**BAB II**

**TINJAUAN PUSTAKA**

**2.1 Hasil Penelitian Terdahulu**

 Penelitian Terdahulu ini menjadi salah satu acuan penulis dalam melakukan penelitian sehingga penulis dapat memperkaya teori yang digunakan dalam mengkaji penelitian yang dilakukan. Dari penelitian terdahulu, penulis tidak menemukan penelitian dengan judul yang sama seperti judul penelitian penulis. Namun penulis mengangkat beberapa penelitian sebagai referensi dalam memperkaya bahan kajian pada penelitian penulis. Berikut merupakan penelitian terdahulu berupa beberapa skripsi terkait dengan penelitian yang dilakukan penulis.

Tabel 2.1

Penelitian Terdahulu

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| NO | Nama Peneliti | Judul Penelitian | Hasil Penelitian |
| 1 | **Andri Aryanda, Universitas Mercu Buana Tahun 2014** | Pengaruh Black Campaign Pada Mahasiswa Broadcasting Universitas Mercu Buana di media sosial path Dalam Pilpres 2014 | Isi isu kampanye hitam dan kampanye negatif yang menyerang pasangan Jokowi dan Jusuf Kalla. Kecanggihan dan kemudahan teknologi membuat kampanye hitam dan kampanye negatif sangat mudah dilakukan di media sosial. Isu kampanye hitam dan kampanye negatif yang beredar melalui media sosial |
| 2. | Clara Novita A, :Universitas Gadjah Mada Tahun 2015 | Literasi Media Baru Dan Penyebaran Informasi Hoax (Studi Fenomenologi pada Pengguna Whatsapp dalam Penyebaran Informasi Hoax periode Januari-Maret 2015) |  literasi media apapun. Faktor penyebab yang ditemukan adalah kurangnya pengetahuan mengenai literasi media dan nformasi *hoax*, tidak kritis saat menghadapi pesan media, tingkat kebutuhan berinformasi, dan kurangnya tanggung jawab sosial dalam berinteraksi.  |

**2.2 Kajian Teori**

**2.2.1 Pengertian Komunikasi**

Istilah Komunikasi dalam bahasa inggris *communication* berasal dari bahasa latin *communication,* dan bersumber dari kata *communis* yang berarti “sama”. Sama disini maksudnya sama makna. Diasumsikan, jika ada dua orang yang terlihat dalam komunikasi, misalnya dalam bentuk percakapan, maka komunikasi akan terjadi atau berlangsung selama ada kesamaan makna mengenai apa yang dipercakapkan. Kesamaan bahasa yang digunakan dalam percakapan itu belum tentu menimbulkan kesamaan makna. Dengan kata lain perkataan, mengerti bahasanya saja belum tentu mengerti makna yang dibawakan oleh bahasa itu. Jelas percakapan yang dibawa oleh kedua orang tadi dapat dikatakan komunikatif apabila kedua-duanya, selain mengerti bahasa yang dipergunakan, juga mengerti makna dari bahasa yang dipercakapkan.

Aktivitas Komunikasi, harus mengandung kesamaan makna antara dua pihak yang terlibat. Karena kegiatan komunikasi tidak hanya informative, yakni agar orang lain mengerti dan tahu, tetapi juga persuasif, yaitu agar orang lain bersedia menerima satu paham keyakinan, melakukan suatu perbuatan atau kegiatan dan lain-lain. Komunikasi pada dasarnya bersifat instrumental dan persuasif, kita berkomunikasi untuk mengajak baik itu orang lain dan sebenarnya bisa juga berkomunikasi dengan diri sendiri. Ketika kita ingin melakukan suatu hal yang menjadi dilemma bagi kita, kita akan berusaha mempertimbangkan apa tindakan yang akan dilakukan, hal terebut juga disebut sebuah komunikasi.

Dalam pengertian khusus komunikasi, **Hovland** (dalam Effendy) dalam buku **Ilmu Komunikasi Teori dan Praktek** mengatakan bahwa komunikasi adalah :

**Proses mengubah perilaku orang lain (*communication is the procces to modify the behaviour of other individuals*). Jadi dalam berkomunikasi bukan sekedar memberitahu, tetapi juga berupaya mempengaruhi agar seseorang atau sejumlah orang melakukan kegiatan atau tindakan yang diinginkan oleh komunikator, akan tetapi seseorang akan dapat mengubah sikap pendapat atau perilaku orang lain, hal ini bisa terjadi apabila komunikasi yang disampaikan bersifat komunikatif yaitu komunikator dalam menyampaikan pesan – pesan harus benar – benar dimengerti dan dipahami oleh komunikan untuk mencapai tujuan komunikasi yang komunikatif. (2001 : 10)**

Pengertian komunikasi juga datang dari **Everett M. Rogers** yang dipaparkan oleh **Cangara** dalam buku karyanya **Pengantar Ilmu Komunikasi** yang mengatakan bahwa komunikasi adalah : **“Proses dimana suatu ide dialihkan dari sumber kepada satu penerima atau lebih dengan maksud untuk mengubah tingkah laku mereka”. (1998:19)**

 Lebih dalam lagi menurut **Ross** dalam Pengantar Ilmu Komunikasi karya **Mulyana** bahwa komunikasi adalah sebagai berikut:

**Suatu proses menyortir, memilih dan mengirimkan symbol.Symbol sedemikian rupa sehingga membantu pendengar membangkitkan makna atau respons dari pikirannya yang serupa dengan dimaksudkan komunikator. (2001:69)**

 Intinya apa yang disampaikan oleh Ross adalah adanya respon balik dari pesan yang disampaikan komunikator agar sama dengan apa yang dimaksud oleh komunikator. Komunikasi sebenarnya belum ada persetujuan antara ahli – ahli sebagai definisi yang paling utama dan disetujui oleh para ahli – ahli tersebut.

 Komunikasi memiliki banyak versi dari segi definisi. Kemudian, menurut **Rogers dan Kincaid** pada 1981 dalam Pengantar Ilmu Komunikasi karya **Cangara** bahwa :

**Komunikasi adalah suatu proses dimana dua orang atau lebih membentuk atau melakukan pertukaran informasi dengan satu sama lain-nya, yang pada gilirannya akan tiba pada saling pengertian yang mendalam (2006:19)**

Rogers mencoba mengspesifikasikan hakikat suatu hubungan dengan adanya suatu pertukaran informasi (pesan) dimana ia menginginkan adanya perubahan sikap dan tingkah laku serta kebersamaan dalam menciptakan saling pengertian dari orang – orang yang ikut sera dalam suatu proses komunikasi.

Dari penjelasan diatas, menjelaskan bahwa komunikasi terjadi antara dua orang atau lebih. Proses komunikasi merupakan bentuk dan kegiatan pertukaran pesan atau informasi antara pengirim pesan dan penerima pesan. Pesan yang disampaikan dapat diterima maksud dan tujuannya, sehingga terbentuk adanya kesamaan makna dan pengertian dari pesan yang disampaikan. Dalam proses komunikasi tidak hanya secara satu arah melainkan secara dua arah, yaitu pesan yang disampaikan kepada penerima pesan dapat diterima dan memberikan *feedback* dari pesan yang disampaikan kepada pengirim pesan.

 Komunikasi memiliki peranan yang sangat penting dalam kehidupan manusia diseluruh dunia, karena dengan berkomunikasi segala maksud dan tujuan seseorang bisa tercapai. Komunikasi tidak hanya menggunakan kata-kata dari mulut saja namun komunikasi pun bisa dilakukan dengan media dan aspek-aspek lain di luar penggunaan kata-kata yang dihasilkan oleh mulut manusia.

 Manusia berkomunikasi untuk membagi pengetahuan dan pengalaman. Melalui komunikasi, sikap dan perasaan seseorang atau kelompok dapat dipahami oleh pihak lain. Akan tetapi komunikasi akan efektif apabila pesan yang disampaikan dapat ditafsirkan sam dengan baiknya oleh pihak lain atau penerima pesan tersebut.

