**BAB II**

**TINJAUAN PUSTAKA**

* 1. **Pengertian Komunikasi**

**2.1.1 Definisi Komunikasi**

Pada dasarnya mempelajari studi komunikasi merupakan bagian paling penting ketika komunikasi dipakai untuk pengantar semua bidang-bidang ilmu yang ada diantaranya, ilmu politik, ekonomi, budaya dan sosial. Tentunya dengan segala macam permasalahan-permasalahannya yang timbul akibat perilaku dan komunikasinya. Semakin besar suatu masarakat yang berarti semakin banyak manusia yang dicakup, cenderung akan semakin banyak masalah yang timbul, akibat perbedaan-perbedaan diantara manusia yang banyak dari berbagai bidang baik itu berasal dari pikirannya, perasaannya, kebutuhannya, sifat tabiatnya, aspirasinya dan ideologinya.

Hakikat komunikasi adalah proses pernyataan antar manusia yang dinyatakan itu adalah pikiran atau perasaan seseorang kepada orang lain dengan menggunakan bahasa sebagai alat penyalurnya.

Penggunaan “bahasa” komunikasi pernyataan dinamakan pesan, orang yang menyampaikan pesan disebut komunikator sedangkan orang yang menerima pernyataandiberi nama komunikan. Untuk tegasnya, komunikasi berarti proses penyampaian pesan oleh komunikator kepada komunikan. Jika dianalisis pesan komunikasi terdiri dari dua aspek, pertama isi pesan, kedua lambang. Kongkretnya isi pesan itu adalah pikiran atau perasaan, lambing adalah bahasa

Komunikasi dapat menjadi penyelamat kelangsungan hidup diri sendiri yang meliputi keselamatan fisik, meningkatkan keselamatan pribadi, menampilkan diri kita sendiri kepada orang lain dan mencapai ambisi pribadi. Selain itu, dapat pula untuk kelangsungan hidup masyarakat, tepatnya untuk memperbaiki hubungan sosial dan mengembangkan keberadaan suatu masyarakat.

Komunikasi secara garis besar mempunyai fungsi sebagai komunikasi sosial, bagaimana hubungan sosial seseorang dengan lingkungan disekitarnya, komunikasi sebagai media ekspresif yakni untuk menyampaikan pesan-pesan (emosi) kita. Perasaan-perasaan itu dikomunikasikan melalui pesan-pesan nonverbal. Komunikasi sebagai suatu ritual yaitu suatu komunitas melakukan upacara-upacara berlainan sepajang tahun yang disebut *rites of passage.* Dalam acara-acara itu orang mengucapkan kata-kata atau menampilkan perilaku-perilaku simbolik. Dan komunikasi instrumental yang berarti menginformasikan, mengajar, mendorong, menguah sikap dan keyakinan. Tujuan dari komunikasi instrumental ini yakni bersifat membujuk (persuasif).

Komunikasi, dalam konteks apapun, adalah bentuk dasar adaptasi terhadap lingkungan. Menurut **Rene Spitz** mengatakan bahwa :

**komunikasi (ujaran) adalah jembatan antara bagian luar dan bagian dalam kepribadian. mulut sebagai rongga utama adalah jembatan antara persepsi dalam dan persepsi luar. (2001:98).**

**Verderber** dikutip **Mulyana** dalam bukunya **Ilmu Komunikasi Suatu Pengantar** Mengemukakan bahwa komunikasi mempunyai dua fungsi sebagai berikut :

***Pertama*, fungsi sosial, yakni untuk tujuan kesenangan, untuk menunjukkan ikatan dengan orang lain, membangun dan memelihara hubungan. *Kedua,* fungsi pengambilan keputusan, yakni memutuskan untuk melakukan atau tidak melakukan sesuatu pada saat tertentu. ( 2007 : 5 )**

Tentunya dengan kita berkomunikasi itu memiliki fungsi tersendiri baik bagi kita sebagai seorang komunikator, maupun manfaat dari pesan yang kita sampaikan kepada komunikan sebagaimana penerima pesan. Dan dari definisi diatas cukup menggambarkan bahwa komunikasi itu memiliki fungsi dan peranan penting dalam kehidupan kita dan besar pengaruhnya terhadap lingkup sosial. Dan komunikasi itu sendiri adalah sebagai komunikasi sosial setidaknya komunikasi mengisyaratkan bahwa penting untuk membangun konsep diri kita, aktualisasi diri, untuk kelangsungan hidup, untuk memperoleh kebahagiaan, terhindar dari tekanan dan ketegangan, anatara lain lewat komunikasi yang menghibur, dan memupuk hubungan dengan orang lain.

**Korzybski** yang dikutip **Mulyana** dalam bukunya **Ilmu Komunikasi Suatu Pengantar** menyatakan bahwa manusia berkomunikasi itu :

**“Pengikat waktu” (*time-binder*).Pengikatan-waktu (*time-binding*) merujuk pada kemampuan manusia untuk mewariskan pengetahuan dari generasi ke generasi dan dari budaya ke budaya.Manusia tidak perlu memulai setiap generasi sebagai generasi yang baru. Mereka mampu mengambil pengetahuan masa lalu, mengujinya berdasarkan fakta-fakta mutakhir dan meramalkan masa depan. (2007 : 7).**

**Dance yang** dikutip **Mulyana** dalam bukunya **Ilmu Komunikasi Suatu Pengantar** menemukan tiga konseptual penting yang mendasari definisi-definisi komunikasi sebagai berikut :

1. **Dimensi pertama adalah tingkat observasi (*level of observation*), atau derajat keabstrakannya.**
2. **Dimensi kedua adalah kesengajaan (i*ntentionality*). Sebagian definisi mencakup hanya pengiriman dan penerimaan pesan yang disengaja, sedangkan sebagian definisi lainnya tidak menuntut syarat ini.**
3. **Dimensi ketiga adalah penilaian normatif. Sebagian definisi, meskipun secara implisit, menyertakan keberhasilan atau kecermatan, sebagian lainnya tidak seperti itu. (2007 : 60-61)**

**Hoben** dikutip **Mulyana** dalam bukunya **Ilmu Komunikasi Suatu Pengantar** mendefinisikan komunikasi sebagai berikut :

**Komunikasi itu harus (berhasil): “Komunikasi adalah pertukaran verbal pikiran atau gagasan.” Asumsi dibalik definisi tersebut adalah bahwa suatu pikiran atau gagasan secara berhasil dipertukarkan. (2007 : 62).**

Melihat dari definisi diatas benar adanya bahwa suatu komunikasi harus berhasil dalam penyampaian ide dan gagasan yang akan kita sampaikan, tentunya tidak terlepas dari konsep dan fungsi komunikasi yang ada.

**Berelson** dan **Steiner** dikutip **Mulyana** dalam bukunya **Ilmu Komunikasi Suatu Pengantar** mendefinisikan komunikasi:

**Komunikasi adalah transmisi dan informasi, jadi definisi tersebut mensyaratkan bahwa informasi harus diterima atau dimengerti. (2006 : 65)**

Seperti dikemukakan Littlejohn, perdebatan mengenai definisi komunikasi pada awal tahun 1990-an di antara beberapa teoretikuskomunikasi, telah menyarankan beberapa kemungkinan untuk mendefinisikan komunikasi. Perdebatan tersebut menyoroti sembilan jenis perilaku yang dapat dianggap komunikasi.Kesembilan jenis perilaku ini ditentukan oleh sumber dan persepsi penerima. Pertanyaan-pertanyaan kuncinya adalah: *pertama*, apakah komunikasi harus disengaja? *Kedua,* apakah komunikasi harus diterima?Jadi meminjam dari pandangan Littlejohn kita mempunyai sembilan jenis perilaku yang mungkin dianggap komunikasi.

**Tub** dan **Moss** dikutip **Mulyana** dalam bukunya **Ilmu Komunikasi Suatu Pengantar** mendefinisikan komunikasi sebagai berikut: **Proses penciptaan makna antara dua orang (komunikator 1 dan komunikator 2) atau lebih. (2006 : 66).**

Banyak definisi komunikasi bersifat khas, mencerminkan paradigma atau perspektif yang digunakan ahli-ahli komunikasi tersebut dalam mendekati fenomena komunikasi. Paradigma ilmiah (objektif, mekanistik, positivistik) yang penelaahannya berorientasi pada efek komunikasi tampak dominan, mengasumsikan komunikasi sebagai suatu proses linier atau proses sebab-akibat, yang mencerminkan pengirim pesan atau yang biasa disebut komunikator sumber pengirim enkoder (yang aktif) untuk mengubah pengetahuan, sikap atau perilaku komunikate penerimapesan sasaran khalayak dekoder (atau yang dalam wacana komunikasi di Indonesia sering disebut komunikan) yang pasif.

**2.1.2 Tujuan Komunikasi**

Tujuan komunikasi menurut **Effendy** dalam bukunya **“Ilmu Komunikasi dan Teknik Komunikasi”** disebutkan bahwa terdapat tujuan-tujuan dalam sebuah komunikasi yang meliputi:

1. **Mengubah sikap (*to change the attitude*)**

**Mengubah sikap disini adalah bagian dari komunikasi, untuk mengubah sikap komunikan melalui pesan yang disampaikan oleh komunikator, sehingga komunikan dapat mengubah sikapnya sesuai dengan apa yang diharapkan oleh komunikator.**

1. **Mengubah opini/pendapat/pandangan (*to change the opinion*)**

**Mengubah opini, dimaksudkan pada diri komunikan terjadi adanya perubahan opini/pandangan/mengenai sesuatu hal, yang sesuai dengan apa yang diharpakan oleh komunikator**

1. **Mengubah perilaku (*to change the behavior*)**

**Dengan adanya komunikasi tersebut, diharapkan dapat merubah perilaku, tentunya perilaku komunikan agar sesuai dengan apa yang diharapakan komunikator**

1. **Mengubah masyarakat (*to change the society*)**

**Mengubah masyarakat disini artinya diamana cakupannnya lebih luas, diharapakan dengan komunikasi tersebut dapat merubah pola hidup masyarakat sesuai dengan keinginan komunikator. (Effendy, 1993:55)**

**2.1.3 Konteks Komunikasi**

Komunikasi bisa diklasifikasian berdasarkan konteksnya. ini bertujuan untuk mengetahui komunikasi berdasarkan konteks para ahli melihat hal tersebut berdasarkan tingkat atau level. tingkat atau level ini bisa diketahui dari jumlah pelaku yang terlibat dalam sebuah komunikasi. Menurut **Mulyana** dalam buku **Ilmu Komunikasi Suatu Pengantar** menyebutkan bahwa:

**Terdapat empat komunikasi yang disepakati banyak pakar, yaitu: komunikasi antarpribadi. komunikasi kelompok, komunikasi organisasi an komunikasi massa. beberapa pakar lain menambahkan komunikasi antarpribdi, diadik (komunikaosi dua orang) dan komunikasi public (pidato di depan khalayak). (2007:80)**

Dilihat dari definisi di atas, tingkatan komunikasi tersebut bermula dari yang jumlahnya banyak. Contohnya seperti, komunikasi antarpribadi, pelaku yang terlibat di dalamnya dua orang ataupun lebih, komnikasi kelompok yang terlibat tiga orang atau lebih dan yang paling banyak pelakunta adalah komunikasi massa. Semakin tinggi ringkatannya tentunya prosesnyapun semakin kompleks dan beragam.

