



Kata Pengantar : Dr. Elvinaro Ardianto
Editor : Fajar Junaedi

Komunikasi 2.0

Teoritisasi dan Implikasi

Daftar Isi

Pengantar Editor	vii
Kata Pengantar	
“Media Jejaring Sosial dari Perspektif Komunikasi dan Kualifikasi Sarjana Komunikasi dalam Teknologi Komunikasi”	
<i>Dr. Elvinaro Ardianto, M.Si</i>	xi
Daftar Isi	xxvii

Bagian 1.

Perspektif Teoritis Jejaring Sosial atau Media Sosial

Isu-isu Teoritis Media Sosial

Turnomo Rahardjo2

Implikasi Media Sosial pada Perkembangan Ilmu
Komunikasi

Hedi Pudjo Santosa29

Media Sosial, *New Media* dan Gender dalam Pusaran
Teori Komunikasi

Prahastiwati Utari.....49

Teoritisasi Baru Pornografi: Pornografi 2.0

Fajar Junaedi61

Bagian 2.

**Praktek Media Sosial dalam Perspektif
Ilmu Komunikasi**

Media Sosial dan Presentasi Diri <i>Jandy E. Luik</i>	108
Teknologi Media Baru dan Interaksi Sosial Antar Manusia <i>Ezmieralda Melissa dan Anis Hamidati</i>	130
Duniaku, Dunia Facebook (Kajian terhadap Remaja Facebooker) <i>Dyah Ayu Retno W. dan Sarah R. Tambunan</i>	157
Peran Media Online dalam Membentuk Opini Publik pada Kasus Arga Tirta Kirana <i>Dewi Kartika Sari</i>	174
Media Sosial; Agen Konstruksi <i>Trust</i> dalam Hubungan Sosial <i>Arief Fajar</i>	195
Media Sosial dan Perubahan Budaya <i>Rini Darmastuti</i>	208
Tentang Penulis	229

Isu-isu Teoritis Media Sosial

Turnomo Rahardjo

A. Pengantar

1. Media Sosial (Adi Ekopriyono, Wartawan *Suara Merdeka*, 4 Pebruari 2011).

Rezim yang berkuasa di Mesir, 27 Januari 2011 memblokir media sosial seperti *Facebook* dan *Twitter*, bahkan memutus semua akses Internet untuk mencegah meluasnya demonstrasi besar-besaran. Tindakan preventif itu ternyata gagal, demo besar pecah lagi secara serentak di hampir seluruh penjuru Mesir menuntut Hosni Mubarak mundur.

Langkah rezim Mubarak ini menggambarkan **betapa dahsyat pengaruh media sosial dalam menggerakkan massa**. Mubarak tidak ingin mengulang kejadian di Tunisia sekaligus ingin mengadopsi langkah-langkah China dan Iran dalam membendung gerakan populer yang dibantu oleh media sosial.

Aktivis dan kubu oposisi mudah memobilisasi massa dan mengkoordinasikan gerakan unjuk rasa melalui akun *Facebook* dan *Twitter*. Jaringan sosial itu bisa menjadi media alternatif dengan menayangkan video-video bentrokan yang segera tersebar ke seluruh dunia melalui laman *YouTube* dan *Blog*. Dengan sangat cepat ratusan ribu kaum muda di Negeri Piramida itu mengakses grup-grup yang ada di media sosial tersebut. Terbangunlah solidaritas sosial untuk menentang penguasa.

Kejadian di Mesir itu membuktikan **terjadinya pergeseran pengaruh media**, dari media massa ke media

sosial; dari media cetak dan media elektronik ke media digital; dari media yang lahir dari dunia nyata ke media yang lahir dari dunia maya.

2. Eksekutif Google Dorong Demonstrasi (Musthafa Abd Rahman, Wartawan *Kompas*, 10 Pebruari 2011).

Eksekutif Google di Mesir, Wael Ghonim (32 tahun), bak pahlawan nasional di mata para pemuda. Ia dibebaskan pemerintah, Senin 7 Pebruari 2011. Ia ditahan dengan tuduhan mengerakkan massa pada 25 Januari 2011 lalu untuk menjungkalkan Presiden Hosni Mubarak melalui *facebook*.

"Bukan Ikhwanul Muslimin, tetapi para 'pemuda *facebook*' yang menggerakkan aksi protes. Saya menyebutnya **revolusi facebook**, tetapi sekarang mengubahnya menjadi revolusi rakyat Mesir", kata Ghonim.

3. Media Berubah Drastis, Kroni Mubarak Diadili (Musthafa Abd Rahman, Wartawan *Kompas*, 14 Pebruari 2011).

Nada pemberitaan di semua media massa cetak dan non cetak Mesir berubah 180 derajat. Media cetak seperti *Al Ahram*, *Al Akhbar*, dan *Al Jumhuriyah*, serta stasiun televisi Mesir yang semula mendukung Hosni Mubarak kini mendukung penjungkalan Mubarak dari takhta kepresidenan.

Media massa semula menyebut para pengunjung rasa sebagai segelintir pengecut dan menjadi antek-antek asing. Media massa tadinya menyepelkan kekuatan demonstrasi dan sibuk menampilkan keindahan alam Mesir. Pemimpin Umum *Al Ahram*, Abdul Mun'im Said yang selalu membela rezim Mubarak berbalik dengan memuji eksekutif Google, Wael Ghonim yang menyerukan revolusi pemuda.

Para karyawan televisi dan radio di Mesir menggelar unjuk rasa memprotes liputan radio dan televisi yang sangat buruk soal revolusi Mesir.

4. Pahlawan yang Menyulut Revolusi Arab (Musthafa Abd Rahman, Wartawan *Kompas*, 25 Pebruari, 2011).

Revolusi Tunisia melahirkan tokoh pahlawan seorang pedagang asongan, Mohamed Bouazizi, yang membakar dirinya 17 Desember 2010 lalu. Ia nekat bunuh diri ketika polisi menyita dagangannya berupa buah-buahan dan sayur-sayuran yang menjadi satu-satunya gantungan hidupnya. Aksi Bouazizi itu meletupkan intifadah rakyat kecil di Provinsi Sidi Bouzid, lalu segera menjalar ke seantero negeri Tunisia.