**2.2.2 Informasi Hoax**

 Secara singkat informasi *hoax* adalah informasi yang tidak benar. Dalam *cambridge dictionary*, kata *hoax* sendiri berarti tipuan atau lelucon. Kegiatan menipu, trik penipuan, rencana penipuan disebut dengan *hoax*. Kemudian, situs *hoax*es.org dalam konteks budaya mengarahkan pengertian *hoax* sebagai aktivitas menipu: Ketika koran sengaja mencetak cerita palsu, facebook sebagai sarana penyebaran berita palsu kita menyebutnya *hoax*. Kita juga menggambarkannya sebagai aksi publisitas yang menyesatkan, ancaman bom palsu, penipuan ilmiah, penipuan bisnis, dan klaim politik palsu sebagai *hoax*. Produksi berita hoax semakin marak menjelang masa kampanye pemilihan umum gubernur Jakarta 2017 .

**2.2.3 Sejarah Hoax dan asal usulnya**

 Istilah Hoax atau berita bohong ini sebenarnya sudah ada sejak ratusan tahun lalu. Istilah Hoax diperkirakan pertama kali muncul sekitar tahun 1808, dan merupakan istilah dalam bahasa inggris. hal ini tertulis dalam buku yang berjudul Sins Against Science karya Linda Walsh. Kata Hoax juga diyakini berasal dari kata-kata mantra para penyihir pada jaman dulu, yaitu "Hocus Pocus" yang berasal dari bahasa latin, yakni "Hoc est corpus", yang digunakan para penyihir untuk memperdaya orang lain dengan kata-kata mereka yang ternyata bohong. Penjelasan mengenai Hoax yang berarti suatu penipuan, juga dapat ditemukan dalam sebuah buku tahun 1965, yang berjudul Candle in the dark karya Thomas ady. Penggunaan kata Hoax mulai populer, sekitar tahun 2006. Yang didapat dari sebuah film berjudul Hoax, yang dibintangi oleh Richard Gere dan disutradarai oleh Lasse Halstorm.
 Film Hoax ini sebenarnya diambil dari sebuah Novel hasil karya Clifford Irving yang juga berjudul Hoax, namun karena isi dari Film Hoax tersebut banyak melenceng dari Novel karyanya, Clifford Irving akhirnya mengundurkan diri dari pembuatan film Hoax tersebut. Sejak saat itu, Film Hoax ini dikenal sebagai suatu Film yang banyak berisikan tentang kebohongan-kebohongan, dan banyak orang yang menggunakan istilah Hoax untuk menggambarkan suatu berita bohong.
 Berita Hoax yang awalnya digunakan sebagian orang untuk sekedar lelucon, kini menjadi semakin meresahkan. Berbagai pemberitaan bohong atau berita Hoax menyebar luas, dan kini menyebabkan berbagai hal negatif dan mulai meresahkan banyak kalangan. Oleh karena itu, diharapkan agar kita tidak dengan mudah menerima segala pemberitaan, apalagi suatu berita yang berisi tentang hal yang kurang masuk akal dan tidak jelas sumber beritanya. Perlu kita ingat, bahwa suatu berita Hoax, dapat tersebar dengan luas hanya dalam waktu yang singkat karena kebanyakan dari kita justru ikut menyebarluaskan berita tersebut. Tak jarang juga beberapa berita Hoax tersebut berisikan suatu ancaman atau ultimatum jika seseorang yang telah mengetahui berita tersebut akan mendapatkan kerugian atau musibah jika tidak turut menyebarkannya kepada orang lain.

**2.3 Teori Fenomenologi**

Alfred Schutz lahir di Wina pada tahun 1899 dan meninggal di New York pada tahun 1959. Ia menyukai musik, pernah bekerja di bank mulai berkenalan dengan ilmu hukum dan sosial. Ia mengikuti pendidikan akademik di Universitas Vienna, Austria dengan mengambil bidang ilmu- ilmu hukum dan sosial. Gurunya yang sangat terkenal adalah Hans Kelsen (ahli hukum), Ludwig Von Mises (ekonom), dan Friedrich Von Wieser dan Othmar Spann (keduanya ahli sosiologi).

Pendidikan formal ini dijalankan Schutz setelah ia mengikuti Perang Dunia I. Selama kuliah ia menjadi sangat tertarik pada karya-karya Max Weber dan Edmund Husserl. Setelah lulus ilmu hukum, dia malah bekerja di bidang perbankan untuk jangka waktu yang sangat lama. Meskipun penghasilannya sangat besar tetapi dia merasa perbankan bukanlah tempat yang cocok baginya untuk mengaktualisasikan diri. Schutz akhirnya banting setir yang mulai mempelajari sosiologi khususnya fenomenologi yang dianggap memberi makna dalam pekerjaan dan hidup.

 Di tahun 1920-an meskipun bukan seorang Dosen, tetapi hampir seluruh temannya adalah dosen perguruan tinggi sehingga dia mulai terjun ke dunia akademik. Dia mulai mengajar dengan bantuan temannya dan bahkan memberikan kuliah di Perguruan Tinggi serta dapat berpartisipasi dalam diskusi dan seminar ilmiah. Setelah menerbitkan *Der Sinnhafte Aufbau der sozialen welt* Schutz akhirnya berkenalan secara pribadi dengan Edmund Husserl yang menawarinya menjadi asisten tetapi Schutz menolaknya. Dalam teori Schutz sangat kental pengaruh Weberian-nya khususnya karya-karya mengenai tindakan (*action*) dan tipe ideal (*ideal type*). Meskipun Schutz terkagum-kagum pada Weber tetapi ia beusaha mengatasi kelemahan yang ada di dalam karya Weber dengan menyatukan ide filsuf besar Edmund Husserl dan Henri Bergson.

 Schutz sangat ingin mendirikan Sekolah Tinggi Ekonomi Austria dengan menggunakan paradigma *theory of action* yang bersifat subyektif tapi ilmiah. Keinginannya ini mempengaruhi dirinya menerbitkan buku yang sangat berharga di bidang sosiologi yang berjudul *The Phenomenology of the social world* yang diterbitkan tahun 1932 dalam bahasa Jerman. Buku ini baru diterjemahkan ke dalam Bahasa Inggris tahun 1967, sehingga karya Schutz baru mendapat perhatian serius dan penghargaan dari Amerika Serikat tiga puluh tahun sejak diterbitkan.

 Dalam karir akademiknya tercatat di tahun 1943, Schutz mengajar di *The New York School of Research* yang sebelumnya bernama Alvin Johnson’s University. Meski siang hari dia menjadi bankir namun di malam hari dirinya mengabdikan diri untuk dunia pendidikan. Tapi tidak sampai tahun 1956 dia berhenti menjadi konsultan perbankan dan berkonsentrasi menjadi dosen di News School for Research Selain mengajar Schutz juga aktif menerbitkan tulisan-tulisan di jurnal penelitian *Philosophy and Phenomenological Research.* Schutz menjadi staf redaksi jurnal itu di tahun 1941. Di tahun 1952, Dia dinobatkan sebagai Guru Besar di News York School for Research dan mengajar di sana sampai dia meninggal di tahun 1959.

 Meski Schutz telah tiada tetapi koleksi karya-karyanya diterbitkan dalam tiga jilid di tahun 1962, 1964 dan 1966. Bahkan Thomas Luckman seorang guru besar di Universitas Frankfurt mengumpulkan catatan dan tulisan Schutz dan membuatnya menjadi buku Die Strukturen der Lebenswelt yang dialibahasakan ke dalam bahasa Inggris di tahun 1970 dengan judul *Reflection on the problem of relevance*.

#  2.3.1 Teori Fenomenologi Secara Umum

 Fenomenologi berasal dari bahasa Yunani, *Phainoai,* yang berarti ‘menampak’ dan *phainomenon* merujuk pada ‘yang menampak’. Istilah fenomenologi diperkenalkan oleh Johann Heirinckh. Meskipun demikian pelopor aliran fenomenologi adalah Edmund Husserl.

