

BAB II

KAJIAN PUSTAKA DAN KERANGKA PEMIKIRAN

2.1 Kajian Pustaka

2.1.1 *Review* Penelitian Sejenis

Pada proses penyusunan penelitian yang dilakukan, peneliti memerlukan penelitian yang sudah ada atau yang telah dibuat terlebih dahulu untuk perbandingan dengan penelitian yang sejenis dan akan dilakukan sebagai sebagai referensi agar mampu menjadi penelitian lebih baik kedepannya. Hal tersebut bermaksud agar peneliti dapat lebih mampu untuk membuat sebuah penelitian yang berkualitas tinggi. Terdapat beberapa hal yang akan di bahas dalam *review* penelitian ini diantaranya yaitu judul penelitian, teori penelitian, metode penelitian, persamaan dan perbedaan dari penelitian yang dibuat serta hasil dari penelitian tersebut. *Review* penelitian tersebut dibuat dalam bentuk tabel dengan tujuan untuk memudahkan dalam membandingkan hal-hal penelitian antara penelitian sejenis agar menjadi lebih sistematis dan mudah dipahami untuk penempatan perbandingannya. Berikut beberapa referensi yang peneliti temukan dari penelitian sebelumnya yang dianggap relevan dan sesuai dengan judul penelitian yang diambil oleh peneliti, yaitu sebagai berikut :

Tabel 2.1 Review Penelitian Sejenis

No	Nama	Asal Universitas	Judul Penelitian	Metode Penelitian
1.	Egi Priyatna	Universitas Pasundan	“Pemanfaatan Aplikasi <i>Zoom Cloud Meetings</i> Sebagai Media Komunikasi di Tengah Pandemi Corona (COVID-19)”	Penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah penelitian kualitatif dengan pendekatan deskriptif. Dan untuk pengumpulan datanya melakukan wawancara serta studi literatur.
2.	Nur Muhammad Rosyid	Universitas Islam Malang	“Penggunaan Aplikasi <i>Zoom Cloud Meetings</i> dalam Pengajaran Statistik di Fakultas Agama Islam di Universitas Islam Malang”	Penelitian yang di gunakan yaitu penelitian kualitatif dan untuk pengumpulan datanya menggunakan observasi, wawancara dan dokumentasi.
3.	Ghaniva Ni'mah	Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga Yogyakarta	“Penggunaan Internet Sebagai Media Komunikasi dalam Meningkatkan Aktivitas Belajar Mahasiswa”	Penelitian yang digunakan pada penelitian ini menggunakan penelitian kualitatif deskriptif dengan menggunakan teknik pengumpulan data observasi, wawancara, dan dokumentasi.

Tabel 2.2 Review Penelitian Sejenis

No	Hasil Penelitian	Persamaan Penelitian	Perbedaan Penelitian
1.	Hasil dari penelitian tersebut yaitu dapat mengetahui aktivitas juga tanggapan dari mahasiswa dan pekerja sebagai pengguna aplikasi <i>Zoom Cloud Meetings</i> pada masa pandemic covid – 19.	Persamaan pada penelitian terdahulu yaitu adanya persamaan dalam meneliti mahasiswa sebagai pengguna aplikasi <i>Zoom Cloud Meetings</i> dan menggunakan metode penelitian kualitatif dan pendekatan deskriptif.	Perbedaan pada penelitian terdahulu terdapat pada subjek penelitian dan teori yang digunakan.