Sejumlah konteks komunikasi yang dijelaskan diatas, dilihat dari tingkatnnya biasanya terdapat dalam kegiatan-kegiatan komunikasi yang terorganisir. Oleh **Effendi** dalam bukunya **Ilmu, Teori dan Filsafat Komunikasi,** komunikasi yang terjadi di dalam kegiatan terorganisasi disebut dengan metode komunikasi.

**Metode komunikasi meliputi kegiatan-kegiatan yang terorganisir sebagai berikut: a. Jurnalisme/jurnalistik (*journalism*), b. Hubungan Masyarakat (*Public Realtion*), c. Periklanan (*advertising*), d. Propaganda, e. Perang urat syarat (*psychological warfare*), f. Perpustakaan, g. Lain-lain. (2003:56)**

Dari beberapa kegiatan komunikasi yang diuraikan diatas maka jurnalistik merupakan suatu bagian yang akan menjadi fokus penelitian. Karena dalam kegiatannya sangat memerlukan sekali yang namanya media.

* 1. ***Public Relations***
     1. **Pengertian *Public Relations***

Menurut para pakar, hingga saat ini belum terdapat konsensus mutlak tentang definisi dari PR/Humas. Ketidaksepakatan tersebut disebabkan oleh: *pertama,* beragamnya definisi *public relations* yang telah dirumuskan baik oleh para pakar maupun profesional *public relations*/Humas didasari perbedaan sudut pandang mereka terhadap pengertian Humas/*Public Relations.Kedua*, perbedaan latar belakang, misalnya definisi yang dilontarkan oleh kalangan akademisi perguruan tinggi tersebut akan lain bunyinya dengan apa yang diungkapkan oleh kalangan praktisi (*Public Relations Practitioner*). Dan *ketiga*, adanya indikasi baik teoretis maupun praktis bahwa kegiatan *Public Relations* atau kehumasan itu bersifat dinamis dan fleksibel terhadap perkembangan dinamika kehidupan masyarakat yang mengikuti kemajuan zaman, khususnya memasuki era globalisasi dan milenium ketiga saat ini. Walaupun berbagai definisi kehumasan memiliki redaksi yang saling berbeda akan tetapi prinsip dan pengertiannya sama.

Sebagai acuan, salah satu definisi Humas/PR, yang diambil dari ***The British Institute of Public Relations*** dikutip **Ruslan** dalam bukunya **Manajemen Public Relations dan Media Komunikasi** berbunyi:

1. ***Public Relations activity is management of communications between an organization and its publics.***
2. ***Public Relations practice is deliberate, planned and sustain effort to establish and maintain mutual understanding between an organization and its public***

**Definisi diatas adalah memepunyai maksud bahwa aktivitas *Public Relations* adalah mengelola komunikasi anatara organisasi dan publiknya, dan praktik *Public Relations* adalah memikirkan, merencanakan dan mencurahkan daya untuk membangun dan menjaga saling pengertian antara organisasi dan publiknya. (2010 : 16)**

Tentunya ini adalah hal yang rumit jika kita harus mengetahui dan membahas definisi dari *Public Relations* itu sendiri karena begitu banyak definisi yang sudah dikemukakan oleh para ahli dengan kelebihan dan manfaat nya tersendiri, dan definisi yang ada bisa kita aplikasikan dalam nilai PR/Kehumasan kita baik secara teori maupun praktik secara langsung dilapangan.

Pertemuan para wakil dari pakar Humas/*Public Relations* dari negara maju mengadakan pertemuan di ***Mexico City*** pada bulan Agustus 1978. Pertemuan tersebut menghasilkan definisi-definisi humas yang lebih singkat dan dinamakan ***The Statement of Mexico***, dikutip **Ruslan** dalam bukunya **Manajemen *Public Relations* dan Media Komunikasi** definisi tersebut berbunyi:

**Praktik *Public Relations* adalah seni dan ilmu pengetahuan sosial yang dapat dipergunakan untuk menganalisis kecenderungan, memprediksi konsekuensi-konsekuensinya, menasihati para pemimpin organisasi, dan melaksanakan program yang terencana mengenai kegiatan-kegiatan yang melayani, baik untuk kepentingan oraganisasi maupun kepentingan publik atau umum. (2010 : 17).**

* + 1. **Fungsi dan Tugas *Public Relations***

*Public Relations* tidak hanya berfungsi dalam menjalin hubungan dengan orang luar organisasi saja, melainkan iya harus menjaga publik *intern* dan *ekstern* nya juga karena memang sudah sebagai suatu keharusan dalam menjaga hubungan baik dan kerja sama yang utuh di dalam sebuah organisasi atau perusahaan yang ia naungi, sebab keberhasilan seorang *Public Relations* itu adalah berhasil atau tidaknya dalam menjaga keeratan hubungannya dengan publik *interen* dan *ekstern* nya di dalam sebuah organisasi.

Jika kita menyadari bahwa tugas dari seorang *Public Relations* itu besar andilnya pada organisasi atau perusahaan yang ia kelola, mulai dari mengkonsep, merencanakan, hingga ke tahap promosi itu adalah tugas dari seorang *Public Relations*, dan yang lebih penting adalah *Public Relations* mempunyai tugas besar yaitu menjaga nama baik (*image*) dan menghadapi media, serta melakukan konfirmasi pada masyarakat mengenai hal yang menyangkut dengan persuhaan atau organisasi yang ia duduki, baik mengenai program kerja ataupun opini publik yang berkembang.

Sebenarnya erat kaitan antara *Public Relations* dengan manajemen dimana antar *Public Relations* dan manajemen itu sendiri sudah menjadi suatu kesatuan yang sulit untuk dipisahkan, karena peranan *Public Relations* dalam sebuah organisasi berkaitan dengan tujuan utama dan fungsi-fungsi manajemen perusahaan. Fungsi dasar manajemen tersebut merupakan suatu proses kegiatan pencapaian suatu tujuan pokok dari organisasi/lembaga dan biasanya berkaitan dengan memanfaatkan berbagai potensi sumber-sumber (sumber daya) yang dimiliki oleh organisasi/lembaga tersebut. Unsur-unsur sumber daya tersebut dinamakan dengan 6 – M, yaitu: sumber daya Manusia (*men*), sumber materia/barang yang dikuasai (*Material*), alat atau perkakas mesin produksi yang dimiliki (*Machine*), kemampuan keuangan (*Money*), metode (*Method*), dan perluasan atau pemasaran yang hendak dicapai/dituju (*Market*).

**Bernay**, dalam bukunya ***Public Relations*** (1952, ***University of Oklahoma Press***),dikutip**Ruslan** dalam bukunya **Manajemen *Public Relations* dan Media Komunikasi** terdapat 3 fungsi utama Humas yaitu :

1. **Memberikan Penerangan Kepada Mayarakat**
2. **Melakukan persuasi untuk mengubah sikap dan perbuatan masyarakat secara langsung**
3. **Berupaya untuk mengintegrasikan sikap dan perbuatan suatu badan/lembaga sesuai dengan sikap dan perbuatan masyarakat atau sebaliknya (2010 : 18)**

Pemaparan definisi dan fungsi *Public Relations* tersebut diatas, dapat ditarik kesimpulan bahwa ciri khas proses dan fungsi Manajemen Humas (*Public Relations Management*) dikutip Ruslan dalam bukunya Manajemen Public Relations dan Media Komunikasi, adalah sebagai berikut :

1. **Menunjukkan kegiatan tertentu (*action*).**
2. **Kegiatan yang jelas (*activities*).**
3. **Adanya perbedaan khas dengan kegiatan lain (*different*).**
4. **Terdapat suatu kepentingan tertentu (*important*).**
5. **Adanya kepentingan bersama (*common interest*).**
6. **Terdapat komunikasi dua arah timbal balik (*reciprocal two ways traffic communication*).**

Kemudian berdasarkan ciri khas kegiatan Humas/PR tersebut, menurut para pakar Humas International, **cutlip dan centre, and canfield** (1982) dikutip **Ruslan** dalam bukunya **Manajemen *Public Relations* dan Media Komunikasi,** fungsi *Public Relations* dapat dirumuskan, sebagai berikut:

1. **Menunjang aktivitas utama manajemen dalam mencapai tujuan bersama (fungsi melekat pada manajemen lembaga/organisasi).**
2. **Membina hubungan yang harmonis antara badan/organisasi dengan publiknya yang merupakan khalayak sasaran.**
3. **Mengidentifikasi segala sesuatu yang berkaitan dengan opini, persepsi dan tanggapan masyarakat terhadap badan/organisasi yang diwakilinya, atau sebaliknya.**
4. **Melayani keinginan publiknya dan memberikan sumbangan saran kepada pimpinan manajemen demi tujuan dan manfaat bersama.**
5. **Menciptakan komunikasi dua arah timbal balik, dan mengatur arus infromasi, publikasi serta pesan dari badan/organisai ke publiknya atau sebaliknya, demi tercapainya citra positif bagi kedua belah pihak. (2010 : 19).**

Jika kita melihat dari definisi fungsi *Public Relations* diatas memeang banyak dan besar tanggung jawab dari seorang *Public Relations* dalam membela dan menjaga nama baik (*image*) dari sebuah organisasi/perusahaan yang ia duduki. Mulai dari memanajemen hingga ke perencanaan itu semua dilakukan oleh seorang *PR*, melayani dan juga mencipatakan keadaan yang kondusif serta menjaga hubungan yang harmonis dengan publik.

