* dan *majalah Kiblat* (majalah Islam).

2. Media elektronik

a. Radio

Perkembangan radio dimulai dari penemuan *phonograph* (gramofon), yang juga bisa digunakan untuk memainkan rekaman oleh Edison pada tahun 1877. Pada saat yang sama James Clerck Maxwell dan Helmholtz Hertz melakukan eksperimen elektromagnetik untuk mempelajari fenomena yang kemudian dikenal sebagai gelombang radio.¹⁹

Lalu pada tahun 1907 Forest menemukan *audion tube*, sebuah tabung vakum yang meningkatkan dan memperkuat sinyal tanpa kabel.²⁰ Pada tahun yang sama, ditemukan pula Kristal galena yang sangat peka terhadap gelombang radio, dan temuan ini mengarah pada produksi radio yang digunakan dirumah-rumah.

Pada tahun 1922, *British Broadcasting Company* didirikan dan menyiarkan program

¹⁹ Muhamad Mufid, *Komunikasi dan Regulasi dan Penyiaran*, (Jakarta: Kencana, 2007), p.25.

²⁰ Baran, *Pengantar Komunikasi ...*, p.257.

pertama pada tanggal 14 November 1922. Hal tersebut menandakan dimulainya sebuah produksi siaran radio yang digunakan oleh masyarakat luas.²¹

Di Indonesia sendiri, radio muncul pada masa penjajahan Belanda yang diawali dengan berdirinya *Batavia Radio Society* pada tahun 1925. Beberapa tahun kemudian tepatnya tahun 1934, sebuah radio komunitas Belanda bernama *Netherlandsche-Indische Radio Omroep Maatschappij* (NIROM) diberi izin terbatas pada 1937 untuk menyiarkan hal-hal mengenai kebudayaan atau sosial.²² Setelah NIROM, banyak radio-radio amatir yang bermunculan di Indonesia ini.

b. Televisi

Televisi adalah sebuah media telekomunikasi terkenal yang berfungsi sebagai penerima siaran gambar bergerak beserta suara baik itu yang monokrom (hitam-putih) maupun yang berwarna.

²¹ M. Burhan Bungin, *Sosiologi Komunikasi* (Jakarta: Kencana, 2009), p.131.

²² Mufid, *Komunikasi dan Regulasi ...*, p.33.

Kata televisi merupakan gabungan dari kata *tele* (bahasa Yunani) yang berarti jauh dan *visio* (bahasa Latin) yang berarti penglihatan. Sehingga televisi dapat diartikan sebagai alat komunikasi jarak jauh yang menggunakan media visual (gambar) atau penglihatan.

Di Indonesia sendiri, usulan untuk memperkenalkan televisi muncul jauh ditahun 1953 dari sebuah bagian di Departemen Penerangan, didorong oleh perusahaan-perusahaan AS, Inggris, Jerman, Jepang, yang berlomba-lomba menjual *hardware*-nya. Menjelang Asian Games ke-4 di Jakarta pada 1962, Soekarno dan kabinet akhirnya yakin akan perlunya televisi dengan alasan reputasi internasional Indonesia tergantung pada Pekan Olahraga yang disiarkan, terutama ke Jepang (yang telah memiliki televisi sejak awal 1950-an).

Siaran televisi dimulai pada tanggal 17 Agustus 1962 dengan nama TVRI (Televisi Republik

Indonesia) dengan mengadakan siaran percobaan dengan acara HUT RI ke-17.

Pada tahun 1963 TVRI melakukan pembangunan stasiun daerah yang dimulai dengan stasiun Yogyakarta, stasiun Medan, Surabaya, Makasar, Manado dan Denpasar.²³

c. Internet

Secara harfiah, internet (kependekan dari 'inter-network') ialah rangkaian komputer yang berhubung menerusi beberapa rangkaian. Manakala internet ialah sistem komputer umum, yang berhubungan secara global dan menggunakan TCP/IP sebagai protokol pertukaran paket. Internet berfungsi mencari semua informasi, hiburan atau berita aktual dan lainnya. Lebih praktis untuk mencari informasi dibandingkan dengan buku.²⁴

Istilah lain yang memaparkan tentang arti dari internet adalah berasal dari kata international network yang berarti jaringan komputer internasional atau WAN

²³ Mufid, *Komunikasi dan Regulasi ...*, p.30.

²⁴ Ati Novianti Fatonah, *Mengenal Alat Komunikasi dan Informasi*, cet. 1 (Banten: Kenanga Pustaka Indonesia, 2009) p.27.