Revolusi Mesir memunculkan Khaled Said, pahlawan berusia 28 tahun yang diambil secara paksa oleh aparat keamanan dari sebuah warung internet di Kota Alexandria, Juni tahun lalu. Said dituduh membongkar borok rezim Mubarak di jejaring sosial, seperti facebook dan twitter. Ia pun tewas akibat siksaan aparat keamanan.

Khaled said kemudian menjadi nama alamat akun *Facebook* para pemuda Mesir yang membakar semangat rakyat negeri itu untuk turun ke jalan melawan rezim otoriter Presiden Hosni Mubarak.

5. Setelah Revolusi Tunisia dan Mesir (Opini, Majalah Berita Mingguan *Tempo*, Edisi 21-27 Pebruari 2011).

Dibutuhkan waktu dua pekan untuk memaksa Hosni Mubarak yang sudah berkuasa 31 tahun, mengundurkan diri. Warga Mesir menyebut pengarang Revolusi Yasmin di Tunisia sebagai *Efek Tunisami*. Efek Tunisami ini seolah memberi kesadaran tentang beberapa hal.

Pertama, untuk mengganti kepemimpinan dikatator, tak perlu menanti serangan Amerika Serikat, tetapi cukup dengan demonstrasi masyarakat yang sudah di bawah tekanan pemerintahan otoriter selama puluhan tahun. *Kedua*, sesuatu yang tak dialami para demonstran di Filipina (1986), Cina (1989), dan Indonesia (1998), masyarakat "bersenjatakan" media sosial seperti *Twitter* dan *Facebook* sebagai pemersatu.

Jika mencermati fenomena di atas terkait dengan peran dan kontribusi yang diberikan oleh media baru (*new media*) atau yang lebih populer dikenal sebagai media jejaring sosial di atas, maka beberapa pertanyaan akan bisa diajukan.

- Benarkah media sosial memiliki dampak yang sangat kuat (*powerful effect*) terhadap masyarakat atau publik?
- Apakah media sosial lebih memiliki kredibilitas di mata publik ketimbang media konvensional, ketika (dalam contoh kasus krisis politik di Mesir) media konvensional mengkonstruksikan realitas dengan bertindak partisan karena lebih menyuarakan kepentingan rezim yang berkuasa daripada berpihak kepada kepentingan rakyat?
- Apakah media sosial bisa lebih berfungsi sebagai ruang publik yang sebenarnya (*the real public sphere*), sebuah arena terbuka yang memungkinkan berlangsungnya percakapan publik, debat, pertukaran gagasan, serta memungkinkan warga mengekspresikan pandangan-pandangan mereka dan berkomunikasi satu sama lain?
- Apakah media sosial lebih mampu menciptakan integrasi sosial terkait dengan isu-isu yang menjadi perbincangan publik?

Dalam hal yang terkait dengan isu-isu teoritik, kehadiran media sosial dapat menstimuli munculnya beberapa pertanyaan sebagai berikut:

- a. Apakah akan muncul implikasi teoritis terkait dengan keberadaan media sosial? Dalam arti, apakah *Medium Theory*, *Media Ecology Theory* dan *New Media Theory* yang selama ini menjadi rujukan dalam memahami fenomena hadirnya media baru masih relevan untuk memberikan penjelasan teoritik tentang keberadaan media sosial?
- b. Apakah telah terjadi perubahan mendasar dalam perilaku komunikasi terkait dengan keberadaan media sosial, sehingga menuntut perlunya *inquiry process* untuk menghasilkan teori baru?

Makalah ini akan memfokuskan pada diskusi tentang isu-isu teoritik terkait dengan kehadiran media baru sebagai akibat dari perkembangan teknologi informasi dan komunikasi yang secara langsung maupun tidak langsung akan berpengaruh terhadap keberadaan media konvensional.

B. Karakteristik Media Baru

Keberadaan media baru tidak bisa dilepaskan dari perkembangan teknologi dan komunikasi yang begitu pesat. Internet sebagai sebuah produk teknologi komunikasi, meski sudah berkembang beberapa puluh tahun yang lalu, namun masih menjadi perbincangan publik hingga sekarang. Publik tidak hanya membicarakan "kekuatan" Internet, tetapi juga dampak negatif yang menyertainya.

Teknologi komunikasi adalah peralatan yang berbentuk piranti keras, struktur organisasi, dan nilai-nilai sosial yang dapat dimanfaatkan oleh individu untuk mengumpulkan,

memproses, dan mempertukarkan informasi dengan individu lain (Rogers, 1986: 2-3). Dari asal katanya, teknologi berasal dari bahasa Latin "texere" yang berarti menyusun atau membangun, sehingga teknologi tidak seharusnya dibatasi pada penggunaan mesin-mesin saja. Teknologi merupakan sebuah disain untuk tindakan instrumental yang berfungsi mengurangi "ketidakpastian" dalam hubungan sebab-akibat yang mungkin terjadi dalam upaya pencapaian hasil yang diharapkan. Sebuah teknologi biasanya mempunyai aspek piranti keras (materi atau obyek-obyek fisik) dan aspek piranti lunak yang berisi *information base* untuk piranti keras.

Selama tahun 1980an, teknologi komunikasi menjadi elemen yang penting, karena memudahkan orang untuk mempertukarkan informasi pada basis "*many-to-many*" melalui sistem komunikasi yang berbasis pada komputer. Kita dapat menyebutnya sebagai "teknologi komunikasi baru", "media baru", atau "komunikasi interaktif". Hal yang paling terlihat dari keberadaan teknologi komunikasi baru adalah bahwa ia merubah ciri atau karakteristik komunikasi antarmanusia pada tataran yang paling mendasar. Perubahan karakteristik komunikasi antarmanusia tersebut dapat dilihat dari sifat (*nature*) teknologi komunikasi baru tersebut.

Rogers (1986: 4-5) menguraikan tiga ciri utama yang menandai kehadiran teknologi komunikasi baru, yaitu *interactivity*, *de-massification*, dan *asynchronous*. *Interactivity* merupakan kemampuan sistem komunikasi baru (biasanya berisi sebuah komputer sebagai komponennya) untuk berbicara balik, *talk back*, kepada penggunanya, hampir seperti seorang individu yang berpartisipasi dalam sebuah percakapan. Dalam ungkapan yang lain, media baru memiliki sifat interaktif yang tingkatannya mendekati sifat

interaktif pada komunikasi antarpribadi secara tatap muka. Media komunikasi yang interaktif ini memungkinkan para partisipannya dapat berkomunikasi secara lebih akurat, lebih efektif, dan lebih memuaskan.