Mengenai peranan *Public Relations* dalam suatu organisasi , **Dozier dan Broom** dikutip **Ruslan** dalam bukunya **Manajemen Public Relations dan media komunikasi** membagi kedalam empat kategori yaitu:

1. **Penasehat Ahli (*Expert prescriber*)**

**Seorang praktisi pakar Public Relations yang berpengalaman dan memiliki kemampuan tinggi dapat membantu mencarikan solusi dalam penyelesaian masalah hubungan dengan publiknya (*public relationship*).**

1. **Fasilitator Komunikasi *(Communication fasilitator)***

**Dalam hal ini praktisi *Public Relations* bertindak sebagai komunikator atau mediator untuk membantu pihak manajemen dalam hal mendengarkan apa yang diharapkan oleh publiknya.**

1. **Fasilitator Proses Pemecahan Masalah *(Problem solvingprocess fasilitator)***

**Peranan praktisi *Public Relations* dalam hal pemecahan masalah merupakan bagian dari tim manajemen, hal ini dimaksudkan untuk membantu pimpinan organisasi baik sebagai penasihat (*adviser*) hingga mengambil keputusan dalam menghadapi krisis secara rasional dan professional.**

1. **Teknisi Komunikasi *(Communication technician)***

**Perbedaan dengan ketiga hal diatas yaitu, praktisi *Public Relations* sebagai *journalist in resident* yang hanya menyediakan layanan teknis komunikasi saja. (2010 : 20-21)**

Dari gambaran model diatas sebagai peranan *Public Relations* tersebut, dapat terlihat mana yang berperan dan berfungsi pada tingkat manajerial *skill*, keterampilan hubungan antarindividu (*human relations skill*) dan keterampilan teknis (*technical skill*) dalam manajemen Humas.

Peranan *Public Relations*/Humas tersebut diharapkan dapat menjadi “mata” dan “telinga” serta “tangan kanan” top manajemen dalam organisasi/lembaga.

**2.3 Komunikasi Massa**

**2.3.1 Pengertian Komunikasi Massa**

Para ahli komunikasi berpendapat bahwa yang dimaksud dengan komunikasi massa adalah kegiatan komunikasi yang mengharuskan unsur-unsur yang terlibat didalamnya saling mendukung dan bekerja sama, untuk terlaksananya kegiatan komunikasi massa ataupun komunikasi melalui media massa, jelasnya merupakansingkatan dari komunikasi massa. Lalu kemudian para ahli komunikasi membatasi pengertian tersebut dengan menggunakan media massa.

Menurut pendapat **Tan dan Wright**  dalam bukunya **Elvinaro dan Lulkiati** yang berjudul **Komunikasi Massa Suatu Pengantar** yaitu:

**“Merupakan bentuk komunikasi yang menggunakan saluran (media) dalam menghubungkan komunikator dan komunikan secara missal, berjumlah banyak, bertempat tinggal yang jauh (terpencar), sangat heterogen, dan menimbulkan efek tertuntu”. (Elvinaro & Lukiati, 2005:3)”**

Namun menurut para ahli komunikasi lainnya yaitu **Garbner**  komunikasi massa merupakan **“Komunkasi massa merupakan produksi dan distribusi yang berlanaskan teknologi dan lembaga dari arus pesan yang kontinyu serta paling luas dimiliki orang dalam masyarakat industry”. (Elvinaro & Lukiati, 2005:4).**

**2.3.2 Ciri-ciri Komunikasi Massa**

Bila dibandingan dengan bentuk-bentuk komunikasi lainnya, maka komunikasi massa mempunyai ciri-ciri khusus yang disebabkan oleh sifat komponennya. Ciri-ciri komunikasi massa adalah sebagai berikut:

1. Komunikator terlembagakan

Komunikasi massa melibatkan lembaga, dan komunikatornya bergerak dalam organisasi yang kompleks.

1. Pesan bersifat umum

Komunikasi massa itu bersifat terbuka, artinya komunikaosi massa ditujukan untuk semua dan tidak ditujukan untuk sekelompok orang tertentu.

1. Komunikatornya Anonim dan Heterogen

Paa komunikasi massa komunikan bersidat anonym dan heterogen. pada komunikasi antar persona, komunikator akan mengenal komunikannya, dan mengetahui identitasnya.

1. Media massa menimbulkan keserempakan

Kelebihan dari komunikasi massa adalah jumlah sasaran khalayak atau komunikan yang dicapainya relative banyak dan tidak terbatas.

1. Komunikasi mengutamakan isi ketimbang hubungan

Pada komunikasi antar persona, unsur hubungan sangat penting. Sebaliknya, pada komunikasi massa, yang penting adalah unsur isi.

1. Komunikasi massa bersifat satu arah

Komunikasi massa itu adalah komunikasi dengan menggunakan atau melalui media massa. Karena melalui media massa maka komunikator dan komunikannya tidak dapat melakukan kontak langsung.

1. Stimulasi alat Indra “terbatas”

Ciri ini dianggap salah satu keleman stimulasi alat indra yang terbatas. Pada komunikasi antarpersona yang bersifat tatap muka, maka seluruh alat indra pelaku komuniasi dapat digunakan secara maksiamal. Tapi pada komunikasi massa tidak.

1. Umpan balik tertunda

*Feedback* merupakan factor penting dalam sebuah komunikasi apa pun. Efektivitas komunikasi dapat dilihat dari *feedback* yang disampaikan oleh komunikan.

**2.3.3** **Fungsi Komunikasi Massa**

Seperti yang dikutip oleh **Nurudin**, fungsi komunikasi massa menurut **Jay Black dan Frederick C. Whitney (1998),** yaitu:

1. ***To inform* (menginformasikan)**
2. **To entertaint *(memberi hiburan)***
3. ***To persuade* (membujuk)**
4. ***Transmission of the culture* (transmisi budaya) (2007:62)**

Informasi bisa diperoleh dari siapa saja, akan tetapi media massa menyajikan informasi yang cepat serta lebih akurat. Khalayak dapat mengetahui informasi sdan berbagai peristiwa atau kejadian-kejadiab dalam waktu yang bersamaan. Dengan demikian, media massa memenuhi fungsi informasi sehingga khalayak dapat mengambil keputusan dan sikap yang tepat dalam menghadapi situasi.

Fungsi lain dari komunikasi massa yaitu transmisi budaya, yaitu dimana media massa berperan menyebarluaskan budaya dari generasi ke generasi. Dengan melestarikan warisan masa lalu. Selain itu, dapat pula mengembangkan imajinasi khalayak untuk lebih kreatif sehingga bisa muncul hasil kreasi baru yang tidak kalag dengan kebudayaan-kebudayaan lain.

**2.4 Media**

**2.4.1 Media Baru (New Media)**

Seiring dengan berjalannya waktu dan berkembannya teknologi, khususnya di bidang teknologi komunikasi telah menggeser kehebatan media massa massa lama yang telah menjadi primadona di antara media-media lainnya sebagai penyampaian pesan. Kehadiran internet di tengah-tengah kehidupan masyarakat merupakan awal dari munculnya media baru (*new media*).

Menurut **Martin Lister** dalam bukunya ***New Media a critical intruduction*** mengungkapkan bahwa:

**Istilah new media atau media baru lambat laun mulai dikenal pada tahun 1980. Dunia media dan komunikasi mulai terlihat berbeda dengan hadirnya media baru ini, tidak terbatas pada satu sektor atau elemen tertentu. Dalam pengertian ini, munculnya ‘media baru’ sebagai semacam fenomena yang dilihat dari sisi sosial, teknologi, dan perubahan budaya. (2009:10)**

Proses kemajuan terhadap media ini bersifat sentral bagi pemahaman tentang mediamorfosis. Mediamorfosis adalah transformasi media komunikasi, yang biasanya ditimbulkan akibat hubungan timbal balik yang rumit antara berbagai kebutuhan yang dirasakan, tekanan persaingan dan politik, serta berbagai inovasi sosial dan teknologi. (Fidler, 2003 : 35).

Media baru tidak muncul begitu saja dan terlepas dari yang lainnya, semua muncul secara bertahap dari metamorfosis media terdahulu. Ketika bentuk-bentuk yang lebih baru muncul, bentuk-bentuk terdahulu cenderung beradaptasi dan terus berkembang bukannya mati.

Media baru sesungguhnya merajuk pada berbagai perubahan dalam media produksi. Ini adalah perubahan teknologi, tekstual, konvesional dan budaya. Mengingat hal ini, tetap diakui bahwa sejak pertengahan 1980-an sejumlah konsep kedepan yang menawrkan untuk menentukan karakteristik kunci dari bidang media baru secara keseluruhan.

Istilah utama dalam wacana tentang media baru adalah digital, interaktif, hypertexual, virtual, jaringan, dan simulasi. Beberapa contoh seperti internet, website, komputer, multimedia, permainan komputer, CD-ROMS, dan DVD. Media baru bukanlah televisi, film, majalah, bukan atau bahkan publikasi berbasis kertas. Sudah jelas bahwa *new media*  itu adalah media yang berbasi teknologi komputer, kemajuan teknologinya baik dari segi hardware maupun software.

Media juga merupakan bagian dari cyberculture, implikasi dari perkembangan terknologi dunia maya sebagai perpanjangan indera manusia menyebabkan lahirnya perilaku baru atau sosiologi, dan budaya yang berhubungan dengan penggunaan teknologi dunia maya.

Menurut Soleh Soemirat media baru sangat fnomenal dan diminati oleh banyak orang dis eluruh penjuru unia internet. Internet merupakan jaringan longgar dari jaringan komputer yang menjangkau jutaan orang diseluruh dunia. (Soemirat, 2002 : 122).

Pada mulanya internet dikembangkan oleh Pentagon, pada tahun 1960-an, internet merupakan sistem hubungan jarak jauh dari berbagai jaringan komputer yang dihubungkan melalui modem dan jalur telepon.

Menurut Anne Gregory, dalam bukunyta Hubungan Media yang Efektif, internet merupakan suatu sumber informasi yang sangat besar. Namun hal tersebut tergantung dari apa yangf dilihah oleh pengguna internet dari keaneka ragaman sumber informasi yang tersedia. Dengan ditemukannya mesin pencari (*search engine*) seperti *google* dan *Yahoo* , maka hal tersebut menjadi semakin mudah untuk dilakukan. Tahun 1990, ilmuan Eropa mengembangkan *World Wide Web*  (*WWW*) atau biasa kita kenal dengan *website*. *Website* merupakan halaman-halaman informasi yang berbentuk teks, grafik, dan hypertext. Informasi yang diletakan di WWW disebut *homepage*. Setiap *homepage* mempunyai alamatnya sendiri. Informasi yang disajikan dalam *website* bukan hanya berupa teks saja, akan tetapi berupa gambar bahkan multimedia.