 Jika dikaji lagi Fenomenologi itu berasal dari *phenomenon* yang berarti realitas yang tampak. Dan *logos* yang berarti ilmu. Jadi fenomenologi adalah ilmu yang berorientasi untuk mendapatkan penjelasan dari realitas yang tampak. Fenomenologi berusaha mencari pemahaman bagaimana manusia mengkonstruksi makna dan konsep penting dalam kerangka intersubyektivitas (pemahaman kita mengenai dunia dibentuk oleh hubungan kita dengan orang lain). Fenomenologi berasumsi bahwa orang-orang secara aktif menginterpretasi pengelaman-pengelamannya dan mencoba memahami dunia dengan pengelaman pribadinya. Fenomena yang tampak adalah refleksi dari realitas yang tidak dapat berdiri sendiri, karena ia memiliki makna yang memerlukan penafsiran yang lebih lanjut. Tokoh-tokoh fenomenologi ini diantaranya Edmund Husserl, Alfred Schutz dan Peter. L Berger dan lainnya. Fenomenologi menerobos fenomena untuk dapat mengetahui makna hakikat terdalam dari fenomena tersebut untuk mendapatkan hakikatnya. Tujuan dari fenomenologi, seperti yang dikemukakan oleh Husserl, adalah untuk mempelajari fenomena manusia tanpa mempertanyakan penyebabnya, realitas yang sebenarnya, dan penampilannya. Husserl mengatakan, “Dunia kehidupan adalah dasar makna yang dilupakan oleh ilmu pengetahuan.” Kita kerap memaknai kehidupan tidak secara apaadanya, tetapi berdasarkan teori-teori, refleksi filosofis tertentu, atau berdasarkan oleh penafsiran-penafsiran yang diwarnai oleh kepentingan- kepentingan, situasi kehidupan, dan kebiasaan-kebiasaan kita.

Maka fenomenologi menyerukan *zuruck zu de sachen selbst* (kembali kepada benda-benda itu sendiri), yaitu upaya untuk menemukan kembali dunia kehidupan. Persoalan pokok yang hendak diterangkan oleh teori ini justru menyangkut persoalan pokok ilmu sosial sendiri, yakni bagaimanan kehidupan bermasyarakat itu dapat terbentuk. Alfred Schutz memliki teori yang bertolak belakang dari pandangan Weber. Alfred berpendapat bahwa tindakan manusia menjadi suatu hubungan sosial bila manusia memberikan arti atau makna tertentu terhadap tindakannya itu, dan manusia lain memahami pula tindakannya itu sebagai sesuatu yang penuh arti. Pemahaman secara subyektif terhadap sesuatu tindakan sangat menentukan terhadap kelangsungan proses interaksi sosial. Baik bagi aktor yang memberikan arti terhadap tindakannya sendiri maupun bagi pihak lain yang akan menerjemahkan dan memahaminya serta yang akan beraksi atau bertindak sesuai dengan yang dimaksudkan oleh aktor.

 Schutz mengkhususkan perhatiannya kepada satu bentuk dari subyektivitas yang disebutnya, antar subyektivitas. Konsep ini menunjuk kepada pemisahan keadaan subyektif atau secara sederhana menunjuk kepada dimensi dari kesadaran umum ke kesadaran khusus kelompok sosial yang sedang saling berintegrasi. Intersubyektivitas yang memungkinkan pergaulan sosial itu terjadi, tergantung kepada pengetahuan tentang peranan masing-masing yang diperoleh melalui pengalaman yang bersifat pribadi.

 Banyak pemikiran Schutz ysng dipusatkan terhadap satu aspek dunia sosial yang disebut kehidupan dunia atau dunia kehidupan sehari- hari. Inilah yang disebut dunia intersubyektif. Dalam dunia intersubyektif ini orang menciptakan realitas sosial dan dipaksa oleh kehidupan sosial yang telah ada dan oleh struktur kultural ciptaan leluhur mereka. Didalam dunia kehidupan itu banyak aspek kolektifnya, tetapi juga ada aspek pribadinya. Schutz membedakan dunia kehidupan antara hubungan tatap muka yang akarab dan hubungan interpersonal dan renggang. Sementara hubungan tatap muka yang intim sangat penting dalam kehidupan dunia, adalah jauh lebih mudah bagi sosiolog untuk meneliti hubungan interpersonal secara ilmiah.

Meski Schuutz beralih perhatiannya dari kesadaran ke dunia kehidupan intersubyektif, namun ia masih mengemukakan hasil pemikirannya tentang kesadaran, terutama pemikirannya tentang makna dan motif tindakan individual. Makna fenomenologi adalah realitas, tampak. Fenomena yang tampak adalah refleksi dari realitas yang tidak berdiri sendiri. Karena ia memiliki makna yang memerlukan penafsiran lebih lanjut. Fenomenologi menerobos fenomena untuk dapat mengetahui makna (hakikat) terdalam dari fenomena tersebut. Stanley Deetz menyimpulkan tiga prinsip dasar fenomenologis. Yang pertama pengetahuan ditemukan secara langsung dalam pengalaman sadar. Kita akan mengetahui dunia ketika kita berhubungan dengan pengalaman itu sendiri. Yang ke dua yakni makna benda terdiri dari kekuatan benda dalam kehidupan seseorang. Bagaimana kita berhubungan dengan benda menentukan maknanya bagi kita. Dan yang terakhir bahasa merupakan kendaraan makna. Kita mengalami dunia melalui bahasa yang digunakan untuk mendefinisikan dan mengekspresikan dunia itu.

#  2.3.2 Empat unsur pokok dari teori Fenomenologi

Pertama, perhatian terhadap aktor. Persoalan dasar ini menyangkut metodologi. Bagaimana caranya untuk mendapatkan data tentang tindakan sosial itu subyektif mungkin. Penggunaan metode ini dimaksudkan pula untuk mengurangi pengaruh subyektivitas yang menjadi sumber penyimpangan, bias dan ketidaktepatan informasi. Menurut pandangan ahli ilmu alam hal seperti itu tidak mungkin dilakukan terhadap obyek studi sosiologi.

 Sehingga dapat dikatakan naif kalau ada yang beranggapan bahwa seseorang akan dapat memahami keseluruhan tingkah laku manusia, hanya dengan mengarahkan perhatian kepada tingkah laku yang nampak atau yang muncul secara konkrit saja. Tantangan bagi ilmuwan sosial adalah untuk memahami makna tindakan aktor yang ditujukannya juga kepada dirinya. Bila pengamat menerapkan ukuran-ukurannya sendiri atau teori- teori tentang makna tindakan, dia tidak akan dapat menemukan makna yang sama di antara aktor itu sendiri. Dia tidak akan pernah menemukan bagaimanan realita sosial itu diciptakan dan bagaimanan tindakan berikutnya akan dilakukan dalam kontek pengertian mereka. Posisi metodologis Schutz adalah diatur dalam tiga esai dalam Volume 1 dari dikumpulkan karya-karyanya. Titik awal adalah bahwa penelitian sosial berbeda dari penelitian dalam ilmu fisika berdasarkan fakta bahwa, dalam ilmu-ilmu sosial, seseorang berhadapan dengan 'obyek penelitian' yang menafsirkan sendiri dunia sosial yang kita, sebagai ilmuwan, juga ingin menafsirkan. Orang-orang terlibat dalam suatu proses terus-menerus untuk memahami dunia, dalam interaksi dengan sesama mereka dan kami, sebagai ilmuwan, yang berusaha memahami mereka rasa keputusan. Dalam melakukannya, kita pasti harus menggunakan metode yang sama penafsiran seperti halnya orang dalam 'akal sehat dunianya. Apa yang membedakan perusahaan ilmiah sosial, bagaimanapun, adalah bahwa ilmuwan sosial mengasumsikan posisi pengamat tertarik. Dia tidak terlibat dalam kehidupan yang diamati- kegiatan mereka bukan kepentingan praktis, tetapi hanya kepentingan kognitif.

 Kedua, memusatkan perhatian kepada kenyataan yang penting atau yang pokok dan kepada sikap yang wajar atau alamiah (natural attitude). Alasannya adalah bahwa tidak keseluruhan gejala kehidupan sosial mampu diamati. Karena itu perhatian harus dipusatkan kepada gejala yang penting dari tindakan manusia sehari-hari dan terhadap sikap yang wajar. Proses terbentuk fakta sosial menjadi pusat perhatian dan jelas bukan bermaksud mempelajari fakta sosial secara langsung. Bedanya terletak pada bahwa sementara paradigma fakta sosial mempelajari fakta sosial sebagai pemaksa terhadap tindakan individu, maka fenomenologi

mempelajari bagaimana individu ikut serta dalam proses pembentukan dan pemeliharaan fakta sosial yang memaksa mereka itu

**2.4 Media**

**2.4.1 Media Komunikasi**

Media komunikasi adalah wadah atau sarana didalam bidang komunikasi. Media komunikasi ini juga suatu benda atau alat yang digunakan sebagai perantara untuk berkomunikasi satu dengan yang lainnya. Media komunikasi sangat berperan dalam mempengaruhi perubahan masyarakat, terlebih lagi dengan kemajuan teknologi seperti sekarang ini dapat mempermudah seseorang dalam melakukan komunikasi seperti halnya *handphone* saat ini telah dilengkapi dengan teknologi yang canggih dimana *handphone* bukan lagi sekedar hanya mengirim pesan dan menghubungi, melainkan sekarang *handphone* juga dijadikan alat yang bisa digunakan untuk melakukan hal apapun, karena sekarang kebanyakan perangkat *handphone* telah dibekali fitur internet.