Sifat kedua dari teknologi komunikasi baru adalah *de-massification* atau tidak bersifat massal. Maksudnya, suatu pesan khusus dapat dipertukarkan secara individual diantara para partisipan yang terlibat dalam jumlah yang besar. *De-massification* ini juga bermakna bahwa kontrol atau pengendalian sistem komunikasi massa biasanya berpindah dari produsen pesan kepada konsumen media.

Ciri yang ketiga dari teknologi komunikasi baru adalah *asynchronous*. Karakteristik ini bermakna bahwa teknologi komunikasi baru mempunyai kemampuan untuk mengirimkan dan menerima pesan pada waktu-waktu yang dikehendaki oleh setiap individu peserta.

Dalam relasi antara keberadaan media dan kemajuan teknologi, terdapat beberapa proposisi utama dalam determinisme teknologi media (McQuail, 2010: 103), yaitu:

1. Teknologi komunikasi merupakan hal yang fundamental terhadap masyarakat.
2. Masing-masing teknologi memiliki bias terhadap bentuk-bentuk komunikasi, isi, dan penggunaannya.
3. Rangkaian penemuan dan penerapan teknologi komunikasi mempengaruhi arah dan kecepatan perubahan sosial.
4. Revolusi komunikasi akan mengarah pada revolusi sosial.

Teknologi komunikasi baru dengan tiga karakteristik utamanya tersebut memiliki dampak yang sangat kuat terhadap sifat penelitian ilmiah tentang komunikasi

antarmanusia (*human communication*). Sekarang dengan hadirnya '*machine-assisted interpersonal communication*', dikotomi antara komunikasi antarpribadi (*interpersonal communication*) dengan komunikasi massa (*mass communication*) perlu untuk dipertanyakan kembali.

C. Sejarah Perkembangan Teknologi Komunikasi dan Teori Komunikasi

Rogers (1986: 24), secara sistematis membagi empat masa/era dalam evolusi komunikasi antarmanusia, yaitu era komunikasi tulisan (*writing*), era komunikasi cetakan (*printing*), era telekomunikasi, dan era komunikasi interaktif.

Era komunikasi tulisan ditandai oleh tulisan bangsa Sumeria pada lembaran yang terbuat dari tanah liat. Kemudian pada era komunikasi cetakan dicirikan oleh Kitab Injil Gutenberg yang dicetak dengan *hand press* sampai metoda fotografi praktis untuk surat kabar yang dikembangkan oleh Daguerre. Dalam era telekomunikasi (mulai tahun 1844), diawali oleh Samuel Morse ketika ia mengirimkan pesan telegramnya yang pertama sampai ditemukannya siaran televisi komersial yang pertama pada tahun 1941. Pada era komunikasi interaktif (mulai tahun 1946), produk teknologi yang diciptakan adalah *mainframe computer* yang pertama di Universitas Pennsylvania hingga sistem jaringan antarkomputer yang lebih dikenal dengan Internet.

Evolusi dari perkembangan teknologi komunikasi tersebut secara langsung maupun tidak langsung membawa implikasi pada perspektif teoritis dalam ilmu komunikasi itu sendiri. Ruben & Stewart (2006: 21) memilah perspektif teoritis komunikasi ke dalam enam masa, yaitu 1) masa awal studi komunikasi (*early communication study*), 2) masa

pengembangan bidang ujaran dan jurnalisme (*development of speech and journalism*) 1900an-1930an, 3) masa pertumbuhan antardisiplin ilmu (*interdisciplinary growth*) 1940an dan 1950an, 4) masa integrasi (*integration*) 1960an, 5) masa pertumbuhan dan spesialisasi (*growth and specialization*) 1970an dan 1980an, dan 6) abad informasi (*the information age*) 1980an dan 1990an.

Masa awal studi komunikasi ditandai oleh berkembangnya bidang retorika dan ujaran di Yunani, serta bidang jurnalistik. Contoh teori komunikasi yang dihasilkan pada masa itu adalah Model Aristoteles tentang *Speaker - Argument - Speech - Listener (s)*. Sedangkan di bidang jurnalistik adalah munculnya surat kabar pertama yang modern pada tahun 1690 di Boston, Amerika Serikat.

Pada masa pengembangan bidang ujaran dan jurnalistik (1900an-1930an), karakteristik yang menandainya adalah berdirinya lembaga-lembaga di bidang-bidang tersebut, seperti misalnya *the Eastern States Speech Association* (1909) yang sekarang menjadi *the Eastern Communication Association*; *The National Association of Academic Teachers of Public Speaking* yang berubah menjadi *the Speech Association of America and the Speech Communication Association* dan sekarang menjadi *the National Communication Association* yang berdiri pada tahun 1914. *The Quarterly Journal of Public Speaking* pertama kali diterbitkan pada tahun 1915 dan segera diikuti oleh *the Quarterly Journal of Speech*. Pada tahun 1934, *Communication Monographs* mulai dipublikasikan.

Era yang ketiga, pertumbuhan antardisiplin ilmu (1940an-1950an), lingkup bidang komunikasi meluas secara substansial. Sejumlah ilmuwan dari beragam disiplin ilmu perilaku dan sosial mulai mengembangkan teori-teori komunikasi. Pemikiran teoritik yang dihasilkan pada waktu

itu misalnya model yang diciptakan oleh seorang ilmuwan politik Harold D. Lasswell: *Who Says What To Whom In Which Channel With What Effect*. Ilmuwan politik lainnya Elihu Katz dan Paul Lazarsfeld menghasilkan model *Two Step Flow of Communication*. Selain itu, Shannon dan Weaver mempublikasikan hasil penelitiannya mengenai persoalan-persoalan teknis dalam transmisi sinyal. Pada akhir tahun 1950an, sejumlah tulisan muncul dengan penekanan pada pengembangan pandangan-pandangan komunikasi yang lebih terintegrasi. Selama tahun-tahun tersebut, berdiri *the National Society for the Study of Communication* (sekarang *the International Communication Association*) dengan tujuan yang dinyatakan: menyatukan studi komunikasi melalui eksplorasi hubungan diantara ujaran, bahasa, dan media.