Internet menjadi sebuah revolusi komunikasi yang sangat luas dan mendalam serta memberikan banyak kemudahan bagi individu maupun organisasi atau lembaga dalam menyampaikan dan menerima informasi dalam waktu yang lebih cepat dan lebih luas jangkauannya.

Pakar media baru **John Pavlik** dan **Shwan Mclntosh** dalam **Cutlip, Center, & Broom**  pada buku ***Effective Public Relations*** mengatakan bahwa “konvergensi media” adalah:

**Manyatukan telekomunikasi, komputer, dan media dalam lingkungan digital. Konvergensi dan perubahan yang dihasilkan telah mengubah banyak aspek dasar dari media massa dan komunikasi. (2007:287).**

Dari definisi di atas dikatakan bahwa media baru adalah sebuah perpaduan antara telekomunikasi, komputer dan media dalam bentuk digital. Perpaduan unsur-unsur tersebut telah mengubah banyak aspek dasar dari media massa dan komunikasi. Jika dikatakan dengan menggunakan media massa pesan akan bisa disampaikan secara luas, maka media baru bisa mnyairkan secara lebih luas lagi menembus ruang dan waktu dan tidak hanya sekedar aspek penyiaran yang akan dihasilkan tetapi media baru mampu membentuk sebuah jaringan.

**Littlejohn & Foss** dalam bukunya **Teori Komunikasi *Theories Of Human Communicattion*** menubutkan bahwa media baru sebagao “Meida Kedua” dan media yang sebelumnya atau media massa dikatakan “Media Pertama”. Perbedaan paling dominan anatara media tersebut ia membandingkan kedua media tersebut dengan memberikan gambaran sebagai berikut:

**Era media yang pertama digambarkan oleh (1) sentralisasi produksi (satu menjadi banyak); (2) komunikasi satu arah; (3) kendali situasi, untuk sebagian besar; (4) reproduksi stratifikasi sosial dan perbedaan melalui media; (5) audien massa yang terpecah; dan (6) pembentukan kesadaran sosial. Era media kedua sebaliknya, dapat digambarkan sebagai: (1) desentralisasi; (2) dua arah; (3) diluar kendali situasi; (4) demokratisasi; (5) mengangkat kesadaran individu; (6) orientasi individu. (2009:413).**

Dari penjelasan diatas dapat disimpulkan bahwa media baru sifatnya lebih bebas dibandingkan dengan media-media sebelumnya dan adanya komunikasi dua arah (interaktif) merupakan hal yang tidak dapat dikendalikan dengan mudah, karena seiapa saja bisa masuk menjadi pelaku komunikasi dan antar pelaku komunikasi satu sama lain saling mempengaruhi. **Pavlink & Macintosh** yang dikutip oleh **Cultip, Center & Broom dalam buku *Effective Public Relations*** mengatakan bahwa:

**Audiens di era konvergensi dapat berkomunikasi dengan pihak-pihak yang menciptakan dan mempublikasikan isi komunikasi massa lewat e-,ail, forum *online*, dan media interaktif lainnya dengan lebih mudah dan cepat. Selain itu mereka juga bisa menciptakan isi komunikasi massa sendiri, dan mendapatkan audien yang lebih besar dengan biaya yang lebih murah ketimbang juga dilakukan dengan media tradisional. (2007:288)**

Dari penjelasan di atas, audien yang dimaksud yaitu target publik atau kahalayak. Uraian di atas menjelaskan bahwa perilaku-perilaku audien setelah adanya era konvergensi media ini bisa berkomunikasi secara langsung dengan lebih mudan dan cepat dengam si pembuat informasi. Selain itu mereka juga bisa menciptakan informasi lain dan dimungkinkan mereka juga akan memiliki audien yang lebih banyak dengan biaya yang lebih murah dibandingkan dengan media lama seperti koran, majalah, radio dll. Contoh, seorang konsumen bisa asaja menuliskan tentang keburukan atau keunggulan produk yang mereka gunakan di situs internet, ketika sudah mulai banyak di baca orang informasi tersebut akan semakin tersebar secara luas. Jika yang disebarkan adalah keunggulan sebuah produk itu akan menguntungkan bagi perusahaan tapi jika sebaliknya maka akan mematikan perusahaan yang bersangkutan.

Dalam perkembangan *new media* selain di iringi dengan semakin berkembangnya penggunaan internet juga di iringi dengan diperkenalkannya istilah  ***Web 2.2.*** Menurut **Tim O”Reilly** yang dikutip dalam **Wikipedia** istilah ***web 2.0*** diartakan sebagai:

**Sebuah revolusi bisnis di dalam industri komputer yang terjadi akibat pergerakan ke internet sebagai platform dan suatu usaha untuk mengerti aturan-aturan agar sukses di platform tersebut. (4 Agustus 2011)**

**Tim O”Reilly** yang dikutip **Folker, La &Larab** dalam bukunya ***The Media in Your Life An introduction to Mass Communication*** mendefinisikan *web 2.0* ke dalam beberapa fitur, yaitu:

1. ***Instead of software, web 2.0 companies provide service.***
2. ***Web 2.0 companies own important, unique databases***
3. ***Web 2.0 companies trust users as participants***
4. ***Therefore, these web 2.0 service represent a collectuve intelligentce***
5. ***Web 2.0 companies allow users to select among many kinds of content or product, each with low demand but that add up collectively to large demand***
6. ***Users can access web 2.0 service from a variety of devices, such uas (?) cell phones and PDAs***
7. ***Web 2/0 software development, user interface, and business models operate on principles of providibf rich content, user friendliness, and usability.***
8. **Dari pada software, perusahaan web 2.0 ini menyediakan suatu layanan. 2. Yang penting dimiliki perusahaan web 2.0 adalah database yang unik. 3. Perusahaan web 2.0 memppercayai pengguna sebagai peserta. 4. Oleh karena itu, layanan web 2.0merupakan kecerdasan kolektif. 5. Perusahaan web 2.0 mengijinkan pengguna untuk memilih berbagai konten atau produk, masing masing dengan permintaan rendag, tapi itu bisa bertambah secara kolektif untuk permintaan besar. 6. Pengguna dapat mengakses layanan web 2.0 dari berbagai perangkat seperti ponsel dan PDA. 7. Pengembangan software web 2.0, antara muka pengguna, dan model bisnis beroperasi di dalam prinsip-prinsip yang menyediakan konten yang banyak, pengguna yang ramag dan mudah digunakan). (2008:245)**

Dalam uraian di atas bahwa perusahaan *web 2.0* menyediakan layanan seperti *google, 4shared* dll. Mereka menyediakan konten-konten yangbisa digunakan, selain pengguna itu sendiri mendapatkan informasi pihak pengguna pun boleh ikut berbagai informasi sesuai dengan layanan yang mereka sediakan.

*Web2.0*  bisa dikatakan sebagai wajah baru dari *world wide web* dimana dulu pertukaran informasi hanya bisa dibuat oleh orang-orang yang mengerti pemrograman dengan posisi audien yang pasif sehingga arus informasi yang terjadi disebut *one to many* namun saat ini siapapun bisa membuat dan mendistribusikan konten apapun tanpa harus belajar pemrogaraman *one to many* sekarang telah beralih menjadi *many to many*.

**2.5 Internet (Interconnection Networking)**

**2.5.1 Definisi Internet**

Munculnya internat telah menyedot perhatian dan membawa perubahan yang cukup mendalam, terutama cara manusia berkomunikasi dan berinteraksi dengan orang lain. Setiap orang saat ini bisa berkomunikasi dan berinteraksi dengan mudah dan biaya yang sangat terjangkau dengan orang lain diseluruh penjuru dunia. Penyebaran informasi ini bisa dilakukan dengan jangkauan dunia. Seolah-olah dunia yang tanpa batas, tanpa batasan fisik daerah, dan batas waktu. Aktivitas-aktivitas terus berjalan tanpa mengenal waktu. Ketika waktu bergeser ke belahan dunia yang lain, teknologi informasi ini adalah jaringan yang sangat diandalkan oleh setiap orang untuk berkomunikasi dengan rekannya.

Menurut Tjipto dan Santoso (2001) dalam bukunya strategi riset lewat internet, dalam hal daya tarik menarik komunikasi, internet menawarkan kemampuan berkomunikasi secara elektronik (via *e-mail* dan *chating*) yang relatif mudah dan dapat diakses selama 24 jam.

Definisi internet itu sendiri adalah hubungan sejumlah jaringan komputer dengan menggunakan standar sistem *global control protocol internet protocol suite* (TCP/IP). TCPberfungsi untuk memastikan semua hubungan kerja dengan benar. Sedangkan IP berguna untuk mentransmisikandari komputer satu ke komputer ini.

Menurut **Bungin** internet (*interconnection networking*) adalah:

**Jaringan komputer yang dapat menghubungkan suatu komputer atau jaringan komputer dengn jatingan komputer lain, sehingga dapat berkomunikasi atau berbagai media tanpa melihat jenis komputer itu sendiri. Seperti yang diketahui internet merupakan bentuk *konvergensi* dan beberapa teknologi penting terdahulu, seperti komputer, televisi, radio dan telepon. (2006:135)**

Menurut Harjono dalam media pembelajaran internet dapat pula diartikan sebagai kumpulan dari beberapa komputer, bahkan jutaan konputer di seluruh dunia yang saling berhubungan atau terkoneksi satu sama lain. Media yang digunakan bisa menggunakan kabel atau serat optik, satelit atau melalui sambungan telepon.

Dari uraian diatas dapat diartikan bahwa internet merupakan media komunikasi dan informasi modern yang dapat dimanfaatkan secara global oleh penggunanya di seluruh dunia dalam interkoneksi antar jaringan komputer yang terbentuk melalui sebuah sarana yang efektif dan efisien untuk melakukan pertukaran dan penyebaran informasi tanpa terhalang oleh jarak, waktu. Dan faktor geografis. Koneksi internet ini sendiri dapat dilakukan komputer pribadi maupun jaringan LAN/WAN.