**Effendy** dalam bukunya **Ilmu Komunikasi Teori dan Praktek** menyatakan bahwa:

**Media komunikasi adalah sarana atau alat yang menyalurkan pesan komunikasi yang disampaikan seseorang kepada orang lain, misalnya *telephone,* surat elektronik, radio, televisi, computer dengan menggunakan *network* yang dihubungkan dengan modem. (1998:64)**

Berdasarkan kutipan di atas peneliti dapat menyimpulkan bahwa, media komunikasi adalah sebuah media penyampaian informasi yang berbasis pada pengguna teknologi internet, yang dapat berfungsi sebagai media pertukaran informasi maupun konten, pada masing-masing pengguna.

Menurut analisis peneliti secara sederhananya, media komunikasi ialah perantara dalam penyampaian informasi dari komunikator kepada komunikan yang bertujuan untuk efesiensi penyebaran informasi atau pesan tersebut. Dengan media komunikasi seseorang dapat dengan mudah berhubungan dengan siapapun juga tanpa ada batasan apapun.

**2.4.2 Media Baru (*new media)***

Seiring dengan berjalannya waktu dan berkembangnya teknologikhususnya di bidang teknologi komunikasi telah menggeser kehebatan media. Kehadiran internet di tengah-tengah kehidupan masyarakat merupakan awal dari munculnya media baru (*new media).*

Menurut **Martin Lister** dalam bukunya ***New Media a critical introduction*** 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 mediaorfosis. 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, teteap diakui bahwa sejak pertengahan 1980-an sejumlah konsep kedepan yang menawarkan 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 berbasis teknologi komputer, kemajuan teknologinya baik dari segi hardware maupun software.

Media juga merupakan bagian dari cyberculture, implikasi dari perkembangan tknologi 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 fenomenal dan diminati oleh banyak orang diseluruh penjuru dunia 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.

**Anne Gregory** dalam bukunya **Hubungan Media yang Efektif**,

**internet merupakan suatu sumber informasi yang sangat besar. Namun hal tersebut tergantung dari apa yang dilihat oleh pengguna interet 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 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 menampaikan dan menerima informasi dalam waktu yang lebih cepat dan lebih luas jangkauannya.

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

**Menyatukan 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 menyiarkan 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 Communication** menyebutkan bahwa media baru sebagai “ Media Kedua” dan media yang sebelumnya atau media massa dikatakan “ Media pertama” . Perbedaan paling dominan antara 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; (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 siapa saja bisa masuk jadi pelaku komunikasi dan antar pelaku komunikasi satu sama lain saling mempengaruhi. **Pavlink & Macintosh** yang dikutip oleh **Cultip, Center, & Broom** dalam buku ***Effective Public Relation*** mengatakan bahwa:

**Audiens di era konvergensi dapat berkomunikasi dengan pihak-pihak yang menciptakan dan mempublikasikan isi komunikasi massa lewat e-mail, 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 diatas, audien yang dimaksud yaitu target publik atau khalayak. Uraian di atas menjelaskan bahwa perilaku-perilaku audien setelah adanya era konvergensi media ini bisa berkomunikasi secara langsung dengan lebih mudah dan cepat dengan 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 saja menuliskan tentang keburukan dan keunggulan produk yang mereka gunakan di situs internet, ketika sudah mulai banyak dibaca orang, informasi tersebut akan semakin tersebar secara luas. Jika yang disebarkan adalah keunggulan sebuah produk itu akan menguntungkan bagi perusahaannya tapi jika sebaliknya maka akan mematikan perusahaan yang bersangkutan.

**2.4.3 Media Sosial**

Media sosial adalah salah satu produk dari kemunculan *new media.* Didalam media sosial individu-individu maupun kelompok saling berinteraksi ssecara *online* melalui jaringan internet. Semenjak kemunculannya, media sosial tidak hanya digunakan oleh individu tetapi juga mulai digunakan oleh organisasi atau perusahaan-perusahaan besar maupun kecil untuk melakukan komunikasi dengan publiknya. **Lattimore,** dalam bukunya ***Public Relation* Profesi dan Praktik** berpendapat bahwa,

**Media sosial yang terkadang diindetifikasi dengan Web 2.0, merupakan istilah yang mengacu pada media baru yang menggunakan teknologi dalam menciptakan interaksi, partisipasi, dan kolaborasi terbuka dimana setiap orang mempunyai kesempatan untuk menyuarakan ide, pendapat, dan pengalaman mereka melalui media *online*  dalam bentuk kata-kata atau materi visual. (2010:207)**

Dari pendapat diatas, bahwa media sosial digunakan dengan cara memanfaatkan teknologi dalam berkomunikasi. Teknologi yang dimaksud disini adalah internet. Sifatnya yang terbuka membuat siapa saja bisa masuk di dalamnya.

 Jika dikaitkan dengan kegiatan eksistensi diri di dalam dunia maya dalam hal ini jejaring sosial, orang-orang dapat mengkomunikasikan apapun aktivitas yang mereka lakukan sepanjang hari, karena di dalam media sosial siapa saja boleh menuangkan idenya dalam bentuk tulisan atau visual. Lebih lanjut lagi **Dave Evan** dalam bukunya yang berjudul ***Social Media Marketing One Hour a Day,*** menjelaskan media sosial sebagai berikut:

**Social media is the democratization of information, transforming people from conten reader into content publisher. Is shift from broadcast mechanism to a many-to-many model, rootedin conversation between authors, people, and peers. Social media uses the “ Wisdoms of crowds” to connect information in a collaborative manner.( media sosial adalah 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 penjelasan diatas dapat kita ketahui bahwa kehadiran media sosial di istilahkan sebagai bentuk demokratisasi informasi, orang yang terlibat di media sosial bukan hanya berperan sebagai pembaca tapi juga penerbit konten. Perubahan salurannya menjadi model banyak ke banyak, otomatis akan membuat informasi semakin cepat tersebar. **Solis** dalam bukunya ***Engage the Complete Guise for Brands and Business to Build, Cultivate, and Measure Success in the New Web*** menjabarkan pengertian media sosial sebagai berikut:

 ***Social media is :***

1. ***A platfrom for the socialization of media.***
2. ***The online tools that facilitate conversations.***
3. ***Connections beetwen friends, peers, and influencers.***
4. ***Collaborations.***
5. ***The redisbrutionof 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 oppurtunity and privilege.***

**(Media sosial adalah sebuah *platfrom* untuk media sosialisasi, alat *online* yang memfasilitasi percakapan, koneksi antara teman, rekan-rekan, dan orang yang berpengaruh. Kolaborasi, redistribusi pengaruh. Sebuah panggilan untuk memanusiakan personal dan penonton, dan cerita cerita yang menghubungkan mereka bersama-sama, pengasih. Kata-kata, gambar, video, obrolan, audio, dan juga pengalaman, pengamatan, opini, berita, dan wawasan. Kesempatan dan hak istimewa) (2010:36)**

Definisi diatas menjabarkan beberapa unsur dalam media sosial, mulai dari fungsi media sosial hingga apa saja yang ada didalamnya. Media sosial dapat tampil dalam banyak bentuk, seperti wiki, podcast forum di internet atau forum diskusi. Teknologi seperti *email,* pesan instan dan *Photosharing* adalah alat yang sering digunakan. Isinya dapat berupa grafik, teks, foto, audio, dan video. Contoh media sosial seperti *facebook, twitter, instagram, ask.fm* dll. menjadi salah satu sarana Wali Kota dalam berinteraksi dan bersosialisasi langsung dengan masyarakat.