Dalam masa integrasi (tahun 1960an), para ilmuwan mensintesisakan pemikiran dari retorika dan ujaran, jurnalisme dan media massa, dan disiplin ilmu sosial lainnya. Contoh nyata dari teori komunikasi pada masa integrasi adalah Model SMCR (*Source, Message, Channel, Receiver*) karya David Berlo. Model ini tidak saja menekankan pada gagasan bahwa komunikasi merupakan suatu proses, tetapi komunikasi juga memusatkan perhatiannya pada gagasan '*meaning are in people, not words*'. Selain itu, pada masa integrasi ini juga dihasilkan Model *A Helical-Spiral View of Communication* dari Frank Dance. Kontribusi berharga pada masa integrasi adalah terbitnya buku-buku inovatif seperti misalnya *The Process of Communication* (1960), *The Effects of Mass Communication* (1960), *On Human Communication* (1961), *Diffusion of Innovation* (1962), *The Science of Human Communication* (1963), *Understanding Media* (1964), dan *Theories of Mass Communication* (1966).

Masa yang kelima adalah era pertumbuhan dan

spesialisasi yang terjadi di sekitar tahun 1970an dan awal 1980an. Masa ini ditandai dengan berkembangnya studi-studi tentang komunikasi antarpribadi, interaksi non verbal, informasi dan sistem komunikasi. Selain itu, masa ini juga ditandai dengan maraknya kajian-kajian tentang komunikasi kelompok, komunikasi organisasi, komunikasi politik, komunikasi internasional, dan komunikasi antarbudaya. Hal lain yang menonjol pada masa itu adalah meningkatnya publikasi buku-buku dan jurnal-jurnal komunikasi. Kurikulum universitas juga mengalami perubahan, sejumlah departemen komunikasi baru didirikan sepanjang tahun 1970an. Beberapa program di bidang ujaran (*speech*) dirubah namanya menjadi *speech communication* atau *communication*. Demikian pula di beberapa departemen jurnalisme. Terjadi peralihan dari *journalism* menjadi *mass communication* atau *communications*.

Era berikutnya adalah Abad Informasi (akhir 1980an dan 1990an). Abad Informasi merupakan sebuah istilah populer yang dipakai untuk merujuk periode permulaan pada akhir tahun 1990an dan berlanjut hingga sekarang. Abad Informasi adalah sebuah periode dimana komunikasi dan teknologi informasi menjalankan peran penting dalam masyarakat. Masa ini antara lain ditandai dengan diperlakukannya informasi sebagai komoditi, sesuatu yang dapat diperjualbelikan, dan dalam konteks teknologi, komoditi (informasi) tersebut diciptakan, didistribusikan, disimpan, dikeluarkan kembali, dan digunakan.

Evolusi teori komunikasi sebagai akibat langsung maupun tidak langsung dari perkembangan teknologi komunikasi membawa perubahan-perubahan sebagai berikut:

1. Dari pemusatan pada sumber dan pesan menuju pemusatan pada penerima dan makna.

2. Dari arus komunikasi satu arah menuju arus sirkuler atau spiral.
3. Dari tindak komunikasi yang statis menuju tindak komunikasi yang berorientasi pada proses.
4. Dari sebuah penekanan yang eksklusif mengenai transmisi informasi menuju penekanan pada interpretasi.
5. Dari *public speaking* menuju sebuah kerangka yang memperhatikan komunikasi dalam beragam konteks: antarpribadi, kelompok, organisasi, masyarakat, dan media.

D. Landasan Teoritik untuk Memahami Media Baru

Kehadiran jenis-jenis media baru telah memperluas dan merubah keseluruhan spektrum dari kemungkinan-kemungkinan sosio-teknologi terhadap komunikasi publik. Media Sosial seperti *Facebook* dan *Twitter* merupakan jenis-jenis media baru yang termasuk dalam kategori *online media*. Jenis-jenis media baru ini memungkinkan orang bisa berbicara, berpartisipasi, berbagi, dan menciptakan jejaring secara *online*. Tindak komunikasi melalui media sosial secara intensif dapat dilakukan diantara penggunanya. Indonesia adalah negara ketiga terbesar setelah AS dan India yang warganya menggunakan *Facebook* sebagai medium untuk berkomunikasi. Disamping tindak komunikasi yang berlangsung secara intensif, pengguna juga cenderung berkomunikasi secara ekspresif. Orang bisa merasa lebih nyaman dan terbuka serta kemungkinan lebih jujur dalam menyampaikan pesan-pesan yang ingin dipertukarkan dengan orang lain. Melalui media sosial, aktivitas pengungkapan diri (*self-disclosure*) dapat dilakukan hampir tanpa hambatan psikologis, bahkan mungkin proses penetrasi sosial seperti layaknya dalam jalinan komunikasi antarpribadi, dari tahapan *orientation*

menuju *stable exchange* bisa berjalan dengan intensif. Tidak bisa dipungkiri bahwa komunikasi melalui media sosial telah memungkinkan warga dapat menciptakan solidaritas sosial, sebagaimana yang terjadi di negara kita beberapa waktu yang lalu (*Koin untuk Prita Mulyasari dan Koin untuk Bilqis*), meskipun dampak negatif dari pemanfaatan media sosial juga tidak bisa dihindari.

Dalam catatan McQuail (2010: 141), ada perubahan-perubahan penting yang berhubungan dengan munculnya media baru, yaitu:

1. Digitalisasi dan konvergensi semua aspek dari media.
2. Interaktivitas dan konektivitas jejaring yang meningkat.
3. Mobilitas dan delokasi pengiriman dan penerimaan (pesan).
4. Adaptasi publikasi dan peran-peran khalayak.
5. Munculnya beragam bentuk baru dari media 'gateway', yaitu pintu masuk untuk mengakses informasi pada Web atau untuk mengakses Web itu sendiri.
6. Fragmentasi dan kaburnya 'institusi media'.

McQuail (2010: 144) juga menguraikan ciri-ciri utama yang menandai perbedaan antara media baru dengan media lama (konvensional) berdasarkan perspektif pengguna, yaitu:

1. **Interactivity**: diindikasikan oleh rasio respon atau inisiatif dari pengguna terhadap 'tawaran' dari sumber/pengirim (pesan).
2. **Social presence (sociability)**: dialami oleh pengguna, *sense of personal contact* dengan orang lain dapat diciptakan melalui penggunaan sebuah medium. **Media richness**: media (baru) dapat menjembatani adanya perbedaan

kerangka referensi, mengurangi ambiguitas, memberikan isyarat-isyarat, lebih peka dan lebih personal.