2.	Hasil dari penelitian tersebut bahwa dalam penggunaan <i>Zoom Cloud Meetings</i> perlu adanya langkah – langkah untuk penggunaan aplikasi zoom sebagai media pengajaran daring serta aplikasi ini tergolong cukup efektif untuk media pembelajaran secara daring.	Persamaan pada penelitian dari penulis dengan penelitian terdahulu yaitu terdapatnya persamaan dalam penelitian penggunaan Zoom Cloud Meetings yang digunakan sebagai media komunikasi pembelajaran.	Perbedaan pada penelitian terdahulu terdapat hasil penelitian dan teori penelitian yang digunakan.
3.	Hasil dari penelitian tersebut menunjukkanbahwapenggunaan internet khususnya pada aplikasi <i>WWW (World Wide Web)</i> sebagai media komunikasi dalam meningkatkan aktivitas belajar mahasiswa dapat dikatakan berhasil dikarenakan aplikasi tersebut menghasilkan hal positif baik bagi dosen maupun mahasiswa.	Persamaan pada penelitian yang dilakukan peneliti dengan penelitian terdahulu yaitu terdapatnya persamaan dalam meneliti penggunaan aplikasi sebagai alat komunikasi pembelajaran.	Perbedaan pada penelitianterdahulu yaitu terdapat pada objek penelitian dan juga jenis alat atau aplikasi yang diteliti.

2.2 Kerangka Konseptual

2.2.1 Komunikasi

2.2.1.1 Definisi Komunikasi

Komunikasi yaitu suatu proses menyampaikan pesan yang dilakukan oleh komunikator sebagai orang yang menyampaikan pesan kepada komunikan sebagai orang yang menerima pesan, dengan maksud dan tujuan tertentu baik secara verbal dengan menggunakan kata kata yang diucapkan maupun non verbal dalam bentuk tertulis, baik dengan cara langsung maupun tidak langsung yang didukung dengan penggunaan media sebagai sarana dalam penyampaian pesan sesuai dengan apa yang dibutuhkan. Sebagai bentuk komunikasi, pesan yang disampaikan dalam proses komunikasi merupakan pesan yang mudah dipahami oleh komunikan dan

mengandung informasi. Selain itu, dalam melakukan proses komunikasi pesan yang ditujukan oleh komunikator harus menyebabkan dampak atau hasil akhir yang dikeluarkan oleh komunikan. Sehingga di dalam komunikasi seorang komunikator dapat mempengaruhi atau menimbulkan aksi – reaksi maupun feedback atau biasa di sebut umpan balik dari komunikan.

Manusia sebagai makhluk sosial membutuhkan komunikasi sebagai kunci utama dalam melakukan kegiatan sehingga manusia dapat saling beresialisasi dan berinteraksi dengan demikian manusia bisa menjalin hubungan yang baik dengan yang lainnya. Dengan adanya saling berkomunikasi manusia dapat menghasilkan hal – hal yang bermanfaat dan berguna untuk menambah wawasan dan juga ilmu pengetahuan serta penemuan baru. Menurut **Terry dan Franklin** dalam **Moekijat** menyatakan bahwa komunikasi adalah seni mengembangkan dan mendapatkan pengertian diantara orang – orang. Komunikasi adalah proses penukaran informasi dan perasaan diantara dua orang atau lebih, dan penting bagi manajemen yang efektif. (Moekijat 2003 : 3)

Terjadinya komunikasi merupakan sebuah hubungan sosial (*social relations*). Masyarakat paling sedikit terdiri dari dua orang yang saling berhubungan satu sama lain sehingga menimbulkan interaksi sosial (*social interactions*) dengan demikian masyarakat mampu melakukan kegiatan sosial yang terjadi sehari - hari dengan efektif dan berjalan dengan lancar.

Menurut **Effendy** dalam bukunya *Dinamika Komunikasi* mengatakan bahwa komunikasi adalah proses penyampaian suatu pesan oleh seseorang kepada

orang lain itu memberi tahu atau untuk mengubah sikap, pendapat perilaku, baik langsung secara lisan maupun tak langsung melalui media. (Effendy 2000 : 5)

Dengan demikian, dari segi penyampaian informasi, komunikasi bertujuan bersifat informative untuk memberitahu dan menjelaskan kepada komunikan agar komunikan dapat memahami pesan apa yang disampaikan dan bersifat persuasive atau mempengaruhi perilaku komunikan agar melakukan apa yang telah disampaikan oleh komunikator. Penyampaian pesan tersebut bisa dilakukan secara langsung secara tatap muka atau *face to face* atau secara tidak langsung dengan menggunakan media.