(Wide Area Network) adalah kumpulan dari berbagai jaringan komputer kecil/lokal, atau LAN (Lokal Area Network) yang saling terhubung. WAN disini kemudian membutuhkan hub/switch sedangkan LAN membutuhkan router sebagai penghubung antar jaringan dan modem untuk menghubungkan dengan ISP (Internet Service Provider) atau penyedia layanan internet.²⁵

Pada mulanya, Internet dikembangkan oleh pentagon, pada tahun 1960-an. Internet merupakan system hubungan jarak jauh dari berbagai jaringan computer, yang dihubungkan melalui modem dan jalur telepon. Surat elektronik (E-mail) merupakan fitur yang paling banyak dimanfaatkan di Internet.

Internet merupakan suatu sumber informasi yang sangat besar. Namun hal tersebut tergantung dari apa yang dilihat oleh si pengguna Inernet dari keanekaragaman sumber informasi yang tersedia. Internet memiliki fitur mesin pencari *Search engine*

²⁵ Theresia Ari Prabawati, *Seni Membongkar Misteri Internet* (Yogyakarta: CV. Andi Offset, 2009) p.3.

seperti Yahoo dan Google yang dapat dimanfaatkan untuk mencari informasi seluas-luasnya.²⁶

C. Era Postmodernitas dan Budaya Populer

Postmodernisme atau paham yang berkembang setelah era modern merupakan perubahan budaya (mulai dari gaya hidup hingga paradigma berfikir) yang terjadi sebagai akibat dari perkembangan ilmu pengetahuan dan teknologi informasi. Konsekuensi perubahan yang luarbiasa itu adalah salah satunya paradigma modern tidak cukup relevan atau memadai lagi untuk memahami dan menjelaskan kebudayaan yang tengah tumbuh.²⁷

Istilah *postmodernisme* pertama kali digunakan pada 1916 yang memiliki pengertian ambigu. Ada yang mengartikan *postmodernisme* sebagai hasil dari modernisme, akibat dari modernisme, anak dari modernisme, perkembangan dari modernisme, penyangkalan dan penolakan modernisme.²⁸

²⁶ Michael Bland, et al., *Hubungan Media yang Efektif* (Jakarta: Erlangga, 2004), p.32.

²⁷ Akhyar Yusuf Lubis, *Postmodernisme: Teori dan Metode* (Depok: PT Rajagrafindo Persada, 2014), p.24.

²⁸ Refly, *Puisi-Puisi Puisi Rupa, Rupa-Rupa Puisi Rupa Made Wianta* (Jakarta: PT Rajagrafindo Persada, 2006), p.41.

Belum ada definisi pasti mengenai *postmodernisme* itu sendiri, oleh karena itu banyak definisi yang terdapat pada kata *postmodernisme* baik dalam arti kata maupun definisi yang dikemukakan oleh para ahli yang berbeda dan tidak jarang sangat bertentangan antara satu definisi dengan definisi lainnya.

Menurut Adian, kata “pos” pada *posmodernisme* sering dipahami sebagai “pasca”, “sesudah” dalam pengertian urutan waktu, suatu kemajuan melampaui modernisme.²⁹ Sementara itu, Jean Baudrillard mengartikan *postmodernisme* adalah era dimana berbagai perspektif media baru cenderung mengaburkan perbedaan tajam antara realitas dan fantasi sehingga meruntuhkan keyakinan kepada suatu realitas objektif.³⁰

Sejarah *postmodernisme* di Indonesia dimulai pada awal 1990 sebagai wacana dan perdebatan yang menarik. *Postmodernisme* menjadi fenomena yang banyak muncul mengisi kolom-kolom surat kabar. Pada realitasnya, *postmodernisme* telah hadir menjadi bagian masyarakat Indonesia yang muncul dalam bentuk beragam teknologi, teknologi informasi, seni, budaya

²⁹ Bungin, *Sosiologi Komunikasi ...*, p.11.

³⁰ Lubis, *Postmodernisme: Teori dan Metode ...*, p.20.

urban, dan gaya hidup. Globalisasi melahirkan kebudayaan massal dalam teknologi informasi, seni dan gaya hidup merambah sampai keseluruhan pelosok dunia termasuk Indonesia.

31

Sedangkan *post-modernitas* adalah sejarah baru yang dianggap telah menggantikan era modern atau modernitas. *Teori sosial post-modern* adalah cara berfikir baru tentang post-modernitas; dunia sudah demikian berbeda sehingga memerlukan cara berfikir yang sama sekali baru.

Untuk menyederhanakan hal tersebut akan dirangkum beberapa elemen kunci gambaran yang dikemukakan oleh Fredric Jameson seorang teoritis (ahli) post-modernitas, sebagai berikut:

1. Post-modernitas adalah sebuah dunia yang dangkal, dunia superfisial (misalnya hutan jelajah di Disneyland tidak sama dengan hutan lainnya).
2. Post-modernitas adalah dunia yang kekurangan hubungan kasih sayang dan emosi.