3. **Autonomy**: seorang pengguna merasa dapat mengendalikan isi dan menggunakannya dan bersikap independen terhadap sumber.
4. **Playfulness**: digunakan untuk hiburan dan kenikmatan.
5. **Privacy**: diasosiasikan dengan penggunaan medium dan/atau isi yang dipilih.
6. **Personalization**: tingkatan dimana isi dan penggunaan media bersifat personal dan unik.

Kajian tentang media baru dapat ditelusuri dari gagasan-gagasan teoritik yang sudah ada sebelumnya, yaitu *Medium Theory*, *Media Ecology Theory*, dan *New Media Theory*. Dalam peta teori media massa (Littlejohn & Foss, 2008: 289-293), *Medium Theory* hasil pemikiran dari Marshall McLuhan merupakan teori yang berada dalam tradisi sosiokultural (komunikasi sebagai penciptaan dan penggambaran realitas sosial). Tradisi ini lebih memfokuskan pada pola-pola interaksi antar orang daripada karakteristik-karakteristik individual. Interaksi yang dimaksud adalah proses dan situs dimana makna, peran, aturan, dan nilai-nilai kultural diupayakan. Para peneliti dalam tradisi ini berkeinginan untuk memahami cara-cara orang secara bersama-sama menciptakan realitas dalam kelompok sosial, organisasi, dan budaya mereka (Littlejohn & Foss, 2008: 44). Tradisi sosiokultural didasarkan pada premis, ketika orang berbicara, maka pada dasarnya mereka sedang memproduksi dan mereproduksi budaya. Kata-kata merefleksikan apa yang sebenarnya ada (Griffin, 2006: 28).

McLuhan (dalam Littlejohn & Foss, 2008: 290) mengawali pemikirannya dengan mengajukan sebuah tesis: media, terlepas dari apa pun isi yang disampaikan, akan berdampak terhadap individu-individu dan masyarakat. Gagasan ini dalam beragam bentuknya adalah apa yang dimaksudkan sebagai "*medium theory*". Televisi mempengaruhi kita tanpa memandang apa yang kita tonton. Internet mempengaruhi masyarakat tanpa memperhatikan situs-situs apa yang mereka kunjungi. Pemikiran McLuhan sangat dipengaruhi oleh mentornya, Harold Adam Innis. Ia mengajarkan bahwa media komunikasi adalah esensi dari peradaban dan sejarah itu diarahkan oleh media yang menonjol (media utama) pada setiap masanya. Bagi McLuhan dan Innis, media adalah perluasan dari pikiran manusia, sehingga media yang menonjol memiliki bias pada setiap periode sejarah.

Pemikiran konseptual yang mencoba untuk mengembangkan gagasan McLuhan dan Innis dilakukan oleh Donald Ellis. Ia menyajikan seperangkat proposisi yang merepresentasikan sebuah perspektif kontemporer tentang gagasan-gagasan dasar dari Innis dan McLuhan. Ellis menegaskan bahwa media yang menonjol pada suatu masa akan membentuk perilaku dan pikiran. Ketika media berubah, maka akan merubah pula cara-cara orang dalam berpikir, mengelola informasi, dan berhubungan dengan orang lain. Ada perbedaan yang tajam diantara media lisan, tertulis, dan elektronik. Masing-masing mempunyai efek yang berbeda dalam konteks bagaimana kita berinteraksi dengan setiap medium.

Gagasan teoritik lain yang terkait dengan kehadiran media baru adalah *Media Ecology Theory*, sebuah pemikiran teoritik hasil dari studi yang dilakukan oleh McLuhan (West & Turner, 2007: 461-462). Secara sekilas teori ini

menjelaskan bahwa masyarakat telah berevolusi, begitu juga dengan teknologi. Mulai dari abjad hingga Internet, kita telah dipengaruhi oleh dan mempengaruhi media elektronik. Dengan perkataan lain, *the medium is the message*. Hukum-hukum media menunjukkan bahwa teknologi mempengaruhi komunikasi melalui teknologi baru. *Media Ecology Theory* memusatkan perhatian pada prinsip-prinsip bahwa masyarakat tidak dapat melarikan diri dari pengaruh teknologi dan bahwa teknologi akan tetap menjadi pusat bagi semua bidang profesi dan kehidupan.

Pengaruh teknologi media terhadap masyarakat merupakan gagasan utama dari *Media Ecology Theory*. Terdapat beberapa asumsi yang mbingkai teori ini, yaitu:

1. Media melingkupi setiap tindakan dalam masyarakat.
2. Media memperbaiki persepsi kita dan mengorganisasikan pengalaman kita.
3. Media mengikat dunia bersama-sama.

Gagasan McLuhan yang tercermin dalam *Classical Medium Theory* menstimulasi lahirnya pemikiran baru yang dikenal dengan *New Media Theory*. Pada tahun 1990, Mark Poster menerbitkan buku yang berjudul "*The Second Media Age*" yang menegaskan periode baru dimana teknologi interaktif dan komunikasi jejaring, khususnya Internet, akan merubah masyarakat. Gagasan *the second media age* yang telah dikembangkan sejak tahun 1980an menandai perubahan-perubahan penting dalam *media theory* (Littlejohn & Foss, 2008: 291). *Pertama*, hilangnya konsep "media" dari komunikasi "massa" menuju beragam media yang berjenjang dari sangat luas ke media personal. *Kedua*, konsep tersebut mengarahkan perhatian kita kepada bentuk-bentuk media

baru yang dapat berjenjang dari informasi dan pengetahuan individual hingga interaksi. Ketiga, tesis dari *the second media age* membawa *medium theory* yang relatif tidak dikenal pada tahun 1960an menuju popularitas yang dibarukan pada tahun 1990an.

Poster dalam pemikiran teoritiknya menguraikan perbedaan-perbedaan karakteristik *the first media age* dan *the second media age* seperti yang terangkum dalam tabel berikut.

Tabel 1

Perbedaan Karakteristik *The First Media Age* dan *The Second Media Age*

<i>The First Media Age</i>	<i>The Second Media Age</i>
Produksi yang tersentralisasi (<i>one to many</i>)	Desentralisasi
Komunikasi satu arah	Dua arah
Dalam kondisi mengendalikan	Tidak dalam kondisi mengendalikan
Reproduksi stratifikasi sosial dan ketidaksetaraan melalui media	Demokratisasi
Khalayak massa yang terfragmentasi	Mempromosikan kesadaran individual
Membentuk kesadaran sosial	Berorientasi secara individual

Tema-tema yang dibahas dalam *New Media Theory* mencakup beberapa bidang, yaitu kekuasaan dan ketidaksetaraan, integrasi sosial dan identitas, dan perubahan sosial dan pembangunan (McQuail, 2010: 141).