Sedangkan menurut **Raymond S. Ross** dalam buku yang berjudul "*Speech Communication*" pada tahun 1986 yang menjelaskan bahwa komunikasi yaitu suatu proses menyortir, memilih, dan mengirimkan simbol-simbol sedemikian rupa sehingga membantu komunikan membangkitkan makna atau respons dari hasil pemikiran yang serupa dengan apa yang dimaksud komunikator. Konseptualisasi yang sering kali diterapkan dalam komunikasi yaitu interaksi. Pandangan ini menyamaratakan komunikasi dengan suatu proses sebab akibat atau aksi reaksi, dengan arah yang bergantian. Sehingga disimpulkan bahwa unsur komunikasi yang baik adalah memiliki sumber pesan, jenis media yang digunakan, dan ditujukan untuk penerima pesan (komunikan) sehingga proses selanjutnya adalah terciptanya efek yang akan menghasilkan umpan balik atau *feedback*.

Dari beberapa pengertian diatas dapat disimpulkan bahwa komunikasi merupakan proses penyampaian pesan dari komunikator kepada komunikan baik

secara langsung maupun tidak langsung dengan menggunakan media tertentu yang berguna untuk membuat pemahaman yang sama diantara mereka, dan informasi yang disampaikan oleh komunikan dapat memberikan *feedback* atau efek tertentu kepada komunikan.

2.2.1.2 Unsur - Unsur Komunikasi

Dalam proses komunikasi terdapat unsur – unsur yang terlibat didalamnya, unsur – unsur tersebut berarti merupakan bagian dari komunikasi. Tanpa unsur – unsur disini proses komunikasi tidak akan terjadi, maka dari itu komunikasi membutuhkan unsur – unsur didalamnya. Menurut **Harold Lasswell** dalam buku **Effendy** mengatakan bahwa cara yang baik untuk menjelaskan komunikasi adalah dengan menjawab pertanyaan sebagai berikut : who says what in which channel to whom with what effect. (Effendy, 2003 : 301)

Paradigm Lasswell di atas menunjukkan bahwa komunikasi meliputi lima unsur sebagai jawaban dari pertanyaan yang diajukan yaitu :

1. Komunikator (siapa yang mengatakan?)
2. Pesan (mengatakan apa?)
3. Media (melalui saluran/channel/media apa?)
4. Komunikan (kepada siapa?)
5. Efek (dengan dampak/efek apa?)

Maka dari itu, analisis 5 unsur – unsur komunikasi menurut **Lasswell** adalah

1. *Who?* (siapa/sumber)

Nama lain dari sumber adalah sender, communicator, speaker, encoder atau originator.

Merupakan pihak yang berinisiatif atau mempunyai kebutuhan untuk berkomunikasi atau orang yang memulai suatu komunikasi atau merupakan orang yang menyampaikan pesan bisa berupa individu, kelompok, organisasi, perusahaan, bahkan negara sebagai komunikator.

2. *Says What? (message/pesan)*

Apa yang disampaikan atau dikomunikasikan oleh komunikator kepada komunikan atau isi informasi yang merupakan seperangkat symbol baik secara verbal maupun non verbal yang mewakili perasaan, nilai, gagasan atau maksud dari sumber untuk menyampaikan pesan atau tujuan dalam mengirimkan pesan kepada penerima pesan.

3. *In which channel (saluran)*

Merupakan alat yang digunakan komunikator untuk menyampaikan pesannya kepada komunikan. Saluran pun merujuk pada bentuk pesan dari cara penyajian pesan dengan secara langsung atau tatap muka maupun secara tidak langsung menggunakan media (media cetak/elektronik dll).

4. *To whom? (receiver/penerima pesan)*

Nama lain dari penerima adalah tujuan (destination), pendengar (listener), dan khalayak (audience). Penerima merupakan orang atau organisasi yang menerima pesan dari sumber atau komunikator.

5. *With what effect? (dampak/efek)*

Merupakan suatu timbal balik atau reaksi yang terjadi pada penerima setelah mendapatkan pesan tersebut seperti perubahan sikap, bertambahnya pengetahuan, dll.