Definisi LAN/WAN menurut **Nugroho** adalah:

1. **LAN *(Local Area Network)* suatu jaringan yang terbentuk dengan menghubungkan beberapa komputer komputer yang berdekatan yang berada pada suatu ruan atau gedung yang terkoneksi ke internet *gateaway.***
2. **WAN *(Wide Area Netwwork)* adalah format jaringan dimana suatu komputer dihubungkan dengan yang lainnya melalui sambungan telepon. Data terkirim dan diterima oleh atau dari suatu komputer ke komputer lainnya lewat sambungan telepon. Konektor komputer dengan telepon adalah menggunakan modem *(Modulator, Demodulator).* (2008:44)**

Internet merupakan perpustakaan multimedia yang sangat lengkap, bahkan dipandang sebagai dunia dalam bentuk lain (maya), dikatakan begitu karena hampir seluruh informasi di bidang ilmu pengetahuan ada dalam internet, sperti bisnis, hiburan, lembaga pemerintahan dan swasta dari seluruh negara. Khusus dalam bidang pendidikan, pengguna dapat memperoleh informasi mengenai universitas institusi, akademik, lembaga pendidikan, museum, perpustakaan, data bibliografi (buku, jurnal dsb), serta seminar dan pertemuan ilmiah lainya yang sedang berlangsung dan yang akan diselenggarakan, yang paling penting adalah bahwa informasi di internet setiap harinya bertambah dengan jumlah yang sangat banyak dan informasi yang disuguhkan selalu cepat dan *up to date*.

**2.5,2 Sejarah Perkembangan Internet**

Sejarah internet berawal pada tahun 1969, dibentuk oleh Deprtemen Pertahanan Amerika Serikat melalui sebuah proyek yaitu ARPA yang disebut dengan ARPANET *(Advanced Research Project Agency Network)*, mereka mendemonstrasikan bagaimana *hardware* dan *software* komputer yang berbasis UNIX, kita bisa melakukan komunikasi jarak jauh melalui saluran telepon.

Tujuan dibangunnya proyek ARPANET ini adalah untuk keperluan militer. Saat itu Departemen Pertahanan Amerika Serikat *(US Departement of Defense)* membuat sebuah sistem yang berbentuk jaringan komputer yang tersebar dengan hanya menghubungkan komputer ke daerah vitsal untuk mengatasi terjadinya serangan nuklir dan untuk menghindari terjadinya informasi terpusat.

Awalnya ARPANET hanya menghubungkan 4 situs yaitu *Starford Resaerch Institute, Universuty of California, Santa Barbara,* dan *University of Utah*, dimana mereka membentuk jaringan terpadu pada tahun 1969. Dan pada tahun 1972 di bulan Oktober, ARPANET secara resmi diperkenalkan kepada khalayak umum.

Daftar kejadian penting:

**Tabel 2.1**

|  |  |
| --- | --- |
| **Tahun** | **Kejadian** |
| [1957](http://id.wikipedia.org/wiki/1957) | [Uni Soviet](http://id.wikipedia.org/wiki/Uni_Soviet) (sekarang [Rusia](http://id.wikipedia.org/wiki/Rusia)) meluncurkan [wahana luar angkasa](http://id.wikipedia.org/wiki/Wahana_luar_angkasa), [Sputnik](http://id.wikipedia.org/wiki/Sputnik). |
| [1958](http://id.wikipedia.org/wiki/1958) | Sebagai buntut dari "kekalahan" Amerika Serikat dalam meluncurkan wahana luar angkasa, dibentuklah sebuah badan di dalam Departemen Pertahanan Amerika Serikat, [***Advanced Research Projects Agency***](http://id.wikipedia.org/w/index.php?title=Advanced_Research_Projects_Agency&action=edit&redlink=1) (ARPA), yang bertujuan agar Amerika Serikat mampu meningkatkan ilmu pengetahuan dan teknologi negara tersebut. Salah satu sasarannya adalah teknologi [komputer](http://id.wikipedia.org/wiki/Komputer). |
| [1962](http://id.wikipedia.org/wiki/1962) | [J.C.R. Licklider](http://id.wikipedia.org/w/index.php?title=J.C.R._Licklider&action=edit&redlink=1) menulis sebuah tulisan mengenai sebuah visi di mana komputer-komputer dapat saling dihubungkan antara satu dengan lainnya secara global agar setiap komputer tersebut mampu menawarkan akses terhadap program dan juga [data](http://id.wikipedia.org/wiki/Data). Pada tahun ini juga [RAND Corporation](http://id.wikipedia.org/w/index.php?title=RAND_Corporation&action=edit&redlink=1) memulai [riset](http://id.wikipedia.org/wiki/Riset) terhadap ide ini (jaringan komputer terdistribusi), yang ditujukan untuk tujuan militer. |
| Awal 1960-an | Teori mengenai [*packet-switching*](http://id.wikipedia.org/w/index.php?title=Packet-switching&action=edit&redlink=1) dapat diimplementasikan dalam dunia nyata. |
| Pertengahan 1960-an | ARPA mengembangkan ARPANET untuk mempromosikan "*Cooperative Networking of Time-sharing Computers*", dengan hanya empat buah *host* komputer yang dapat dihubungkan hingga tahun [1969](http://id.wikipedia.org/wiki/1969), yakni [Stanford Research Institute](http://id.wikipedia.org/w/index.php?title=Stanford_Research_Institute&action=edit&redlink=1), [University of California, Los Angeles](http://id.wikipedia.org/wiki/University_of_California,_Los_Angeles), [University of California, Santa Barbara](http://id.wikipedia.org/w/index.php?title=University_of_California,_Santa_Barbara&action=edit&redlink=1), dan[University of Utah](http://id.wikipedia.org/w/index.php?title=University_of_Utah&action=edit&redlink=1). |
| [1965](http://id.wikipedia.org/wiki/1965) | Istilah "[*Hypertext*](http://id.wikipedia.org/wiki/Hypertext)" dikeluarkan oleh [Ted Nelson](http://id.wikipedia.org/w/index.php?title=Ted_Nelson&action=edit&redlink=1). |
| [1968](http://id.wikipedia.org/wiki/1968) | Jaringan [Tymnet](http://id.wikipedia.org/w/index.php?title=Tymnet&action=edit&redlink=1) dibuat. |
| [1971](http://id.wikipedia.org/wiki/1971) | Anggota jaringan ARPANET bertambah menjadi 23 buah node komputer, yang terdiri atas komputer-komputer untuk riset milik pemerintah Amerika Serikat dan universitas. |
| [1972](http://id.wikipedia.org/wiki/1972) | Sebuah kelompok kerja yang disebut dengan *International Network Working Group* (INWG) dibuat untuk meningkatkan teknologi jaringan komputer dan juga membuat standar-standar untuk jaringan komputer, termasuk di antaranya adalah Internet. Pembicara pertama dari organisasi ini adalah [Vint Cerf](http://id.wikipedia.org/wiki/Vint_Cerf), yang kemudian disebut sebagai "**Bapak Internet**" |
| [1972](http://id.wikipedia.org/wiki/1972)-[1974](http://id.wikipedia.org/wiki/1974) | Beberapa layanan basis data komersial seperti Dialog, SDC Orbit, Lexis, The New York Times DataBank, dan lainnya, mendaftarkan dirinya ke ARPANET melalui jaringan dial-up. |
| [1973](http://id.wikipedia.org/wiki/1973) | ARPANET ke luar Amerika Serikat: pada tahun ini, anggota ARPANET bertambah lagi dengan masuknya beberapa universitas di luar Amerika Serikat yakni[University College of London](http://id.wikipedia.org/w/index.php?title=University_College_of_London&action=edit&redlink=1) dari [Inggris](http://id.wikipedia.org/wiki/Inggris) dan [Royal Radar Establishment](http://id.wikipedia.org/w/index.php?title=Royal_Radar_Establishment&action=edit&redlink=1) di [Norwegia](http://id.wikipedia.org/wiki/Norwegia). |
| [1974](http://id.wikipedia.org/wiki/1974) | Vint Cerf dan [Bob Kahn](http://id.wikipedia.org/w/index.php?title=Bob_Kahn&action=edit&redlink=1) mempublikasikan spesifikasi detail protokol [Transmission Control Protocol](http://id.wikipedia.org/wiki/Transmission_Control_Protocol) (TCP) dalam artikel "*A Protocol for Packet Network Interconnection*". |
| [1974](http://id.wikipedia.org/wiki/1974) | [Bolt, Beranet & Newman](http://id.wikipedia.org/w/index.php?title=Bolt,_Beranet_%26_Newman&action=edit&redlink=1) (BBN), pontraktor untuk ARPANET, membuka sebuah versi komersial dari ARPANET yang mereka sebut sebagai [Telenet](http://id.wikipedia.org/w/index.php?title=Telenet&action=edit&redlink=1), yang merupakan layanan paket data publik pertama. |
| [1977](http://id.wikipedia.org/wiki/1977) | Sudah ada 111 buah komputer yang telah terhubung ke ARPANET. |
| [1978](http://id.wikipedia.org/wiki/1978) | Protokol TCP dipecah menjadi dua bagian, yakni [Transmission Control Protocol](http://id.wikipedia.org/wiki/Transmission_Control_Protocol) dan [Internet Protocol](http://id.wikipedia.org/wiki/Internet_Protocol) ([TCP/IP](http://id.wikipedia.org/wiki/TCP/IP)) |
| [1979](http://id.wikipedia.org/wiki/1979) | Grup diskusi [Usenet](http://id.wikipedia.org/wiki/Usenet) pertama dibuat oleh [Tom Truscott](http://id.wikipedia.org/w/index.php?title=Tom_Truscott&action=edit&redlink=1), [Jim Ellis](http://id.wikipedia.org/w/index.php?title=Jim_Ellis&action=edit&redlink=1) dan [Steve Bellovin](http://id.wikipedia.org/w/index.php?title=Steve_Bellovin&action=edit&redlink=1), alumni dari [Duke University](http://id.wikipedia.org/wiki/Duke_University) dan [University of North Carolina](http://id.wikipedia.org/wiki/University_of_North_Carolina) [Amerika Serikat](http://id.wikipedia.org/wiki/Amerika_Serikat). Setelah itu, penggunaan Usenet pun meningkat secara drastis. Pada tahun ini pula, [*emoticon*](http://id.wikipedia.org/wiki/Emoticon) diusulkan oleh [Kevin McKenzie](http://id.wikipedia.org/w/index.php?title=Kevin_McKenzie&action=edit&redlink=1). |
| Awal 1980-an | [Komputer pribadi](http://id.wikipedia.org/wiki/Komputer_pribadi) (PC) mewabah, dan menjadi bagian dari banyak hidup manusia. Tahun ini tercatat ARPANET telah memiliki anggota hingga 213 *host* yang terhubung. Layanan [**BITNET**](http://id.wikipedia.org/w/index.php?title=BITNET&action=edit&redlink=1) (*Because It's Time Network*) dimulai, dengan menyediakan layanan [e-mail](http://id.wikipedia.org/wiki/E-mail), [*mailing list*](http://id.wikipedia.org/wiki/Mailing_list), dan juga [File Transfer Protocol](http://id.wikipedia.org/wiki/File_Transfer_Protocol) (FTP). CSNET (*Computer Science Network*) pun dibangun pada tahun ini oleh para ilmuwan dan pakar pada bidang ilmu komputer dari [Purdue University](http://id.wikipedia.org/wiki/Purdue_University), [University of Washington](http://id.wikipedia.org/wiki/University_of_Washington), [RAND Corporation](http://id.wikipedia.org/w/index.php?title=RAND_Corporation&action=edit&redlink=1), dan BBN, dengan dukungan dari [National Science Foundation](http://id.wikipedia.org/wiki/National_Science_Foundation) (NSF). Jaringan ini menyediakan layanan *e-mail* dan beberapa layanan lainnya kepada para ilmuwan tersebut tanpa harus mengakses ARPANET. |
| 1982 | Istilah "**Internet**" pertama kali digunakan, dan [TCP/IP](http://id.wikipedia.org/wiki/TCP/IP) diadopsi sebagai [protokol](http://id.wikipedia.org/wiki/Protokol) universal untuk jaringan tersebut. *Name server* mulai dikembangkan, sehingga mengizinkan para pengguna agar dapat terhubung kepada sebuah host tanpa harus mengetahui jalur pasti menuju*host* tersebut. Tahun ini tercatat ada lebih dari 1000 buah *host* yang tergabung ke Internet. |
| 1986 | Diperkenalkan sistem nama domain, yang sekarang dikenal dengan DNS (Domain Name System) yang berfungsi untuk menyeragamkan sistem pemberian nama alamat di jaringan komputer. |