Dalam konteks kekuasaan (*power*), sulit untuk menempatkan media baru dalam hubungannya dengan kepemilikan dan penerapan kekuasaan. Media baru tidak secara jelas diidentifikasi dalam konteks kepemilikan, bukan pula akses yang dimonopoli. Arus komunikasi tidak berasal

dari "puncak" atau "pusat" masyarakat. Pemerintah dan hukum tidak mengontrol Internet dalam suatu cara yang bersifat hierarkis seperti yang dilakukan terhadap "media" lama. Dalam hubungannya dengan integrasi dan identitas, pertanyaan yang muncul adalah apakah media baru merupakan kekuatan untuk memecahbelah (*fragmentation*) atau menyatukan (*cohesion*) masyarakat? Sedangkan dalam konteks perubahan sosial, media baru yang berpotensi sebagai agen perubahan ekonomi atau sosial yang direncanakan perlu dipertimbangkan kembali. Dalam pandangan pertama, ada perbedaan besar antara media massa yang dapat secara sistematis diterapkan untuk tujuan-tujuan pembangunan yang direncanakan melalui informasi dan persuasi massa (seperti misalnya dalam kampanye-kampanye kesehatan, kependudukan, dan inovasi teknologi) dengan penggunaan cara-cara yang sifatnya *open-ended* dan *non purposive* sebagai tipikal dari teknologi baru. Hilangnya arah dan kontrol terhadap isi oleh pengirim (pesan) menjadi krusial.

New Media Theory juga memberikan penjelasan tentang 2 (dua) pandangan dominan tentang perbedaan-perbedaan antara *the first media age* yang menekankan pada siaran (*broadcast*) dengan *the second media age* yang menekankan pada jejaring (*networks*). Kedua pandangan tersebut adalah pendekatan interaksi sosial dan pendekatan integrasi sosial (Littlejohn & Foss, 2008: 292-293).

Pendekatan interaksi sosial membedakan media dalam konteks seberapa dekat dengan model interaksi tatap muka. Bentuk-bentuk media yang berorientasi siaran menekankan pada transmisi informasi, sehingga mengurangi kemungkinan terjadinya interaksi. Sebaliknya, media baru bersifat lebih interaktif dan menciptakan komunikasi yang

lebih pribadi. Pandangan ini didukung oleh Pierre Levy, penulis buku "Cyberculture". Ia melihat *the World Wide Web* (WWW) sebagai ruang terbuka, luwes, dan lingkungan informasi yang dinamis. WWW memungkinkan orang untuk mengembangkan orientasi baru terhadap pengetahuan dan karenanya terikat dalam suasana yang lebih interaktif, berbasis komunitas, lingkungan yang demokratis untuk berbagi dan memberdayakan. Internet menyediakan tempat-tempat pertemuan virtual yang bisa memperluas lingkungan sosial, menciptakan kemungkinan-kemungkinan baru terhadap pengetahuan, dan memberikan tempat berbagi perspektif yang bersifat global.

Media baru sudah barang tentu tidak sama dengan interaksi tatap muka, namun media baru memberikan bentuk-bentuk baru dalam interaksi yang membawa orang kembali ke dalam kontak pribadi dalam cara-cara yang tidak dapat dilakukan oleh media konvensional. Ada persoalan dalam mencoba membuat komparasi antara media baru dengan media konvensional. Sebagian pihak meyakini bahwa media baru lebih "mediated". Media baru juga berisi kekuatan sekaligus keterbatasan, kerugian dan manfaat, dan dilema. Misalnya, media baru memberikan keterbukaan dan fleksibilitas, namun juga dapat mengarah pada kekacauan. Media baru merupakan pilihan yang luas, namun pilihan tidak selalu memiliki mutu yang baik ketika orang membutuhkan struktur dan panduan. Keragaman merupakan salah satu nilai yang besar dari media baru, tetapi juga dapat mengarah pada pembagian dan pemisahan. Media baru memungkinkan orang luwes dalam menggunakan waktu, tetapi juga menciptakan permintaan waktu yang baru.

Cara kedua dimana media dibedakan ada dalam

konteks integrasi sosial. Pendekatan ini mencirikan media bukan dalam konteks informasi, interaksi, atau diseminasi, tetapi dalam konteks ritual: bagaimana orang menggunakan media sebagai sebuah cara untuk menciptakan komunitas. Media bukan sebuah instrumen informasi bukan pula sarana untuk pencapaian kepentingan diri, tetapi memungkinkan kita untuk bersama-sama berada dalam beberapa bentuk komunitas dan menawarkan rasa ikut memiliki. Ini terjadi melalui penggunaan media sebagai ritual yang dipertukarkan yang melibatkan atau tidak melibatkan interaksi yang sebenarnya. Kita menggunakan media baru sebagai jenis dari ritual yang dipertukarkan yang membuat kita merasa menjadi bagian dari sesuatu yang lebih besar daripada diri kita sendiri. Media diritualkan karena media menjadi sesuatu kebiasaan, diformalkan, dan menempatkan nilai-nilai yang lebih besar daripada penggunaan media itu sendiri.

Kritik terhadap digitalisasi dan konvergensi yang menjadi pusat bahasan dalam *New Media Theory* diwujudkan dalam pendekatan ritual tentang komunikasi yang dikenal dengan *Ritual Theory* (Littlejohn & Foss (ed.), 2009: 686). Pendekatan ritual menawarkan sebuah penjelasan mengapa televisi bahkan surat kabar dan buku tidak mengalami penurunan dalam menghadapi hadirnya media baru. Dengan mengkaji bagaimana dan mengapa orang berinteraksi dengan medium-medium komunikasi, pendekatan ini menegaskan bahwa keterikatan terhadap medium tidak secara sederhana diarahkan oleh efisiensi dan kontrol terhadap media yang didesakkan oleh para teoritisasi dari *the second media age*. Namun, keterikatan terhadap media, baik media lama maupun media baru, memberikan ketergantungan bahwa individu-individu akan sulit untuk mencapai relasi tatap muka dan kawasan-kawasan lain dari kehidupan sehari-hari.