Unsur komunikasi yang diungkapkan oleh **Harold Lasswell** dilengkapi oleh **Josep De Vito K. Sereno dan Erika Vora** menyatakan bahwa faktor lingkungan termasuk dalam unsur yang sangat penting lainnya dalam terjadinya proses komunikasi.

Lingkungan adalah salah satu unsur komunikasi yang tidak kalah penting dalam proses komunikasi. Berhasil atau tidaknya sebuah proses komunikasi dipengaruhi oleh factor lingkungan dan social budaya adalah salah satu factor lingkungan. Terkadang perbedaan bahasa menjadi penghambat dalam proses komunikasi karena lawan bicara tidak mengerti apa yang kita sampaikan . Maka dari itu, komunikator harus mampu menyesuaikan bahasa yang digunakan sesuai dengan lingkungan tempat komunikator menyampaikan pesan agar pesan tersebut dapat dimengerti dan dipahami serta tidak terjadi *miscommunication* antara komunikator dan komunikan.

Dari semua unsur komunikasi di atas, menjelaskan bahwa dalam melakukan sebuah proses komunikasi ada beberapa unsur yang membuat komunikasi akan berjalan dnegan baik, jelas dan sesuai sarannya apabila terdapat pemahaman dari seorang komunikator akan unsur – unsur komunikasi tersebut.

2.2.1.3 Prinsip - Prinsip Komunikasi

Prinsip komunikasi merupakan sebuah dasar atau pedoman dalam komunikasi sehingga hal tersebut berarti bahwa prinsip – prinsip komunikasi merupakan dasar – dasar yang harus diperhatikan dalam komunikasi. Menurut **Deddy Mulyana** dalam bukunya yang berjudul **Ilmu Komunikasi Suatu Pengantar** menyatakan bahwa komunikasi mempunyai 12 prinsip, diantaranya yaitu :

1. Komunikasi adalah proses simbolik.

Komunikasi merupakan proses simbolik yaitu ketika seseorang melakukan komunikasi menggunakan simbol-simbol. Simbol – simbol ini dapat berupa bahasa, postur tubuh, ekspresi wajah, lambang, dll. Lambang atau simbol adalah sesuatu yang digunakan untuk menunjuk sesuatu lainnya berdasarkan kesepakatan sekelompok orang. Lambang meliputi kata-kata (pesan verbal) perilaku non verbal, dan objek yang maknanya disepakati bersama. Kemampuan manusia menggunakan lambang verbal memungkinkan perkembangan bahasa dan menangani hubungan manusia dan objek. Manusia menggunakan lambang sebagai penyandian, manusia dapat berbagi pengalaman dan pengetahuan. Berikut beberapa sifat lambang

a. Lambang bersifat sembarang, manasuka atau sewenang-wenang.

Lambang hadir dimana-mana dan tidak henti-hentinya menerpa kita. Alam tidak memberikan penjelasan kepada kita mengapa manusia menggunakan lambang-lambang tertentu untuk merujuk pada hal-hal tertentu, baik yang konkrit maupun yang abstrak. Apa saja dapat dijadikan

lambang, bergantung kepada kesepakatan bersama, kata- kata (lisan atau tulisan) isyarat anggota tubuh, dandanan dan penampilan bersifat fisik, makanan dan cara makan, tempat tinggal, jabatan, pekerjaan, olah raga, hobi, peristiwa, hewan tumbuhan, gedung, artefak (alat), angka, bunyi, waktu, dan sebagainya.

b. Lambang pada dasarnya tidak mempunyai makna, kita lah yang memberi makna pada lambang.

Makna sebenarnya ada dalam kepala kita dalam pikiran kita, bukan terletak pada lambang itu sendiri. Bila ada orang yang mengatakan bahwa kata- kata mempunyai makna, maka yang ia maksudkan sebenarnya adalah bahwa kata – kata itu mendorong orang untuk memberi makna (yang telah disetujui bersama) terhadap kata-kata itu. Komunikasi telah terjadi bila penafsiran telah berlangsung, terlepas dari apakah komunikasi itu disengaja atau tidak.

c. Lambang itu banyak variasinya.