*Sumber: Wikipedia/Sejarah Internet*

Pada tahun 1972, Roy Tomlinson menyempurnakan sebuah program yang disebut *e-mail* ciptaan ARPANET. Kemudian di tahun yang sma sebuah *icon* ‘@’ diperkanalkan sebagai lambang penting yang menunjukkan *“at”* atau “pada” . Tahun berikutnya, yaitu di tahun 1973 ARPANET berkembang diluar Amerika Serikat dan komputer *University College* di London adalah merupakan komputer pertama yang bergabung dengan jaringan ARPANET. Ahli komputer Vinton Cerf dan Bob Khan mempresentasikan ide mereka tentang internet di *University Sussex.*

Pada tahun 1976 Ratu Inggris berhasil memngirimkan *e-mail* dari Royal Signals dan Radar Establishmen di Melvern. Setahun kemudian lebih dari 100 komputer bergabung dengan ARPANET dan membentuk sebuah jaringan network. Pada tahun 1979 Tom Truscott, Jim Ellis dan Steve bellovin menciptakan *newsgroups*  pertama yang diberi nama USENET. Kemudian tahun 1981, France Telecom menluncurkan telepon televisi pertama, diamana orang dpat menelpon sambil berhubungan dengan video.

`Tahun 1982 DCA *(Defense Communication Agency)* bekerja sama dengan DARPA dan berhasil menciptakan TCP (*Transmission Control Protocol*) dan (*Internet Protocol*) yang berfungsi sebagai protokol utama pada ARAPANET. 2 tahun kemudian diperkenalkanlah sistem nama *domain* untuk menyeragamkan alamat jaringan kompuetr. Perkembangan tersebut mempu menjaring 10.000 komputer. Program editor *browser*  diperkenalkan oleh Tim Bernes Lee pada tahun 1990,program tersebut diberi sitilah www atau *world wide web*. Tahun 1992 muncul istilah lainnya seperti *surfing the internet, virtual shopping* atau *e-retail* dan kemudian didirakan *yahoo* dan *Netscape Navigator* (Haris, 1996:1-2).

Sutedjo menjelaskan sejarah masuknya internet di Indonesia, yaitu: Di Indonesia, jaringan internet mulai dikembangkan pada tahun 1983 di Universitas Indonesia, berupa Oinet oleh Joseph F.P Luhukay yang ketika itu baru saja menamatkan program sebagai doktor filosofi ilmu komputer di Amerika Serikat. Jaringan itu dibangun selama empat tahun. Pada tahun yang sama, Luhukay juga mulai mengembangkan University Network (uninet) di lingkungan Departemen Pendidikan dan Kebudayaan yang merupakan jaringan komputer dengan jangkauan yang lebih luas yang meliputi Universitas Indonesia, Institut Teknologi Bandung, Institut Pertanian Bogor, Universitas Gajah Mada, Institut Teknologi Surabaya, Universitas Hasanuddin. Jaringan internet telah menajikan pelopor terjadinya revolusi teknologi. Internet semakin diminati oleh kalangan baik perorangan maupun instansi-instansi pemerintah ataupun swasta termasuk diantaranya perpustakaan.

* + 1. **Fungsi Internet**

Menurut Lani Sidharta (1996), secara fisik Internet adalah interkoneksi antar jaringan komputer namun secara umum internet harus dipandang sebagai sumber daya informasi. Isi Internet adalah informasi, dapat dibayangkan sebagai suatu database atau perpustakaan multimediayang sangat besar dan lengkap. Bahkan Internet dipandang sebagai dunia dalambentuk lain (maya) karena hampir seluruh aspek kehidupan di dunia nyata ada diInternet seperti bisnis, hiburan, olah raga, politik dan lain sebagainya.

Kegunaan atau fungsi internet menurut Quarterman dan Mitchell dibagi menjadi 4 kategori, yaitu:

1. Internet sebagai media komunikasi

Merupakan fungsi internet yang paling banyak digunakan dimana setiap pengguna internet dapat berkomunikasi dengan pengguna lainnya dari selurh dunia.

1. Media pertukaran data dengan menggunakan *e-mail, newsgroup, ftp* dan *www (world wide seb*) para pengguna internet diseluruh dunia dapat saling bertukar informasi dengan cepat dan murah.
2. Media untuk mencari informasi atau data perkembangan internet yang pesat, menjadikan *www* sebagai salah satu sumber informasi yang penting dan akurat.
3. Fungsi komunitas.

Internet membentuk masyarakat yang beranggotakan para pengguna internet dari seluruh dunia. Dalam komunitas ini pengguna internet berkomunikasi, mencari informasi, berbelanja, melaqkukan transakasi bisnis, dan sebagainya. Maka internet sering disebut sebagai *cyberspace* atau *virtual world* (dunia maya).

* + 1. **Fasilitas Internet**

1. E-Mail (Electronic Mail)

Merupakan surat atau pesan elektronik yang dikirm dan diterima oleh antar individu atau komputer. E-mail tidak hanya bserisi teks tetapi juga dapat menyertakan atau melampirkan file, grafik, dokumen, foto bahkan video.

2. Discussion Group

Caranya adalah menggunakan *e-mail* untuk orang-orang yang sudah dikenal baik, tetapi dapat digunakan *e-mail*  untuk saling bertukar informasi,diskusi, dan dialog dengan orang lain.

* 1. Mailing List

Biasanya disebut Milis dikalangan neter Indonesia, merupakan salah satu disscusion group di internet. Anggotanya dapat berkomunikasi lewat e-mail pada lisa address.

* 1. Newsgroup

Discussion Group ini menggunakan komputer jaringan khusu yang disebut sebagai UseNet. Setiap komputer terdapat beberapa newsgroup, diatur berdasarkan general kemudian dibagi menjadi beberapa subtopik.

3. FTP

Fle Transfer Protocol adalah layanan untuk melakukan transfer data dari komputer dengan server internet. Banyak server yang menyediakan layanan ini sehingga pengguna dapat mengkopi file ke komputer, biasa disebut dengan download. Selain itu juga dapat mengkopi file dari komputer ke server internet atau biasa disebut dengan upload.

4. Telnet Beberapa server internet mengizinkan pengguna mengakses dan menjalankan beberapa program yang diinstal komputer.

5. Gopher

Adalah aplikasi perangkat lunak yang tersusun atas untaian menu akses pencarian dan penemuan kembali. Situs ini merupakan komputer yang menampilkan menu-menu yang mewakili data dan informasi yang tersedia.

**2.3.3 Media Sosial**

Media adalah sebuah alat atau sarana yang digunakan untuk menyampaikan pesan dari komunikator kepada khalayak. Pakar psikologi memandang dalam komunikasi antarmanusia, media yang paling dominan adalah pancaindra manusia, seperti mata dan telinga. Pesan yang diterima oleh pancaindra kemudian diproses dalam pikiran manusia untuk mengontrol dan menentukan sikapnya terhadap sesuatu, sebelum dinyatakan dalam sebuah tindakan.

Media sosial adalah media online yang di desain untuk memudahkan para pengguna berinteraksi, berpartisispasi, berbagi dan menciptakan isi meliputi blog, jejaring sosial, forum dll. Media ini berbasis pada teknologi internet yang mengubah pola penyebaran informasi yang sebelumnya bersifat *broadcast media monologue* ( satu ke banyak audiens) ke sosial media dialogue (banyak audiens ke banyak audiens). Media sosial mendukung terciptanya demokrasi informasi dan ilmu pengetahuan. Media ini merupakan salah satu dari kemunculan *new media.* Dalam media sosial individu maupun kelompok saling berinteraksi secra *online* melalui internet. Media sosial tidak hanya digunakan invidu saja, jaringan ini mulai digunakan juga oleh organisasi, lembaga dan perusahaan besar maupun kecil.