E. Lingkup Teoritis dan Nilai Heuristic “Medium Theory”

Jika mengikuti “perjalanan teoritik” dalam kajian media baru, dari *Classical Medium Theory* hingga *New Media Theory*, maka bisa diajukan pertanyaan tentang masihkah relevan dan memadai penjelasan teoritik dari *Medium Theory* dan *New Media Theory* dalam memahami kehadiran media baru? Seperti yang telah diuraikan sebelumnya, gagasan utama *Medium Theory* adalah bahwa media, terlepas dari apa pun isi (pesan) yang disampaikan akan berdampak atau mempengaruhi individu-individu dan masyarakat. Media komunikasi merupakan esensi peradaban dan sejarah akan diarahkan oleh media utama atau media yang menonjol pada masanya. Gagasan McLuhan dan Innis diperkuat oleh Ellis bahwa media yang menonjol pada suatu masa akan membentuk perilaku dan pikiran orang, termasuk di dalamnya perilaku komunikasi. Sedangkan *Media Ecology Theory* menegaskan bahwa masyarakat tidak akan bisa melarikan diri dari pengaruh teknologi dan teknologi akan tetap menjadi sentral bagi semua bidang profesi dan kehidupan. *New Media Theory* sebagai pengembangan dari pemikiran teoritik tentang “teori medium” sebelumnya menekankan pada gagasan bahwa teknologi interaktif dan komunikasi jejaring, khususnya Internet, akan merubah masyarakat.

Bila dicermati dari fenomena penggunaan media baru yang terkait dengan isu-isu publik seperti misalnya isu sosial dan isu politik, menurut pendapat penulis, penjelasan teoritik yang diberikan oleh *Medium Theory* dan *New Media Theory* masih relevan dan memadai. Eksplanasi dari kedua teori tersebut dapat dibuktikan misalnya melalui kasus krisis politik di Mesir. Rezim yang berkuasa ditumbangkan oleh gerakan massa (pemuda) yang dalam menjalankan aksinya

dibantu oleh media jejaring sosial *Facebook*. Media baru ini mampu menciptakan jejaring antarindividu, antarkelompok, antarkomunitas dan pada akhirnya bermuara pada lahirnya gerakan massa. *Medium Theory* dan *New Media Theory* mampu memberikan penjelasan tentang “kekuatan-kekuatan” yang dimiliki oleh media baru.

Dalam konteks evaluasi teori, salah satu kriteria yang dipersyaratkan untuk mengevaluasi teori adalah lingkup teoritis (*theoretical scope*), yaitu sifat komprehensif atau inklusif dari suatu teori (Littlejohn & Foss, 2005: 29). Lingkup teoritis ini tergantung pada gagasan bahwa teori harus cukup memberikan penjelasan tentang realitas yang diamati. Jika eksplanasi hanya merupakan spekulasi tentang suatu peristiwa, maka ia bukanlah sebuah penjelasan teoritis. Menurut pendapat penulis, baik *Medium Theory* maupun *New Media Theory* memiliki sifat komprehensif atau inklusif dalam penjelasan teoritiknya, sebab teori-teori tersebut tidak saja memberikan penjelasan tentang dikotomi media lama dengan media baru, tetapi juga mencakup penjelasan tentang perkembangan teknologi komunikasi dan dampaknya terhadap perubahan perilaku komunikasi.

Kriteria evaluasi teori lain yang bisa dikemukakan terkait dengan keberadaan *Medium Theory* dan *New Media Theory* adalah *heuristic value* (Littlejohn & Foss, 2005: 30). Kriteria evaluasi teori ini diawali dari pertanyaan-pertanyaan akankah teori akan menghasilkan gagasan-gagasan bagi penelitian dan teori tambahan? Apakah teori memiliki *heuristic value*? *New Media Theory* yang dalam penjelasan teoritiknya memberi penekanan pada kehadiran teknologi komunikasi yang bersifat interaktif merupakan kawasan untuk mengkaji apakah teori tersebut mampu menstimulasi

munculnya penelitian-penelitian baru atau tidak.

Jika dicermati dari perubahan perilaku komunikasi masyarakat melalui pemanfaatan media baru, maka *New Media Theory* mampu menstimulasi munculnya pertanyaan-pertanyaan penelitian baru, seperti misalnya apa dampak sosial dari penggunaan media baru?, bagaimana pandangan masyarakat tentang kredibilitas media baru?, etika komunikasi atau perilaku komunikasi etis seperti apa yang dipersyaratkan dalam berinteraksi melalui media baru?, atau dalam lingkup yang besar apakah kehadiran media baru merupakan wujud dari revolusi komunikasi? Tentu saja masih banyak pertanyaan penelitian yang bisa dimunculkan dalam kaitannya dengan penjelasan teoritik *New Media Theory*.

F. Metoda Penelitian Media Baru

Ada karakteristik-karakteristik yang menandai kehadiran media baru, seperti misalnya interaktivitas, sosiabilitas, otonomi, personalisasi, dan *privacy*. Dalam melakukan penelitian terhadap berbagai fenomena yang menyertai kehadiran media baru, metoda-metoda penelitian "lama" yang digunakan sebagai sarana untuk melakukan penelitian perlu dilengkapi dengan metoda penelitian yang lain. Dalam catatan Littlejohn & Foss (2009: 162-163), terdapat 2 (dua) pendekatan dominan dalam penelitian media baru (*computer-mediated communication research*), yaitu *the cues-filtered-out approach* dan *avatar research*. Bila *Computer-Mediated Communication* (CMC) dialami sebagai sebuah perluasan dari hubungan antarpribadi atau institusional secara *online*, maka *interlocutors* dirujuk sebagai para pengguna (*users*). Sedangkan bila *interlocutors* tidak memiliki relasi *off-line* dan identitas hanya ada di *online*, maka mereka disebut sebagai *avatars*.