**2.4.4 Jenis-jenis Media Sosial**

Sosial media adalah suatu media untuk interaksi sosial, sebagai superset melampaui komunikasi sosial. Yang dimana diaktifkan dengan teknik komunikasi *ubiquitously* diakses dan terukur, media sosial secara subtansi mengubah cara komunikasi antara organisasi, masyarakat, serta individu. Adapun jenis-jenis dari media sosial, sebagai berikut:

1. *Collaborative projects* kolaborasi proyek merupakan suatu media sosial yang dapat membuat konten dan dalam pembuatannya dapat diakses oleh khalayak secara global. Ada dua subkategori yang termasuk ke dalam *collaborative project* dalam media sosial yakni Wiki adalah situs yang memungkinkan penggunanya untuk menambahkan, menghapus, dan mengubah konter berbasis teks. Wiki yang paling popular di Internet sekarang adalah Wikipedia, tetapi Wiki yang digunakan lebih banyak untuk tujuan tertentu, sedangkan subkategori lainnya adalah aplikasi *bookmark social,* yang dimana memungkinkan adanya pengumpulan berbasis kelompok dan *rating* dari *link* internet atau konten media. Reddit merupakan sebuah situs dimana link dan posting dinilai oleh penggunanya sebagai contoh utama dari aspek media sosial *collaborative project*. Dalam kenyataanya, banyak orang yang percaya terhadap apa yang di posting di media sosial *collaboratve project* misalnya pada Wikipedia yang dimana pada situs tersebut apa yang telah di posting dapat dirubah oleh orang lain.
2. *Blogs and microblogs* atau blog dan mikroblog merupakan aplikasi yang dapat membantu penggunanya untuk tetap posting mengenai pernyataan apapun sampai seseorang mengerti. Blog sendiri ialah sebuah website yang menyampaikan mengenai penulis atau kelompok penulis baik itu sebuah opini, pengalaman, atau kegiatan sehari-hari. Sebuah blog dapat berisikan teks, gambar, dan bahkan video. Media sosial *blogs and microblogs* ini seperti *Facebook, Twitter,* yang dimana menjadi contoh media sosial yang sempurna dan banyak yang mempergunakannya. Apabila melihat kenyataanya, *blogs and microblogs* kebanyakan digunakan oleh perusahaan dalam memasarkan sebuah produk atau para petinggi dan selebritis yang mengupdate kegiatan agar pengikutnya dapat mengetahui hal-hal yang baru.
3. *Content communities* atau konten masyarakat merupakan sebuah aplikasi yang bertujuan untuk saling berbagi dengan seseorang baik itu secara jarak jauh maupun dekat yang dimana dalam *content communities* ini penggunanya dapat berbagi foto, video dengan orang yang dituju. *Content communities* ini seperti Youtube, Instagram yang dapat berbagi tentang video dan gambar, Flickr dan Imgur yang dapat berbagi foto, dan bahkan *slide Power Point* dapat dibagikan di situs seperti *Slideshare.* Dalam kenyataannya, *content communities* ini digunakan oleh berbagai elemen masyarakat, perusahaan, organisasi, maupun orang-orang yang popular agar dapat berbagi mengenai apa yang dimiliki.
4. *Social networking sites* atau situs jejaring sosial yang dimana merupakan situs yang dapat membantu seseorang untuk membuat sebuah profil dan kemudian dapat menyambungkan dengan pengguna lainnya. Situs jejaring sosial adalah apalikasi yang memungkinkan pengguna untuk terhubung menggunakan profil pribadi atau akun pribadinya. Dalam profil pribadinya mencakup semua jenis informasi termasuk foto, video, file audio, dan blog. Situs jejaring sosial dapat membantu seseorang untuk melakukan apa yang mereka inginkan.
5. *Virtual game worlds* atau permainan dunia virtual merupakan permainan *multiplayer,* yang dimana ratusan pemains ecara simultan dapat didukung. Permainan dunia virtual adalah lingkungan tiga dimensi dimana pengguna dapat berinteraksi menggunakan avatar pribadinya. Permainan dunia virtual ini umumnya memiliki seperangkat aturan yang ketat dan harus diikuti dalam konteks *Massively Multiplayer Online Role Playing Games* (MMORPG). Permainan yang paling popular dalam kategori ini termasuk *World of Warcraft* dan *EverQuest.*
6. *Virtual social worlds* merupakan aplikasi yang mensimulasikan kehidupan nyata melalui internet. *Virtual social worlds* adalah situs yang memungkinkan penggunanya untuk berinteraksi dalam *platform* tiga dimensi dengan menggunakan avatar yang mirip dengan kehidupan nyata. Karena komunitas-komunitas ini seperti realitas visual, suatu perusahaan dapat menggunakan taktik pemasaran yang serupa misalnya menggunakan uang sebagai alat untuk menjalankan aplikasi ini agar dapat bertahan hidup. Apabila kita memanfaatkannya dengan baik, maka aplikasi seperti ini dapat menjadi sumber penghasilan.

**2.4.5 Ciri-ciri Media Sosial**

 Media sosial mempunyai cirri-ciri sebagai berikut:

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

**2.5 Internet (Interconnection Networking)**

 **2.5.1 Definisi Internet**

Munculnya internet telah menyedot perhatian dan membawa perubahan yang cukup mendalam, terutama cara manusia berkomunikasi dan berinteraksi dengan mudah dan biaya yang sangat terjangkau dengan orang lain diseluruh penjuru dunia. Penyebaran nformasi ini bisa dilakukan dengan jangkauan dunia. Seolah-olah dunia yang tanpa batas, tanpa batasan fisik daerah, dan batasan 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.

 **Tjipto** dan **Santoso** (2011) dalam bukunya **Strategi riset lewat internet**

**Dalam hal daya tarik menarik komunikasi, internet menawarkan kemampuan berkomunikasi secara elektronik (via *e-mail* dan *chatting* ) 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). TCP berfungsi untuk memastikan semua hubungan kerja dengan benar, sedangkan IP berguna untuk mentrasmisikan dari komputer satu ke komputer lain.

 **2.5.2 Social Network**

Jejaring sosial (social network) adalah situs yang menjadi tempat orang-orang berkomunikasi dengan teman-teman mereka, yang mereka kenal di dunia nyata dan maya.

**Situs-situs jejaring sosial sangat bermanfaat bagi pegawai pemasaran karena menyediakan sejumlah layanan untuk berinteraksi dengan pelanggan, misalnya melalui plug-in application, group, dan halaman *fan* (Dan Zarrella, 2010:51)**

 Jejaring sosial *online* berawal dari *bulletin board system* (BBS) pada 1980-an. Para penggunanya dapat *log in* ke *system* ini meski koneksinya pesan pribadi dan post ke *public message board.* Karena biayanya mahal untuk melapor jarak jauh yang diperlukan untuk mengakses BBS di belahan dunia lain, kebanyakan penggunaan BBS adalah komunitas-komunitas local.

 Era modern jejaring sosial dimulai pada tahun 2002, ketika Jonathan Abrams meluncurkan *Friendster.* Terinspirasi oleh Match.com, Abraham menjadikan *Friendster* sebagai situs *dating*  yang tidak membicarakan *dating. Friendster* pernah menolak tawaran *buyout* sebesar 30 juta dolar dari mesin pencari raksasa *Google,* dan banyak orang yang menganggap hal itu sebagai salah satu kesalahan financial terbesar sepanjang sejarah modern.

 Pada 2003, beberapa karyawan perusahaan yang dikenal dengan nama Intermix Media yang kemudian dijatuhi hukuman oleh jaksa New York Elliot Splitzer karena membuat aplikasi *spyware* yang melanggar privasi orang meniru fungsi pokok *Friendster* dan meluncurkan MySpace. Awalnya MySpace bertumpu pada *email list* Intermix Media yang besar dan kemudian dengan cepat menjadi pembuka diantara situs-situs jejaring sosial lain. Berkat profil penggunanya yang dapat diubah-ubah dan fokusnya pada music, MySpace mempunyai citra yang lebih “dingin” ketimbang rivalnya yang terlalu formal. Pada bulan juli tahun 2005, News Corporation membeli MySpace dan perusahaan induknya seharga 580 juta dolar.