Media sosial digunakan dengan cara memanfaatkan teknologi dalam berkomunikasi. Teknologi yang dimaksud adalah internet. Sifatnya terbuka membuata siapapun bisa masuk di dalamnya. Di dalam media sosial siapa saja boleh menuangkan ide dalam bentuk tulisan maupun visual. Menurut Dave Evan dalam bukunya yang berjudul ***Social Media Marketing One Hour a Day,*** menjelaskan bahwa media sosial adalah:

***Social media is the democratization of information, transforming people from content reader into content publisher. It is shift from broadcast mechanism to a many-tomany model, rooted in conversations between authors, people, and peers. Social media uses the “wisdom of crowds” to connect information in a collaborative manner.* (Media sosial ada demokratisasi informasi, mengubah orang dari pembaca konten menjadi penerbit konten. Hal ini adalah pergeseran dari mekanisme siaran menjadi model banyak ke banyak saluran, yang berakar dari percakapan antara penulis, orang dan rekan-rekan. Media sosial menggunakan “konsep orang banyak” agar dapat terhubung dengan informasi secara bersama-sama. (2008-33)**

Dari definisi diatas dapat disimpulkan bahwa kehadiaran media sosial merupakan bentuk demokratisasi informasi, orang yang terlibat di media sosial bukan hanya berperan sebagai pembaca tetapi sebagai penerbit konten. Perubahan saluran menjadi model banyak ke banyak, otomatis akan membuat informasi semakin cepat tersebar. Ruang lingkupnya sangat luas sehingga bisa bergabung anatara satu komunitas media sosial dengan komunitas lainnya. Kebebasan berekspresi dan berinformasi menajadi salah satu keunggulan dari media sosial. Dalam bukunya, Solis – *Engage The Complate Guide for Brands and Bussinesses to Build, Cultivate, and Measure Success in the New Web* menjelaskan:

***Social media is:***

1. ***A platform the socialization of media***
2. ***The online tools that facilitate conversations***
3. ***Connections between friends, peers, and influencers***
4. ***Collaborations***
5. ***The redistribution of influence***
6. ***A call for humanizing personal and audiences, and the stories that link them together***
7. ***Compassionate***
8. ***Words, pictures, video, chatter, audio. And also experiences, observations, opinions, news, and insights***
9. ***An opportunity an a privilege.***

**(Meida sosial adalah: a. Sebuah platform untuk media sosialisasi, b. Alat onlonet yang memfasislitasi percakapan, c. Koneksi anatara teman, rekan-rekan, dan influecers, d. Kolaborasi, e. Redistribusi pengaruh, f. Sebuah panggilan untuk memanusiakan personal, penonton, dan cerita-cerita yang menghubungkan mereka bersama-sama, g. Pengasih, h. Kata-kata, gambar, video, obrolan, audio, dan juga pengalaman, pengamatan, opini, berita, dan wawasan, i. Kesempatan dan hak istimewa). (2010:36)**

Dari penejlasan di atas terdapat unsur-unsur dalam media sosial, mulai dari fungsi hingga apa saja di dalamnya. Terdapat pesan atau informasi yang disebutkan dalam definisi diatas yaitu berupa gambat atau video dan berupa pengalaman, pengamatan,opini, berita dan wawasan yang dapat disebarluaskan pada individu lain yang terjaring dalam media sosial yang sama.

Media sosial memiliki aliran informasi yang tidak terbatas, hal tersebut dapat memicu kebosanan, dikarenakan kejenuhan karena banyaknya informasi yang diterima, sehingga pada titik puncaknya manusia akan mencari bentuk media sosial yang berbeda**. Gamble, Teri, dan Michael** dalam *Communication Works* sebagaimana dikutip Wikipedia menyebutkan, media sosial mempunyai ciri - ciri sebagai berikut :

1. **Pesan yang di sampaikan tidak hanya untuk satu orang saja namun bisa keberbagai banyak orang contohnya pesan melalui SMS ataupun internet**
2. **Pesan yang di sampaikan bebas, tanpa harus melalui suatu Gatekeeper**
3. **Pesan yang di sampaikan cenderung lebih cepat di banding media lainnya**
4. **Penerima pesan yang menentukan waktu interaksi.**

Media sosial memiliki tampilan yang beragam, seperti wiki, *podcast,* forum di internet atau forum diskusi. Teknologi seperti *e-mail*, pesan instan, VoIP dan *photosharing* merupakan alat-alat yang sering kali digunakan. Isinya berbentuk grafik, teks, foto, audio, bahkan video. Contohnya seperti *Youtube, Facebook, Twitter, Flickr, Google, Path, Instagram* dan *MySpace*.

**Gambar 2.1**

*Sumber:* [*thesocialperspective.wordpress.com*](http://www.google.co.id/url?sa=i&source=images&cd=&cad=rja&uact=8&docid=pSLh7w2LBTxNeM&tbnid=EFQcS2D-zhOj8M:&ved=0CAcQjB04Kg&url=http%3A%2F%2Fthesocialperspective.wordpress.com%2F&ei=caYyVPzNFNaXuASXrILQBw&psig=AFQjCNEgH49ndN7jPcDyA_l2PQL7qxrmUA&ust=1412691953486699)

Salah satu bentuk dari media sosial adalah jejaring sosial. **Zarella** dalam bukunya ***The Social Media Marketing Book***  menjelaskan bahwa:

**Jejaring sosial (*social network*) adalah salah situs yang menjadi tempat orang-orang berkomunikasi dengan teman-teman mereka, yang mereka kenal di dunia nyata maupun dunia maya.(2011:51).**

Dalam perkembangannya jejaring sosial ini teman bisa berarti konsumen karena pengguna jejaring sosial tidak hanya dimanfaatkan oleh individu untuk bersosialisasi tetapi juga digunakan oleh perusahaan dalam bersosialisasi dengan konsumennya baik untuk melakukan pemasaran maupun pencitraan perusahaan. Contoh jejaring sosial saat ini yang diminati adalah *Twitter, Instagram, Path, Black Berry Massagger* (BBM)*, LINE* dll.

Saat ini banyak pengguna jajaring sosial bukan hanya untuk bertukar informasi maupun komunikasi, tetapi menjadi sarana atau wadah bagi seseorang untuk mengabadikan moment di media sosial. Tidak hanya orang dewasa, anak-anak remaja saat ini sudah mengetahui bahkan menggunakan media tersebut. Perkembangan zaman yang begitu pesat apalagi di bidang teknologi membuat seseorang merasa media sosial menjadi suatu kebutuhan yang wajib dimiliki.

* 1. **Instagram**

Pengertian dari Instagram ialah kata yang berhasal dari ‘ Insta ‘ atau bisa juga ‘ Instan ‘. Hal ini dikarenakan Instagram ialah cara untuk berfoto dan membagikan foto anda kepada teman-teman terdekat anda secara mudah dan instan. Karena di Instagram ada fitur kamera polaroid nya yang berfungsi untuk foto dan membagikan foto itu ke teman-teman beserta pengikut instagram. Dan Kata ‘ Gram ‘ mempunyai arti yaitu kata yang berasal dari kata ‘ Telegram ‘ yang mempunyai makna seperti telegram. Mengapa seperti telegram ? karena telegram sangat cepat di dalam mengirimkan informasi kepada seseorang. Begitu pula dengan instagram, di Instagram kita dapat mengirimkan Informasi berupa foto kepada seseorang.

Instagram sendiri ialah Suatu jejaring sosial yang mempunyai tujuan untuk membantu penggunanya untuk membagikan foto kepada pengguna lainnya. Instagram sendiri masih berkhusus kepada pengguna Android, Iphone, Ipod, Ipad dan Gadget yang mempunyai OS 3.2 untuk pengguna di komputer masih belum sempurna. Karena Instagram dibuat hanya untuk pengguna gadget saja.

Instagram awal mulanya dibentuk oleh perusahaan Burb INC, perusahaan Burb INC adalah sebuah perusahaan yang mempunyai visi dan misi dalam membuat aplikasi untuk gadget. di awal mula terbentuknya perusahaan Burb INC, perusahaan itu hanya banyak melakukan pembuatan aplikasi untuk gadget.

Instagram juga berawal dari Programmer dan sekaligus CEO nya yaitu Mike Krieger dan Kevin Systrom, mereka berdua merupakan salah satu atau salah dua orang terpenting di dalam berdirinya Instagram. Jika tidak ada mereka maka instagram pun tidak ada. Instagram didirikan bersama Burb INC di awal tahun 2010 sekitar di bulan januari. Setelah melewati masa 10 bulan setelah di buat Instagram mempunyai lebih dari 7 juta pengguna aktif ( Informasi ini saya dapatkan dari situs terpercaya ) . Instagram juga mempunyai komunitas pengguna instagram di indonesia, mereka menamai diri mereka sebagai IPhonesia. [IPhonesia](http://www.rahman371.wordpress.com/) merupakan singkatan dari I Device Photographer Indonesia, Komunitas IPhonesia ini terbentuk pada tahun 2011 lebih tepatnya pada tanggal 12 januari 2011.

Instagram mempunyai beberapa fitur yang memudahkan para penggunanya, Diantaranya :

1. Fitur Followers atau Pengikut, Fitur ini merupakan fitur yang sangat amat disukai untuk para pengguna instagram. Fitur ini bertujuan untuk mengikuti akun instagram seseorang ataupun akun instagram anda yang diikuti seseorang. Semakin banyak pengikut anda di Instagram, maka akun instagram anda akan semakin populer dan dikenal banyak orang.
2. Fitur Efek untuk Foto, Fitur ini juga tidak kalah bagus yang terdapat di Instagram. Fitur ini mempunyai kegunaan hampir sama dengan aplikasi mengedit foto untuk terlihat lebih bagus yang sekarang sangat terkenal yaitu Camera 360. Fitur efek foto instagram ini hampir sama dengan Camera 360. Hanya saja yang membedakan lebih bagus Camera 360.
3. Fitur Bagikan Foto, Fitur ini berfungsi untuk membagikan foto-foto anda kepada pengikut anda di Instagram. ini merupakan fitur yang sangat utama di Instagram.
4. Fitur Share Untuk membagikan foto kepada Media Sosial lain, Fitur ini mempunyai kegunaan yaitu untuk membagikan foto dari Instagram ke media sosial atau jejaring sosial lain seperti Facebook, Twitter, Dll.
5. Fitur Suka Foto, Fitur ini berguna untuk menyukai foto yang terdapat di akun instagram anda maupun di akun instagram teman anda atau akun instagram yang anda ikuti.
6. Fitur Halaman Populer di instagram, Fitur ini untuk mengetahui foto-foto apa saja yang sedang populer dan paling banyak disukai oleh pengguna Instagram.
7. Anda bisa langsung melihat fitur-fitur instagram lainnya dengan cara membuat akun baru atau masuk dengan akun yang sudah ada lewat aplikasi instagram maupun lewat[SItus Resmi Instagram](http://www.instagram.com/)

Instagram juga mempunyai syarat dan ketentuan beserta peraturan untuk para pengguna instagram, yaitu :