1. Cues-Filtered-Out-Approach

Penelitian tentang pengguna (*users*) diarahkan pada cara komunikasi yang diperluas dengan komputer (*computer-extended communication*) memediasi bentuk-bentuk komunikasi tatap muka. Tatap muka menjadi sebuah analog dan patokan (*benchmark*) untuk mengukur "keberhasilan" *computer-mediated communication* (CMC) yang dipahami sebagai pengganti tatap muka. Cara ini dikenal sebagai *cues-filtered-out approach*, karena pendekatan ini dipakai untuk mengkaji tanda-tanda (*cues*) komunikasi non verbal yang hilang dalam suatu peristiwa komunikasi dan bagaimana isyarat-isyarat non verbal itu ditempatkan lagi (*back in*). Ada dua studi penting dalam pendekatan ini. Pertama, kajian tentang *emoticons*, yaitu lambang-lambang yang digunakan dalam surat elektronik (*e-mail*) untuk memaknai ekspresi wajah. Kedua, studi tentang *netiquette*, yaitu cara-cara yang dipersyaratkan dalam dunia maya (*cyberspace*) dalam bentuk etiket atau praktik yang sopan.

Nancy Baym (dalam Littlejohn & Foss, 2009: 163) menegaskan bahwa dalam interaksi yang dimediasi komputer, orang tidak dapat melihat, mendengar, atau merasakan satu sama lain, sehingga mengurangi kemampuan mereka untuk menggunakan isyarat-isyarat konteks. Ini yang disebut sebagai kekosongan sosial (*social vacuum*) yang berbeda dengan pembicaraan tatap muka. Karenanya, para partisipan dalam CMC berupaya menemukan cara-cara menempatkan kembali isyarat-isyarat yang hilang dari konteks-konteks eksternal.

2. Avatar Research

Cara kedua dalam penelitian CMC adalah apa yang dikenal dengan riset avatar. Pendekatan penelitian ini

menegaskan bahwa identitas-identitas *online* atau *avatars* menikmati sebuah ruang interaksi yang netral. Karena tidak ada tanda-tanda yang dapat secara spontan mengindikasikan penampakan, gender, kelas, dan etnisitas dari *interlocutor*, maka *avatars* berkomunikasi pada basis yang setara tanpa ada diskriminasi sosial yang menyertai kategori-kategori tersebut.

Dalam tahun-tahun belakangan ini, ketertarikan pada avatar mengalami penurunan dan hanya mendapat perhatian yang kecil dari *net generation* anak-anak muda yang lahir sebagai *digital natives*.

G. Isu Epistemologi dalam Teori dan Penelitian Komunikasi

Teknologi komunikasi baru (media baru), sebagaimana yang telah diuraikan sebelumnya, memiliki tiga ciri utama, yaitu *interactivity*, *de-massification*, dan *asynchronous*. Tiga karakteristik penting ini bisa mengintegrasikan konteks komunikasi antarpribadi dan komunikasi massa, terutama dengan adanya '*machine-assisted interpersonal communication*'. Kenyataan semacam ini membawa konsekuensi untuk mempertanyakan kembali dikotomi antara komunikasi antarpribadi dengan komunikasi massa.

Keberadaan media baru akan terkait dengan upaya mempertanyakan kembali asumsi epistemologis dalam penelitian komunikasi. Perkembangan teknologi komunikasi menuntut para peneliti dan akademisi komunikasi untuk mempertanyakan *knowledge* atau pengetahuan mereka tentang komunikasi.

Dalam bahasan tentang Gagasan Teori (*The Idea of Theory*), terdapat empat dimensi dari teori, yaitu 1) *philosophical assumptions* atau keyakinan-keyakinan yang mendasari teori;

2) *concepts*; 3) *explanations* atau hubungan-hubungan dinamis yang dibuat oleh teori; dan 4) *principles* atau panduan untuk melakukan tindakan (Littlejohn & Foss, 2008: 15). Salah satu dimensi dari teori adalah asumsi-asumsi filosofis yang mencakup epistemologi (cabang filsafat yang mempelajari pengetahuan), ontologi (cabang filsafat yang berurusan dengan sifat 'ada' - *being*), dan aksiologi (cabang filsafat yang memberi perhatian pada kajian tentang nilai-nilai).

Khusus mengenai epistemologi, pada tataran metateori yang dipertanyakan adalah pertanyaan-pertanyaan metodologis; pada tataran hipotesis yang dipertanyakan adalah metoda dan prosedur yang digunakan; dan pada tataran deskriptif yang dipertanyakan adalah instrumen dan teknik yang digunakan. Aspek-aspek yang menonjol dari teknologi komunikasi baru: *interactivity*, *de-massification*, dan *asynchronous* menstimulasi terjadinya perubahan-perubahan dalam metodologi penelitian komunikasi. Kondisi semacam ini menuntut akademisi komunikasi lewat penelitian yang dilakukan untuk mengkaji ulang apa yang selama ini dipahami sebagai pengetahuan komunikasi.

Sebagai catatan penutup adalah sebuah pertanyaan apakah kehadiran media baru mempersyaratkan kegiatan penelitian untuk menghasilkan teori baru? Menurut pendapat penulis, tidak selalu demikian. Kehadiran media baru bisa menstimuli munculnya pertanyaan-pertanyaan penelitian yang baru. Penelitian dibutuhkan untuk menguji kekuatan prediktif dari teori-teori yang sudah ada sebelumnya, seperti misalnya Medium Theory dan New Media Theory, karena gagasan teoritik bukanlah sesuatu yang dibaca dan dipelajari, tetapi secara konstan akan mengalami perkembangan. Teori tidak selalu mengalami perubahan secara menyeluruh, tetapi

perubahan teori dapat terjadi melalui perluasan bagian demi bagian dengan menambahkan konsep-konsep baru.

Daftar Pustaka

- Griffin, Em (2006). *A First Look At Communication Theory, Sixth Edition, International Edition*. New York, The McGraw-Hill Companies, Inc
- Littlejohn, Stephen W. & Karen A. Foss (2008). *Theories of Human Communication, Ninth Edition*. Belmont, California, Thomson Wadsworth
- Littlejohn, Stephen W. & Karen A. Foss (2009). *Encyclopedia of Communication Theory*. Thousand Oaks California, Sage Publications, Inc
- McQuail, Denis (2010). *Mass Communication Theory, Sixth Edition*. London, Sage Publications Ltd,
- Rogers, Everett M (1986). *Communication Technology, The New Media in Society*. New York, The Free Press
- Ruben, Brent D. & Lea P. Stewart (2006). *Communication and Human Behavior, Fifth Edition*. Boston, Perason Education, Inc.
- West, Richard & Lynn H. Turner (2007). *Introducing Communication Theory, Analysis and Application*. New York, The McGraw-Hill Companies Inc.