Lambang itu bervariasi dari satu budaya ke budaya lain, satu tempat ke tempat lain, dari satu konteks waktu ke konteks yang lain. Kita hanya memerlukan kesepakatan mengenai suatu lambang. Begitu juga makna yang diberikan kepada suatu lambang juga sangat bervariasi meskipun bisa berubah seiring bergantinya zaman.

2. Setiap perilaku mempunyai potensi komunikasi.

Komunikasi bisa berlangsung dalam berbagai tingkat kesengajaan yang merupakan bahwa komunikasi dilakukan dengan sengaja (diniatkan atau ada rencana sesuatu) dan tidak sengaja (tidak diniatkan atau terjadi secara spontan). Tidak berarti bahwa semua perilaku adalah komunikasi, namun komunikasi terjadi bila seseorang memberi makna pada perilaku orang lain atau perilakunya sendiri. Setiap perilaku seseorang punya potensi untuk ditafsirkan. Ketika seseorang tersenyum, cemberut, berdiam diri, ketika seseorang mengundurkan diri dari komunikasi kemudian menyendiri sebenarnya seseorang tersebut mengkomunikasikan banyak pesan. Orang lain akan menafsirkan tersenyum berarti gembira, cemberut ditafsirkan ngambek, diam ditafsirkan sebagai malu, segan, atau ragu-ragu atau tidak setuju atau bahkan ditafsirkan marah. Setiap perilaku yang dilakukan oleh seseorang menunjukkan bahwa dirinya sedang berkomunikasi.

3. Komunikasi punya dimensi isi dan dimensi hubungan.

Dimensi isi disandi secara verbal, sedangkan dimensi hubungan disandi secara nonverbal. Dimensi isi menunjukkan muatan (isi) komunikasi, yaitu apa yang dikatakan, sedangkan dimensi hubungan menunjukkan bagaimana cara mengatakan, bagaimana cara mengatakan ini mengisyaratkan bagaimana hubungan peserta komunikasi dan menunjukkan bagaimana pesan itu ditafsirkan. Dalam dimensi isi, komunikasi akan menemukan bentuknya secara lebih baik apabila menggunakan bahasa sebagai alat penyampai pesan. Penggunaan bahasa secara efektif, bahasa yang digunakan, siapa yang menjadi sasaran adalah perwujudan dari komunikasi sebagai proses budaya. Selanjutnya

dalam dimensi isi juga dinyatakan bahwa sistem pengetahuan berperan sangat penting. Pengetahuan merupakan substansi yang tidak terlepas dari isi komunikasi.

4. Komunikasi berlangsung dalam tingkat kesengajaan.

Komunikasi dilakukan dalam berbagai tingkat kesengajaan dari komunikasi yang tidak disengaja sama sekali hingga komunikasi yang benar-benar direncanakan dan disadari. Memang kesengajaan bukan merupakan syarat komunikasi. Kita sama sekali tidak bermaksud menyampaikan pesan kepada orang lain namun perilaku kita sangat potensial ditafsirkan oleh orang lain. Kita benar-benar tidak dapat mengendalikan orang lain untuk menafsirkan atau tidak menafsirkan perilaku kita. Implikasi dari komunikasi berlangsung dalam berbagai tingkat kesengajaan adalah bahwa komunikasi dilakukan dalam berbagai tingkat kesadaran. Berkomunikasi biasanya kesadaran kita lebih tinggi dalam situasi khusus dibandingkan dengan berkomunikasi dalam situasi rutin.

5. Komunikasi terjadi dalam konteks ruang dan waktu.

Prinsip ini mengasumsikan bahwa komunikasi terjadi pada ruang dan waktu tertentu. Makna pesan bergantung pada konteks fisik dan ruang, waktu, sosial dan psikologis. Ruang mempengaruhi makna terhadap suatu pesan, suasana psikologis peserta komunikasi mempengaruhi pesan yang tersampaikan. Waktu juga mempengaruhi makna dari suatu pesan. Implikasi dari komunikasi terjadi dalam ruang dan waktu adalah bahwa komunikasi sebagai konteks sosial juga akan dipengaruhi oleh ruang dan waktu, misalnya suasana lebaran akan berbeda

dengan hari-hari biasa. Dering telepon pada malam hari pada saat orang beristirahat juga akan mempengaruhi pesan yang dikirimkan.