1. Anda harus berumur 13 tahun keatas atau lebih dari 13 tahun, Karena jika belum berumur 13 tahun anda tidak diperbolehkan mempunyai Instagram.
2. Anda tidak boleh menggunakan instagram untuk tindakan yang ilegal dan melanggar undang-undang. Seperti mengejek pengguna instagram lainnya.
3. Anda tidak boleh membuat akun palsu di Instagram.
4. Anda tidak boleh mempunyai DNS (Domain Name Service) yang mempunyai kata ‘Instagram’ nya.
5. Anda tidak membagikan kata sandi atau password akun instagram anda kepada teman-teman anda.
6. Anda juga bisa baca peraturan dan syarat lainnya di [Terms Of Use Instagram](http://instagram.com/about/legal/terms/)

Jika anda sudah memenuhi peraturan dan syarat diatas, anda baru diperbolehkan mempunyai akun instagram dengan cara mendaftarnya. Jika anda belum mengetahui **Cara Mendaftar Instagram**, di artikel kali ini saya juga akan memberitahunya. cara-cara mendaftarnya yaitu :

* Anda harus mempunyai Gadget Android atau IPhone atau Ipod atau Gadget yang mempunyai OS 3.2
* Anda terlebih dahulu harus mengunduh aplikasi instagramnya, Unduh aplikasi instagram dari Situs Resmi Instagram atau dari Google Play atau bisa juga dari Play Store dan App Store.
* Setelah anda mempunyai aplikasi instagram langkah selanjutnya ialah buka aplikasi instagram tersebut.
* Cari tombol ‘Daftar’ atau ‘Register’ atau jika anda ingin mendaftar menggunakan akun facebook juga bisa.
* Setelah itu isikan informasi anda di Form Pendaftaran Instagram.
* Setelah itu anda tunggu proses loading atau memuat nya selesai dan cari teman anda di Instagram.
* Lalu follow beberapa akun teman anda di Instagram
* Dan akun instagram anda telah resmi dibuat.
* Jangan lupa untuk mengonfirmasi akun instagram anda dengan menggunakan email anda. karena jika tidak di konfirmasi akun instagram anda bisa ditangguhkan atau diblokir.
  1. **sejarah Dan Perkembangan Aplikasi Sosial Media Instagram**

Dizaman sekarang ini, teknologi semakin canggih. Hal ini terlihat juga dengan semakin banyaknya aplikasi baru yang bermunculan, dan salah satu yang menarik perhatian adalah aplikasi Instagram. Mungkin untuk sekarang ini hampir rata-rata anak muda telah mempunyai akun instagram, entah itu digunakan untuk posting foto dan mungkin juga hanya digunakan untuk melihat foto-foto orang saja.

Kehadiran kamera berkualitas tinggi pada smartphone membuat banyak orang mempunyai aktivitas baru yang menyenangkan. Orang akan mudahnya mengambil gambar dimanapun dan kapanpun dengan menggunakan kamera smarphone ini. Dan biasanya setelah mengambil sebuah gambar, orang tersebut tidak sabar lagi untuk pamer. Dan akhirnya foto-foto tersebut diupload ke sosial media seperti Instagram. Instagram memang menjadi pilihan utama anak-anak muda sekarang untuk mempostingkan foto-foto kegiatan yang sedang mereka lalukan.

Instagram adalah sebuah aplikasi berbagi foto yang memungkinkan pengguna mengambil foto, menerapkan filter digital, dan membagikannya ke berbagai layanan jejaring sosial, termasuk milik Instagram sendiri. Satu fitur yang unik di Instagram adalah memotong foto menjadi bentuk persegi, sehingga terlihat seperti hasil kamera Kodak Instamatic dan polaroid. Hal ini berbeda dengan rasio aspek 4:3 yang umum digunakan oleh kamera pada peranti bergerak.

Awalnya, Kevin dan Mike menciptakan aplikasi mobile web bernama Burbn. Aplikasi ini punya fitur semacam check-in lokasi, pengguna akan mendapatkan poin di aplikasi ini setiap kali mereka check-in saat bergaul dengan teman, posting foto, dan banyak lagi. Tapi, karena fitur di dalam aplikasi Burbn terlalu banyak, mereka membuat aplikasi baru yang lebih simple yaitu Instagram.  Kalau aplikasi yang terdahulu punya banyak fitur, Kevin dan Mike sengaja membuat Instagram dengan 3 macam fitur doang, yaitu posting foto, komentar dan like. Jadi, pengguna Instagram nggak perlu repot atau bingung untuk mainin social media ini. Nama Instagram diambil dari kata “insta” yang berasal dari kata “instan”. Kata instan juga diambil dari cara kerja kamera Polaroid yang menghasilkan foto secara instan. Makanya, lambang Instagram mirip kayak kamera Polaroid. Sedangkan “gram”, diambil dari kata “telegram” yang berarti cara kerjanya mengirimkan informasi secara cepat.

Perusahaan Burbn Inc yang berdiri pada tahun 2010 merupakan sebuah perusahaan teknologi startup yang hanya berfokus pada pengembangan aplikasi untuk telpon genggam. Pada awalnya perusahaan ini fokus terlalu banyak di dalam HTML 5 peranti bergerak, namun **Kevin Systrom**dan **Mike Krieger** selaku CEO perusahaan ini memutuskan untuk lebih fokus pada satu hal saja. Selama satu minggu mereka terus mencoba untuk membuat sebuah ide yang bagus, dan pada akhirnya mereka membuat versi pertama dari Burbn, namun pada versi yang pertama ini masih banyak kekurangan dan masih ada beberapa hal yang belum sempurna. Versi Burbn yang sudah final dapat dijalankan di iPhone, namun isinya masih terlalu banyak fitur-fitur. Kevin Systrom dan Mike Krieger merasa kesulitan untuk mengurangi fitur-fitur yang ada. Dan akhirnya mereka memulainya dari awal lagi yang memfokuskan pada bagian foto, komentar dan kemampuan untuk menyukai sebuah foto. Dan inilah yang akhirnya menjadi **Instagram**.

Karena instagram mengalami perkembangan yang sangat luar biasa dan telah diakses oleh banyak orang di dunia, akhirnya pada 9 April 2012 instagram diambil alih oleh facebook dengan nilai hampir $1 miliar dalam bentuk tunai dan saham.

Dulunya aplikasi instagram ini hanya bisa didownload dari App Store, tetapi seiring dengan berkembangnya aplikasi ini akhirnya instagram hadir di Play Store dan tentunya para pengguna android telah bisa menggunakan aplikasi instagram ini. Setelah setahun peluncurannya, pengguna instagram semakin banyak bahkan telah mencapai 10 juta pengguna.

* 1. pengertian mobile photography

2007 adalah tahun dimana lahirnya sebuah gadget yang kemudian merubah dunia photography untuk selamanya. Kelahiran iPhone 2G, sebuah mobile phone dengan camera 2 megapixelnya dengan cepat merubah dunia photography yang tadinya bersifat exclusive menjadi sebuah hobby yang dapat dinikmati oleh banyak orang. Dalam situs flickr, jumlah photo yang diambil menggunakan iPhone dalam waktu singkat berhasil mengungguli jumlah photo yang diambil menggunakan merek-merek camera lain seperti Canon dan Nikon yang sudah lebih dahulu dikenal. Sejak saat itu jugalah mulai dikenal sebuah istilahbernama “Mobile Photography” ,sebagai identitas bagi photo yang diambil menggunakan mobile phone.

Mobile photography mengalami perkembangan sangat pesat, apalagi saat social media bernama Instagram muncul pada bulan Oktober 2010. Media social yang bertujuan mengunggah foto ini mampu menarik hingga ribuan photo yang dicapture menggunakan iPhone lalu diunggah kedalam media Instagram setiap harinya.

Saat ini, tidak hanya iPhone yang memiliki camera, hampir semua mobile phone dari berbagai merek memilikinya. Hal itu menjadikan hampir semua orang bisa berfoto, dan menjadikan kegiatan tersebut sebagai bagian dari gaya hidupnya. Akan tetapi, apakah semua photo yang diambil menggunakan Mobile Phone dapat dikatakan sebuah karya mobile photography?

Photography sendiri adalah sebuah seni melukis menggunakan cahaya. Seni adalah sebuah keindahan, meski keindahan tersebut bukanlah suatu ilmu pasti yang dikarenakan interpretasi berbeda dari masing-masing penikmatnya, akan tetapi tetap ada tatanan atau tolakukur dalam menilai suatu seni terbilang indah atau tidak. Begitu juga dalam photography, sebuah photo dapat dikatakan sebagai seni photography bila memenuhi beberapa aturan seperti : komposisi, pencahayaan, moment, warna, dan masih banyak lainnya.

Aturan-aturan tersebut tentu saja berlaku dalam dunia mobile photography. Maka dari itu sebuah hasil photo yang menggunakan mobile device tidak serta merta dapat digolongkan sebagai sebuah karya Mobile Photography.  
Lalu apa saja yang perlu diperhatikan dalam menghasilkan sebuah karya yang dapat disebut sebagai karya Mobile Photography?

* 1. pengertian life style

*Life style* atau yang lebih dikenal dengan gaya hidup merupakan suatu bnetuk ekspresi diri seseorang dalam bertindak melalui sikap dan perilaku sehari-hari individu seseorang. Seperti yang diungkapkan **Susanto** dalam bukunya **Potret-Potret Gaya Hidup Metropolis.**

**Gaya hidup adalah perpaduan antara kebutuhan ekspresi diri dan harapan kelompok terhadap seseorang dalam bertindak berdasarkan pada norma yang berlaku. Oleh karena itu banyak diketahui macam gaya hidup yang berkembang dimasyarakat sekarang misalnya gaya hidup hedonis, gaya hidup metropolis, gaya hidup global dan lain sebagainya. (2001;25)**

Kemudian menurut **Plummer:**

**“gaya hidup adalah cara hidup individu yang diidentifikasikan oleh bagaimana orang menghabiskan waktu mereka (aktivitas), apa yang mereka anggap penting dalam hidupnya (ketertarikan) dan apa yang mereka pikirkan tentang dunia sekitarnya.” (1983;45)**

Dari keterangan diatas dapat disimpulkan bahwa pada prinsipnya adalah bagaimana seseorang dapat menghabiskan waktu dan aktivitas aehari-hari untukkepentingan dan berlangsungan hidupnya dengan cara kreatif, sehingga media sosial menjadi ajang untuk mengekspresikan diri.