 Sementara itu pada bulan oktober tahun 2003, seorang mahasiswa Harvard tingkat dua, Mark Zuckerberg, mengakses *dorm ID database* rahasia universitasnya secara illegal dan kemudian menciptakan facemash, sebuah situs foto yang menginginkan mahasiswa-mahasiswanya membandingkan dua foto ID mereka dan menghindari tuntutan hukum, Zuckerberg menciptakan ”The Facebook” sebuah jejaring sosial yang awalnya menjadi situs khusus mahasiswa-mahasiswa Harvard saja. Perlahan-lahan, The Facebook membolehkan mahasiswa dari universitas-universitas lain untuk menggunakannya. Mula-mula hanya universitas Ivy League, dan kemudian kampus-kampus lainnya, serta akhirnya sekolah-sekolah menengah.

 Pada tahun 2006, semua orang yang memiliki email dapat mendaftar di Facebook.

**Pada bulan April 2008 dan Februari 2009, Facebook menggantikan raja jejaring sosial yang sudah bertahan lama, yakni MySpace, sebagai jejaring sosial yang paling popular di dunia. (Dan Zarella 2010:55)**

 Karena merupakan raja jejaring sosial, maka banyak sekali pengikutnya. Yang awalnya hanya sekedar menggunakan aplikasi facebook hingga menjadikan gaya hidup saat ini

**2.5.3 Facebook**



**Gambar 2.1 Logo Facebook**

 Facebook merupakan salah satu sarana komunikasi melalui media internet, yang dapat menghubungi keluarga, kerabat, dan juga teman-teman kita yang telah lama tidak berjumpa. Facebook dibuat oleh seorang Mahasiswa lulusan Harvard University dan mantan murid Ardsley yaitu Mark Zuckerberg pada 4 Februari 2004. Sebenarnya pada tahun itu keanggotaan facebook dibatasi, tidak sebanyak sekarang ini. Keanggotaannya di khususkan untuk para Mahasiswa Harvard saja. Tapi pada akhirnya keanggotan facebook diperluas untuk para mahasiswa-mahasiswa dari Universitas lain yang memiliki e-mail berdomain .edu, .ac. Semakin lama, keanggotan facebook semakin bertambah, dan pada akhirnya pada 11 September 2006 Facebook resmi dibuka untuk umum dengan alamat email apapun (bukan hanya .edu, .ac saja).

 Pada bulan September 2006 sampai dengan bulan September 2007 peringkatnya naik dari posisi ke-60 menjadi posisi ke-7 sebagai situs yang paling banyak dikunjungi. Bahkan untuk wilayah Amerika situs facebook mengalahkan pesaingnya yaitu Flickr, dengan 8.5 juta foto dimuat tiap harinya.

 Sejak diluncurkan 4 Februari 2004, situs jejaring sosial facebook telah memikat jutaan hati penggunanya. Mulai siswa sekolah, ibu rumah tangga, selebriti, hingga politisi, kini memiliki jejaring sosial facebook. Berkat kemajuan teknologi, kini kita pun dapat memperbaharui status facebook dan mengomentari foto setiap saat.

 Pengguna harus mendaftar sebelum dapat menggunakan situs ini. Setelah itu, pengguna dapat membuat [profil pribadi](http://id.wikipedia.org/w/index.php?title=Profil_pengguna&action=edit&redlink=1), menambahkan pengguna lain sebagai [teman](http://id.wikipedia.org/w/index.php?title=Berteman&action=edit&redlink=1), dan bertukar pesan, termasuk pemberitahuan otomatis ketika mereka memperbarui profilnya. Selain itu, pengguna dapat bergabung dengan grup pengguna dengan ketertarikan yang sama, diurutkan berdasarkan tempat kerja, sekolah atau perguruan tinggi, atau ciri khas lainnya, dan mengelompokkan teman-teman mereka ke dalam daftar seperti "Rekan Kerja" atau "Teman Dekat". Nama layanan ini berasal dari [nama buku](http://id.wikipedia.org/w/index.php?title=Facebook_%28direktori%29&action=edit&redlink=1) yang diberikan kepada mahasiswa pada tahun akademik pertama oleh beberapa pihak administrasi universitas di [Amerika Serikat](http://id.wikipedia.org/wiki/Amerika_Serikat) dengan tujuan membantu mahasiswa mengenal satu sama lain. Facebook memungkinkan setiap orang berusia minimal 13 tahun menjadi pengguna terdaftar di situs ini.

**2.6 Jurnalistik**

 **2.6.1 Pengertian Jurnalistik**

Pengertian jurnalistik baik itu dari pakar ataupun dari praktisi pada dasarnya adalah sama akan tetapi perbedaanya terletak dari bagaimana mereka memaknai arti kata jurnalistik itu sendiri. Banyak ahli atau pakar yang mengutarakan definisi dari jurnalistik akan tetapi konsep dari jurnalistik itu tidak jauh berbeda. Secara etimologis, jurnalistik berasal dari bahasa Prancis, “*journ”* , bahasa Belanda “*journalistiek”* atau dalam bahasa Inggris “*journalism”* yang bersumber pada perkataan “*journal”* sebagai terjemahan dari bahasa Latin “*diurnal”* yang berarti “harian” atau “setiap hari” atauberarti catatan atau laporan harian. Secara sederhana jurnalistik diartikan sebagai kegiatan yang berhubungan dengan pencatatan atau pelaporan setiap hari .

Jurnalistik merupkan kegiatan yang dilakukan setiap hari dan bisa di katakan bahwa jurnlistik itu memiliki faktor aktualitas, dimana ke aktualitasan adalah pendorong berkembangan dunia jurnalistik itu sendiri. Kegiatan jurnalistik sendiri tergantung pada media massa sebagai saluranya. Khalayak sebagai audience yang selalu berhubungan dengan kegiatan setiap hari, selalu terkait dengan fenomena-fenomena yang menyangkut hidup mereka akan selalu ingin mengetahui berita atau informasi yang aktual melalui media massa. Di dalam jurnalistik mencari, menyunting, mengolah, menumpulkan, menyebarkan adalah termasuk kegiatan jurnalistik.

Dalam **Kamus Besar Bahasa Indonesia** karya **Poewodarminta,**:

**Jurnalistik berarti pekerjaan mengumpulkan, menulis, mengedit dan menerbitkan berita di media cetak maupun di media elektronik (2001:482).**

Kemudian menurut **Assegaff dalam** Jurnalistik Indonesia **Sumadiria**, Jurnalistik adalah ;

**Kegiatan untuk menyiapkan, mengedit dan menulis untuk surat kabar, majalah atau berkala lainya (1982:9)**

Menurut **Sumadiria** dalam bukunya Jurnalistik Indonesia Jurnalistik didefiniskan Sebagai :

**Kegiatan menyiapkan, mencari, mengumpulkan, mengolah, menyajikan, dan menyebarkan berita melalui media berkala kepada khalayak seluas-luasnya dengan secepat-cepatnya. (2005:3)**

Adapun pengertian jurnalistik menurut pendapat **Romli** dalam buku Jurnalistik Praktis **,** mengemukakan:

**Jurnalistik dapat dipahami sebagai proses kegiatan meliput, membuat dan menyebarluaskan peristiwa yang bernilai berita *(news)* dan pandangan *(views)* kepada khalayak melalui saluran media massa baik cetak maupun elektronik. Sedangkan pelakunya disebut jurnalis atau wartawan. (2001:70)**

Dari berbagai literatur, dapat dikaji bahwa definisi jurnalistik adalah suatu pengelolaan laporan harian yang menarik minat khalayak mulai dari peliputan sampai penyebarannya kepada masyarakat melalui media massa baik cetak maupun elektronik.

Kegiatan jurnalistik memiliki prinsip-prinsip hal ini juga dijelaskan dalam karya **Sudirman Tebba, Jurnalistik Baru**, yakni:

* 1. **Tidak boleh memasukkan opini pribadi.**
	2. **Berita yang disajikan hanya fakta yang mengandung kebenaran.**
	3. **Unsure 5W + 1H tetap ada.**
	4. **Penulisan berita harus tepat, ringkas, jelas, sederhana dan dapat dipercaya.**
	5. **Naskah berita harus lugas dan mengandung daya gerak (2005: 3).**

Proses jurnalistik adalah setiap kegiatan mencari, mengumpulkan, menyeleksi, dan mengolah informasi yang mengandung nilai berita, serta menyajikan pada khalayak melalui media massa periodik, baik cetak maupun elektronik.