6. Komunikasi melibatkan prediksi peserta komunikasi.

Prinsip ini mengasumsikan bahwa hingga derajat tertentu ada keteraturan pada komunikasi manusia. Dengan kata lain bahwa karena perilaku manusia memiliki keteraturan maka minimal secara parsial dapat diramalkan. Ketika orang-orang berkomunikasi mereka meramalkan efek perilaku komunikasi mereka, ini artinya bahwa efek yang terjadi dalam komunikasi dipengaruhi oleh aturan atau tatakrama oleh sebab itu dalam berkomunikasi orang mempersiapkan strategi tertentu yang baik, berdasarkan bagaimana orang yang menerima pesan akan merespon.

7. Komunikasi bersifat sistematis.

Setidaknya ada dua sistem dasar yang beroperasi dalam transaksi komunikasi yaitu sistem internal dan sistem eksternal.

a. Sistem internal

Seluruh sistem nilai yang dibawa individu ketika ia melakukan komunikasi. Nilai-nilai ini diperoleh selama dia bersosialisasi dalam lingkungan sosialnya. Istilah lain yang digunakan para pakar tentang sistem internal ini adalah kerangka rujukan (*frame of reference*), bidang pengalaman (*field of experience*), struktur kognitif (*cognitive structure*), pola pikir (*thinking patterns*) keadaan internal (*internal state*) dan sikap (*attitude*). Sistem internal mengandung semua unsur yang membentuk

individu yang unik termasuk ciri-ciri kepribadiannya, intelegensinya, pendidikannya, pengetahuannya, agama, bahasa, motif hidup, keinginan, cita-cita, dan semua pengalaman masa lalunya yang pada dasarnya tersembunyi.

b. Sistem eksternal

Seluruh unsur-unsur dalam lingkungan di luar dirinya termasuk kata-kata yang ia pilih untuk berbicara, isyarat fisik peserta komunikasi, kegaduhan disekitarnya, penataan ruang, cahaya dan suhu ruangan. Kemudian ada lingkungan lain yang lebih besar ruang lingkupnya termasuk tempat kerja, masyarakat kota, sekolah kita, dll. Dalam berkomunikasi elemen-elemen tersebut menjadi stimuli seseorang.

8. Semakin mirip latar belakang sosial-budaya semakin efektiflah komunikasi.

Komunikasi mampu menemukan sebuah bentuk secara lebih baik jika menggunakan komponen-komponen budaya. Komunikasi yang efektif merupakan komunikasi yang hasilnya sesuai dengan keinginan para pesertanya (orang-orang yang terlibat komunikasi). Makna dari sebuah pesan baik verbal atau non verbal pada dasarnya terikat budaya. Orang-orang akan saling tertarik jika ada dorongan dari kesamaan hal tertentu misalnya hobi, tingkat ekonomi, tingkat pendidikan, bahasa, ras (suku), agama, sehingga pada akhirnya menjadi dekat dan komunikasi merekapun menjadi efektif.

9. Komunikasi bersifat nonsekuensial.

Unsur-unsur proses komunikasi tidak terpola secara kaku. Pada dasarnya unsur-unsur komunikasi tidak berada dalam suatu tatanan yang bersifat linear, sirkuler, helikal atau tatanan lainnya. Unsur-unsur proses komunikasi boleh jadi beroperasi dalam satu tatanan, tetapi mungkin pula hanya sebagian, sementara yang lainnya dalam suatu tatanan yang acak. Oleh karena itu sifat nonsekuensial lebih tepat digunakan untuk menandai proses komunikasinya. Implikasi dari komunikasi bersifat non sekuensial adalah unsur-unsur proses komunikasi sebenarnya tidak terpola secara kaku. Pada dasarnya unsur-unsur tersebut tidak berada dalam tatanan yang bersifat linear.