³¹ Refly, *Puisi-Puisi Puisi Rupa ...*, p.42.

3. Lenyapnya makna tempat seseorang dalam sejarah; sukar membedakan antara masa lalu, masa kini dan masa yang akan datang.
4. Modernitas ditandai dengan teknologi yang produktif, eksplosif dan meluas, misalnya perakitan mobil. Sedangkan post-modernitas didominasi oleh teknologi yang implosive, mendatar dan reproduktif, misalnya televisi.³²

Postmodernisme dan *postmodernitas* adalah dua hal yang berbeda namun saling berkaitan. *Postmodernisme* adalah zaman atau paham (*isme*) yang lebih merujuk kepada konsep berfikir. Sedangkan *postmodernitas* lebih merujuk kepada situasi dan kondisi sosial sebagai produk atau hasil dari zaman *postmodernisme* tersebut. Contoh dari *postmodernitas* adalah perkembangan teknologi informasi, globalisasi, dan lain sebagainya.

Pada bidang teknologi informasi, postmodern telah mengecilkan dunia hingga sebesar layar monitor, bahkan sebesar

³² George Ritzer, Douglas J. Goodman, *Teori Sosiologi Modern* (Jakarta: Kencana, 2007), p.105.

disket. Melalui internet kita dapat mengunjungi berbagai sudut dunia lewat layar monitor. Masyarakat ekonomi menengah keatas kini dapat berbelanja lewat internet layaknya mengunjungi pasar swalayan atau supermarket.

Menuru Mc Luhan teknologi modern yang mekanistik kini telah digantikan dengan teknologi postmodern yang serba digital. Komunikasi dapat dilakukan dimana saja dan kapan saja seperti kita sedang berkomunikasi langsung atau tatap muka dengan lawan bicara dengan menggunakan telepon kabel, *handphone*, serta melalui jaringan internet.³³

Sejalan dengan hal tersebut, pada era *postmodern* seperti ini kemudian melahirkan budaya massa yang dipengaruhi oleh budaya populer. Budaya populer atau yang biasa disebut dengan budaya pop yang berkembang saat ini adalah hasil dari kebudayaan yang bersifat tradisional namun ketika adanya campur tangan dari media massa sehingga budaya tersebut menjadi populer.

Kebudayaan populer banyak berkaitan dengan masalah keseharian yang dapat dinikmati oleh semua orang atau semua

³³ Refly, *Puisi-Puisi Puisi Rupa ...*, p.72.

kalangan seperti pementasan mega bintang, kendaraan pribadi, *fashion*, model rumah, perawatan tubuh dan semacamnya.

Budaya populer dalam bidang komunikasi dan teknologi informasi, contohnya seperti penggunaan alat-alat elektronik seperti radio, televisi dan *gadget*. Teknologi-teknologi tersebut memang sedang populer dikalangan remaja maupun dewasa, bahkan anak-anakpun sekarang sudah dapat menikmatinya.³⁴

D. Teori *Uses and Gratification* (Teori Penggunaan dan Kepuasan)

Keberagaman media dan program-program acara yang dimuat didalam media massa tersebut memang diakui dapat menjadi sebuah pilihan bagi khalayak untuk memenuhi kebutuhannya masing-masing. Televisi menyuguhkan berbagai jenis acara seperti berita, hiburan maupun siraman rohani dimaksudkan agar khalayak bebas memilih apa yang dia butuhkan dan apa yang dapat memuaskannya.

Dalam kaitannya dengan teori komunikasi massa, hal tersebut terdapat pada teori *uses and gratification*. Teori ini

³⁴ Bungin, *Sosiologi Komunikasi ...*, p.100.

memandang bahwa khalayak dianggap aktif dalam memilih media apa dan program apa yang digunakan sebagai alat pemuasan bagi dirinya. Teori ini digagas untuk pertama kalinya oleh Elihu Katz.