 Karya jurnalistik adalah uraian fakta dan atau pendapat yang menngandung nilai berita, dan penjelasan masalah hangat yang sudah ada sajikan kepada khalayak melalui media massa periodik, baik cetak maupun elektronik.

 Pencarian, pengumpulan, penyeleksian, penyebaran, dan pengolahan informasi yang mengandung nilai berita menjadi karya jurnalistik dan penyajian kepada khalayak melalui media massa periodik cetak atau elektronik, memerlukan keahlian, kejelian, dan keterampilan tersendiri, yaitu keterampilan jurnalistik. Penerapan keterampilan jurnalistik harus dilandasi oleh prinsif yang mengutamakan kecepatan, ketepatan, kebenaran, kejujuran, keadilan, keseimbangan, dan berprasangka (praduga tak bersalah).

Ilmu jurnalistik dituangkan dalam bentuk karya jurnalistik yang disajikan pada khalayak melalui media massa periodik, baik cetak, elektronik, maupun internet.

* + 1. **Bentuk Jurnalistik**

Menurut **Sumadiria** dalam karyanya **Jurnalistik Indonesia**, dilihat dari segi bentuk dan pengolahannya, jurnalistik dibagi dalam tiga bagian besar yaitu:

1. **Jurnalistik Media Cetak**

**Jurnlaitik media cetak meliputi, jurnalistik surat kabar harian, jurnalistik surat kabar mingguan, jurnalistik tabloid mingguan, dan jurnal majalah.**

1. **Jurnalistik Auditif**

**Jurnalistik auditif yaitu jurnalistik radio siaran.**

1. **Jurnalistik Media Elektronik Audiovisual**

**Jurnalistik media elektronik audiovisual adalah jurnalistik televisi siaran dan jurnalistik media on line *(internet*) (2006: 4).**

Jenis-jenis jurnalistik yang telah disebutkan di atas, dapat diketahui bahwa jurnalistik mengandung aliran-aliran sendiri yang beragam jenisnya. Hal ini tejadi karena perbedaan visi misi, tujuan dan kepentingan tersendiri dalam tubuh masing-masing media.

**2. 7 Kerangka Pemikiran**

 Pemikiran Alfred Schutz tentang fenomenonologi dipengaruhi oleh dua tokoh yaitu Edmun Husserl dan max weber dengan tindakan sosial, pemikiran dua tokoh ini sangat kental dalam teori Alfred Schutz tentang pengetahuan dan pengalaman intersubjektif dalam kehidupan sehari-hari yang melacak karakteristik kesadaran manusia yang sangat fundamental, dengan memperlihatkan korelasi antara fenomenologi Transendental (Edmund Husserl) dan verstehende soziologia (Max Weber). Karena Schutz memandang bahwa keseharian sosial sebagai sesuatu yang intersubjektif. Bertolak pada pemikiran Max Weber tentang tindakan sosial bahwa tindakan manusia menjadi suatu hubungan sosial bila manusia memberikan arti atau makna tertentu terhadap tindakannya itu dan manusia lain memahami pula tindakannya itu sebagai sesuatu yang penuh arti. Pemahaman secara subjektif terhadap suatu tindakan sangat menentukan terhadap kelangsungan proses interaksi sosial. Baik bagi aktor yang memberikan arti terhadap tindakannya sendiri maupun bagi pihak lain yang akan menerjemahkan dan memahaminya serta yang akan bereaksi atau bertindak sesuai dengan yang dimaksudkan oleh aktor.

Fenomenologi menurut Orleans dalam Dimyati (2000:70) dikutip kembali oleh Elvinaro Ardianto dalam buku Metode Penelitian Untuk *Public Relations* bahwa Fenomenologi adalah instrumen untuk memahami lebih jauh hubungan antara kesadaran individu dan kehidupan sosialnya.(2010:67)

 Dalam pandangan fenomenologi, peneliti berusaha memahami arti peristiwa dan kaitan-kaitannya terhadap orang-orang biasa dalam situasi-situasi tertentu.Yang ditekankan oleh fenomenologi adalah aspek subjektif dari perilaku orang. Peneliti berusaha masuk ke dalam dunia konseptual para subjek yang ditelitinya sedemikian rupa sehingga peneliti mengertia apa dan bagaimana suatu pengertian yang dikembangkan oleh peneliti di sekitar peristiwa dalam kehidupan sehari-hari.

Fenomenologi berasal dari bahasa Yunani phainomai yang berarti “menampak “. *Phain omenon* merujuk pada “yang menampak”. Fenomena tiada lain adalah fakta yang disadari, dan masuk ke dalam pemahaman manusia. Jadi suatu objek itu ada dalam relasi dengan kesadaran.

 Menurut The Oxford English Dictionary, yang dimaksud dengan fenomenologi adalah *(a) the science of phenomena as distinct from being (ontology), dan (b) division of any science which describes and classifies its phenomena.*

Fenomena adalah fakta yang disadari dan masuk kedalam pemahaman manusia. Jadi suatu objek itu ada dalam relasi dengan kesadaran. Fenomena bukanlah dirinya seperti tampak secara kasat mata, melainkan justru ada didepan kesadaran dan disajikan dengan kesadaran pula. Berkaitan dengan hal ini, maka fenomenologi merefleksikan pengalaman langsung manusia, sejauh pengalaman itu secara intensif berhubungan dengan suatu objek.

Tujuan utama fenomenologi adalah mempelajari bagaimana fenomena dialami dalam kesadaran, pikiran dan dalam tindakan, seperti bagaimana fenomena tersebut bernilai atau diterima secara estetis. Fenomenologi mencoba mencari pemahaman bagaimana manusia mengkonstruksi makna dan konsep-konsep penting, dalam kerangka intersubjektivitas (pemahaman kita mengenai dunia dibentuk oleh hubungan kita dengan orang lain).

**Ferguson** dalam **Basrowi dan Sukidin (2002:30)** dikutip kembali oleh **Elvinaro Ardianto** dalam buku **Metode Penelitian untuk Public Relations**

**suatu fenomena yang tampak, sebenarnya refleksi realitas yang tidak berdiri sendiri karena yang tampak itu adalah objek yang penuh dengan makna yang transendental. Oleh karena itu, untuk mendapat hakekat kebenaran harus menerobos melampaui fenomena yang tampak.(2010:67)**

 Fenomenologi beranggapan bahwa masyarakat adalah hasil konstruksi manusia. Fenomenologi menekankan bahwa keunikan spirit manusia membutuhkan beberapa metode khusus sehingga seseorang mampu memahaminya secara autentik. Penelitian fenomenologi menekankan aspek subjektif dari perilaku seseorang. **Moleong** dalam bukunya **Metode Penelitian Kualitatif** menganggap:

**Bahwa penelitian fenomenologi dimulai dengan diam. Diam merupakan tindakan untuk menangkap pengertian sesuatu yang sedang diteliti. Peneliti berusaha untuk masuk ke dalam duniakonseptual para subjek yang ditelitinya sedemikian rupa sehinggamereka mengerti apa dan bagaimana suatu pengertian yangdikembangkan oleh mereka disekitar peristiwa dalam kehidupan sehari-harinya. (2001:9)**

Peneliti berusaha memahami arti peristiwa terhadap orang-orang yangmengalami situasi tertentu-situasi. Peneliti tidak berasumsi bahwa mereka mengetahuiarti sesuatu bagi orang-orang yang sedang diteliti.

Teori fenomenologi dari **Alfred Schutz** dalam *The Penomenologi of Sosial World* mengemukakan bahwa :

**Orang secara aktif menginterpretasikan pengalamannya dengan memberi tanda dan arti tentang apa yang mereka lihat. (1967:7)**

 Interpretasi merupakan proses aktif dalam menandai dan mengartikan tentang sesuatu yang diamati, seperti bacaan, tindakan atau situasi bahkan pengalaman apapun.