10. Komunikasi bersifat prosesual, dinamis, dan transaksional.

Suatu proses adalah sesuatu yang tidak diketahui awalnya namun diketahui akhirnya, melainkan proses yang sinambung. Oleh sebab itu sebagai proses, maka komunikasi tidak mempunyai awal dan tidak mempunyai akhir. Ini artinya dalam komunikasi kita tidak dapat mengukur terjadinya komunikasi berdasarkan apa yang terjadi diantara dua waktu awal dan akhir kegiatan. Sebab setelah kegiatan tatap muka misalnya kegiatan pidato, setelah seseorang menyelesaikan pidatonya para pendengar terus memberikan makna terhadap pidatonya berbulan-bulan bahkan bertahun-tahun kemudian. Komunikasi bersifat dinamis ini artinya dalam proses komunikasi para peserta komunikasi saling mempengaruhi, sebarang kecilnya pengaruh tersebut. Yang juga penting kita pahami bahwa semua model komunikasi sebenarnya merupakan “pemotretan” atas gambaran diam dari proses tersebut. Pernyataan bahwa komunikasi telah terjadi sebenarnya bersifat artificial (buatan), dalam arti

bahwa kita mencoba menangkap suatu gambaran diam (statis) dari proses tersebut dengan maksud untuk menganalisis kerumitan peristiwa tersebut, dengan menonjolkan komponen-komponen atau aspek-aspeknya yang penting. Implikasi dari komunikasi sebagai proses yang dinamis dan transaksional ini adalah bahwa para peseta komunikasi berubah (dari sekedar berubah pengetahuannya hingga berubah pandangannya, keyakinannya dan perilakunya).

11. Komunikasi bersifat irreversible.

Suatu perilaku adalah suatu peristiwa, suatu peristiwa adalah sesuatu yang telah terjadi. Oleh karena merupakan suatu peristiwa, perilaku hanya berlangsung dalam waktu dan tidak dapat “diambil kembali”. Perilaku baru tidak akan mengubah perilaku sebelumnya. Sifat irreversible ini adalah implikasi dari komunikasi sebagai proses yang selalu berubah. Prinsip ini seyogyanya menyadarkan kita bahwa kita harus berhati-hati untuk menyampaika pesan kepada orang lain, sebab efeknya tidak bisa ditiadakan sama sekali.

12. Komunikasi bukan panacea untuk menyelesaikan berbagai masalah.

Banyak persoalan dan konflik antar manusia disebabkan oleh masalah komunikasi. Namun komunikasi bukanlah obat mujarab untuk menyelesaikan persoalan atau konflik itu, karena mungkin sekali bahwa persoalan itu berkaitan masalah struktural atau aturan. Artinya, komunikasi bukan obat yang sangat ampuh untuk menyelesaikan berbagai masalah karena ada hal lain yang harus

dilakukan untuk menyelesaikan masalah, bukan hanya dilakukan dengan komunikasi. (Deddy Mulyana, 2015 : 92-126)

2.2.1.4 Fungsi Komunikasi

Fungsi komunikasi adalah proses yang dilakukan untuk memberikan sebuah pesan kepada komunikan. Menurut pendapat **Deddy Mulyana** pada bukunya yang berjudul *Ilmu Komunikasi Suatu Pengantar*, komunikasi terbagi menjadi 4 fungsi, yaitu :

1. Komunikasi Sosial

Fungsi komunikasi sebagai komunikasi social setidaknya mengisyaratkan bahwa komunikasi penting untuk membangun konsep diri, aktualisasi diri, untuk kelangsungan hidup, untuk memperoleh kebahagiaan, terhindar dari teknanan danketegangan antara lain lewat komunikasi yang menghibur dan memupuk hubungan dengan orang lain. Melalui komunikasi, manusia bisa bekerja sama dengan anggota masyarakat (keluarga, kelompok belajar, perguruan tinggi, RT, RW, dan negara secara keseluruhan) untuk mencapai tujuan bersama.