Model *uses and gratification* menunjukkan bahwa yang menjadi permasalahan utama bukanlah bagaimana media mengubah sikap dan perilaku khalayak, melainkan bagaimana media tersebut memenuhi kebutuhan pribadi maupun kebutuhan sosial khalayak itu.³⁵

Media cetak maupun media elektronik dituntut untuk mengemas program semenarik mungkin demi menarik perhatian khalayak. Khalayak berperan aktif memilih suatu media tertentu. Dalam pendekatan ini, dapat dipahami interaksi antara media dan khalayak melalui pemanfaatan media oleh khalayak serta gratifikasi atau kepuasan yang diperoleh. Gratifikasi ini pada umumnya adalah berupa perasaan memperoleh hiburan atau informasi dari media-media massa tertentu.³⁶

³⁵ Effendy, Ilmu, Teori . . . , p.289

³⁶ DeVito, Komunikasi Antarmanusia . . . , p.590

Dalam hal ini, terdapat sejumlah asumsi dasar yang menjadi inti gagasan teori penggunaan dan kepuasan sebagaimana dikemukakan oleh Katz, Blumler, dan Gurevitch (1974) yang mengembangkan teori ini. Mereka menyatakan ada lima asumsi dasar teori penggunaan dan kepuasan, yaitu:

1. Audien atau khalayak dipandang sebagai partisipan yang aktif dalam proses komunikasi, artinya sebagian penting dari penggunaan media masa diasumsikan mempunyai tujuan.
2. Dalam proses komunikasi massa banyak inisiatif, untuk mengaitkan pemuasan kebutuhan dengan pemilihan media ditentukan oleh audien sendiri.
3. Media massa harus bersaing dengan sumber kepuasan lain untuk memuaskan kebutuhan khalayak. Kebutuhan yang dipenuhi hanyalah bagian dari rentangan kebutuhan manusia yang lebih luas. Bagaimana kebutuhan ini terpenuhi melalui konsumsi media amat bergantung kepada perilaku khalayak yang bersangkutan.

4. Audien sadar terhadap ketertarikan, motif dan penggunaan media.
5. Penilaian isi media ditentukan oleh audien atau khalayak yang menggunakan media tersebut.³⁷

E. Generasi Z

Teori generasi (*generation theory*) muncul setelah perang dunia ke II, hal tersebut dimaksudkan untuk dapat membedakan antara generasi satu dengan yang lainnya berdasarkan tahun lahir atau usia, sifat dan interaksi sosial.

Generasi Z adalah mereka yang lahir antara tahun 1995 sampai dengan 2010. Mereka dianggap sebagai *New Silent Generation*. Generasi memiliki kemampuan yang tinggi dalam mengakses informasi dan banyak mengandalkan teknologi untuk berkomunikasi dan bersosialisasi. Salah satu perbedaan yang mencolok adalah mereka memiliki rasa ketertarikan kepada perangkat gadget pada saat usia yang masih sangat muda, kebanyakan menggunakan media sosial untuk berkomunikasi dan mereka sangat fasih dengan dunia maya.³⁸

³⁷ Jalaluddin Rakhmat, *Psikologi Komunikasi* (Bandung: PT Remaja Rosdakarya, 2012), p.203

³⁸ Petrus Hapi Witono, "Fenomena Internet Bagi Masyarakat Indonesia", *Jurnal Slideshare*, (3 Agustus 2015), p.5

Teknologi menjadi salah satu faktor terbesar mengapa Generasi Z memiliki kebiasaan yang begitu berbeda dari generasi-generasi sebelumnya. Maka, pendekatan ke generasi ini juga berbeda. Mempelajari pola keseharian mereka semacam menjadi keharusan tersendiri.

Generasi Z atau bisa disebut pula dengan Generasi Informasi (iGeneration) lahir dan dibesarkan di era serba digital dan teknologi yang canggih. Hal tersebut tentu saja berpengaruh terhadap perkembangan perilaku dan kepribadian mereka. Kiblat mereka adalah internet, sehingga memudahkan dalam mengakses informasi yang kekinian. Sisi positif dari karakteristik generasi ini adalah mereka sangat fasih dengan teknologi digital.

Menurut Elizabeth T. Santosa dalam bukunya yang berjudul "*Raising Children In Digital Era*" menyebutkan bahwa generasi Z atau generasi Net adalah generasi yang lahir setelah tahun 1995, atau lebih tepatnya setelah tahun 2000. Generasi ini lahir saat internet mulai masuk dan berkembang pesat dalam kehidupan manusia. Generasi ini tidak mengenal masa saat telepon genggam belum diproduksi, saat mayoritas mainan sehari-hari masih tradisional.

Sedangkan menurut Chou P., istilah generasi Z atau yang kemudian banyak dikenal dengan generasi digital merupakan generasi muda yang tumbuh dan berkembang dengan sebuah ketergantungan yang besar pada teknologi digital.³⁹

³⁹ Dyah Puspita Rini, Skripsi “Pengaruh Karakter Generasi Z Dan Peran Guru Dalam Pembelajaran Terhadap Motivasi Belajar Akuntansi Siswa Kelas X Akuntansi SMK Negeri 1 Godean Tahun Ajaran 2015/2016”, 2016, p.21