 **Alfred Schutz** yang dikutip oleh **Engkus Kuswarno** dalam buku **Fenomenologi,** inti pemikiran Schutz adalah

**Bagaimana memahami tindakan sosial melalui penafsiran. Proses penafsiran. Proses penafsiran dapat digunakan untuk memperjelas atau memeriksa makna yang sesungguhnya, sehingga dapat memberikan konsep kepekaan yang implisit. Schutz meletakan hakikat manusia dalam dalam pengalaman subjektif, terutama ketika mengambil tindakan dan mengambil sikap terhadap dunia kehidupan sehari-hari. Dalam hal ini, Schutz mengikuti pemikiran Husserl, yaitu proses pemahaman aktual kegiatan kita, dan pemberian makna terhadapnya, sehingga ter-refleksi dalam tingkah laku**. **(2009:108)**

 Schutz dengan aneka latar belakangnya memberikan warna tersendiri dalam tradisi fenomenologi sebagai kajian dalam komunikasi. Schutz sering dijadikan *center* dalam penerapan metodologi penelitian kualitatif yang menggunakan studi fenomenologi.

1. **Pertama, karena melalui Schutz-lah pemikiran ide Husserl yang dirasa abstrak dapat dijelaskan lebih gamblang dan mdah dipahami.**
2. **Kedua, Schutz merupakan orang pertama yang menerapkan fenomenologi dalam penelitian ilmu sosial.**

Schutz setuju dengan pemikiran Weber tentang pengalaman dan perilaku manusia (human being) dalam dunia sosial keseharian sebagai realitas yang

bermakna secara sosial (socially meaningful reality). Schutz menyebut manusia yang berprilaku tersebut sebagai aktor, dia akan memahami makna dari tindakan tersebut. Dalam dunia sosial hal demikian disebut sebagai realitas interpretatif.

Berkaitan dengan pemikiran Schutz di atas dalam menelaah tindakan seseorang yang umum dalam dunia kehidupan tidak akan lepas dari pengaruh situasi biografinya. Makna yang terbangun dari setiap interaksi yang terbangun tidak lepas dari latar belakang biografis. Proses pemaknaan di atas ini membentuk sistem relevansi yang menjalankan proses interaksi dengan lingkungan. Dengan kata lain, pembentukan sistem relevansi dalam proses interaksi sosial ini dapat dijadikan elemen pembentuk tujuan dalam setiap tindakan sosial yang dilakukan oleh individu. Tujuan pembentukan sistem relevansi dari tindakan yang terkait dengan interaksi sosial ini memberikan pilihan bagi peneliti. Pilihan tersebut berkaitan dengan kesempatan peneliti untuk dapat memfokuskan kajiannya didasarkan sekelompok relevansi keilmuan dengan perilaku dalam kehidupan sehari-hari sekaligus menjadi topik dari sisi kognitif peneliti.

 Berdasarkan pemikiran di atas maka peneliti mengelaborasi model konstruksi makna menjadi tiga yaitu : (1) Model konsistensi tindakan yang menjadi validitas obyektif dari konstruksi peneliti yang menjadi jaminan dan pembedaan dengan konstruksi makna dari realitas kehidupan sehari-hari; (2) Model intepretasi subyektif, tempat di mana peneliti dapat mendasarkan kategorisasi jenis tindakan manusia dan hasil subyektif dari tindakan atau hasil tindakan yang dilakukan oleh aktor; (3) Model kelayakan (kesesuaian) antara makna yang dikonstruksi oleh peneliti dengan aktor sosial individual dan lingkungan sosialnya. Selain itu untuk menjamin kelayakan pemaknaan yang dilakukan oleh peneliti, makna harus sejalan dengan proses pemaknaan dari pengalaman umum dalam kehidupan sosial keseharian.

Bagi Schutz, pemahaman kaum fenomenologis, tugas utama fenomenologis adalah merekonstruksi dunia kehidupan manusia “sebenarnya” dalam bentuk yang mereka sendiri alami. Realitas dunia tersebut bersifat intersubjektif dalam arti bahwa anggota masyarakat berbagi presepsi dasar mengenai dunia yang mereka internalisasikan melalui sosialisasi dan memungkinkan mereka melakukan interaksi atau komunikasi.

 Schutz tidak hanya menjelaskan dunia sosial semata, melainkan menjelaskan berbagai hal mendasar dari konsep ilmu pengetahuan serta berbagai model teoritis dari realita yang ada.

Dalam pandangan Schutz memang ada bebagai ragam realitas termasuk di dalamnya dunia mimpi dan ketidakwarasan. Tetapi realitas yang tertinggi iu adalah dunia keseharian yang memiliki sifat intersubyektif yang disebutnya sebagai *the life world.* ada enam karakteristik yang sangat mendasar dari *the life world* ini, yaitu ***pertama,*** *wide-awakeness*(ada unsur dari kesadaran yang berarti sadar sepenuhnya). ***Kedua,*** *reality* (orang yakin akan eksistensi dunia). ***Ketiga***, dalam dunia keseharian orang-orang berinteraksi. ***Keempat,*** pengalaman dari seseorang merupakan totalitas dari pengalaman dia sendiri. ***Kelima***, dunia intersubyektif dicirikan terjadinya komunikasi dan tindakan sosial. ***Keenam,*** adanya perspektif waktu dalam masyarakat.

Schutz menekankan bahwa ilmu sosial secara esensial tertarik pada tindakan sosial (*sosial acto*). konsep sosial didefinisikan sebagai hubungan antar dua orang atau lebih, dan konsep tindakan didefinisikan sebagai perilaku yang membentuk makna subjektif (*subjective meaning*).

Selain makna intersubjektif, dunia sosial menurut Schutz, harus dilihat dari historis. Oleh karenanya Schutz menyimpulkan bahwa tindakan sosial adalah tindakan yang berorientasi pada perilaku orang atau orang lain pada masa lalu, sekarang, dan akan datang.

 Schutz mengakui fenomenologi sosialnya mengkaji tentang intersubyektivitas dan pada dasarnya studi mengenai intersubyektivitas adalah upaya untuk menjawab pertanyaan-pertanyaan seperti : Bagaimana kita mengetahui motif, keinginan, dan makna tindakan orang lain ?; Bagaimana kita mengetahui makna atas keberadaan orang lain?; Bagaimana kita dapat mengerti dan memahami atas segala sesuatu secara mendalam?; Bagaimana hubungan timbal balik itu dapat terjadi ?

Schutz menjelaskan bahwa melihat kedepan pada masa akan datang merupakan hal yang esensial bagi konsep tindakan. Tindakan adalah perilaku yang diarahkan untuk mewujudkan tujuan pada masa datang yang telah ditetapkan. Kalimat tersebut sebenarnya mengandung makna juga bahwa seseorang memiliki masa lalu.

Dengan demikian tujuan tindakan memiliki elemen ke masa depan dan elemen ke masa lalu. Untuk menggambarkan bahwa tujuan suatu tindakan sosial seseorang cukup kompleks, Schutz meminjam istilah bahasa, dengan menyebut *in the future perfect tense.* Sementara itu, suatu tindakan yang sedang berlangsung dan tindakan yang telah lengkap. Dengan meminjam istilah dari Heidegger, Schutz menyebutkan bahwa apa yang disebut sebagai suatu proyek.

Proyek adalah sebuah makna yang rumit atau makna kontekstual. Oleh karenanya, untuk menggambarkan keseluruhan tindakan seseorang, perlu diberi fase. Dua fase yang diusulkan Schutz diberi nama tindakan *in order to motive*, yang merujuk pada masa yang akan datang, dan tindakan *because motive*, yang merujuk pada masa lalu.

 Selain itu pada konsep ini Schutz juga menekankan adanya *stock of knowledge* yang memfokuskan pada pengetahuan yang kita miliki atau dimiliki seseorang. *Stock of Knowledge* terdiri dari *knowledge of skills* dan *useful knowledge. Stock of knowledge* sebenarnya merujuk pada *content* (isi), *meaning* (makna), *intensity* (intensitas), dan *duration* (waktu). Schutz juga sangat menaruh perhatian pada dunia keseharian dan fokusnya hubungan antara dunia keseharian itu dengan ilmu, khususnya ilmu sosial.

 Bila dikaitkan dengan fenomenologi maka peneliti mencoba mengemukakan teori diatas menjelaskan bahwa setiap khalayak mempunyai sudut pandang berbeda dalam menyikapi atau memaknai bentuk dan saluran fenomena berita hoax sosial media Facebook dalam menghadapi pemilihan umum Gubernur DKI Jakarta. Lebih lanjut lagi motif yang berbeda-beda dalam menggunakan suatu media yang akan memberikan manfaat atau kepuasan yang dirasakan oleh khalayak. Interaksi sosial kemudiaan berperan untuk menyikapi tindakan dalam menyikapi berita *hoax* tersebut.