2. Komunikasi Ekspresif

Komunikasi ekspresif tidak otomatis bertujuan untuk mempengaruhi orang lain, namun dapat dilakukan sejauh komunikasi tersebut menjadi instrument untuk menyampaikan perasaan – perasaan (emosi) kita. Perasaan – perasaan tersebut dikomunikasikan terutama melalui pesan – pesan non verbal. Perasaan sayang, peduli, simpati, gembira, sedih,

takut, prihatin, marah dan benci dapat disampaikan lewat kata – kata namun terutama dapat terlihat dalam perilaku non – verbal.

3. Komunikasi Ritual

Komunikasi ritual erat kaitannya dengan komunikasi ekspresif dan biasanya dilakukan secara kolektif. Komunikasi ritual bersifat ekspresif karena menyatakan perasaan terhadap seseorang. Kegiatan ritual memungkinkan para pesertanya berbagi komitmen emosional dan menjadi perekat bagi kepaduan mereka, juga sebagai pengabdian kepada kelompok. Komunikasi ritual ini kadang – kadang bersifat mistik, dan mungkin sulit dipahami orang – orang di luar komunitas tersebut. Hingga kapanpun ritual tampaknya akan tetap menjadi kebutuhan manusia demi pemenuhan jati dirinya, meskipun bentuknya berubah – ubah, demi pemenuhan jati dirinya sebagai individu, sebagai anggota komunitas sosial, dan sebagai salah satu unsur dari alam semesta.

4. Komunikasi Instrumental

Komunikasi instrumental mempunyai beberapa tujuan umum yaitu menginformasikan, mengajar, mendorong, mengubah sikap dan keyakinan, dan mengubah perilaku atau menggerakkan tindakan dan juga menghibur. Tujuan tersebut disebut membujuk (bersifat persuasive”. Komunikasi yang berfungsi memberitahukan atau menerangkan (to inform) mengandung muatan persuasive dalam arti bahwa pembicara menginginkan pendengarnta mempercayai bahwa

fakta atau informasi yang disampaikannya akurat dan layak diketahui.

(Deddy Mulyana : 2008 : 3 – 38)

Berdasarkan pemaparan kutipan diatas dapat disimpulkan bahwa komunikasi merupakan hal yang paling mendasar dan sudah menjadi hal yang sangat lekat bagi keberlangsungan hidup manusia, maka dari itu, setiap pergerakan manusia atau apapun yang dilakukan oleh manusia merupakan sebuah proses komunikasi. Selain itu dalam melakukan tujuan tertentu, manusia memerlukan komunikasi untuk mencapai tujuan yang harapkan dan diinginkan.

2.2.1.5 Tujuan Komunikasi

Dalam komunikasi, komunikator pasti memiliki suatu tujuan tertentu. Tujuan komunikasi yaitu untuk membentuk suatu kesepakatan bersama atau menciptakan kesepahaman antara komunikator dengan komunikan. Pada dasarnya tujuan komunikasi yaitu untuk membentuk perilaku manusia, perubahan sifat, pendapat, opini dan sudut pandang dalam isi pesan dan informasi yang disampaikan. Menurut **Wilbur Scramm (1974)** dalam Djuarsa buku *Pengantar Ilmu Komunikasi*, yaitu tujuan komunikasi dapat dilihat dari dua perspektif kepentingan yaitu kepentingan sumber/pengirim/komunikator dan kepentingan penerima/komunikan. Dengan demikian komunikasi yang ingin dicapai dapat digambarkan sebagai berikut :

Tabel 2.3 Tabel Tujuan Komunikasi

Tujuan komunikasi dari sudut kepentingan sumber :	Tujuan komunikasi dari sudut kepentingan penerima :
1. Memberikan informasi.	1. Memahami informasi
2. Mendidik	2. Mempelajari
3. Menyenangkan/menghibur	3. Menikmati
4. Mengajukan suatu tindakan	4. Menerima/menolak anjuran

Sedangkan menurut **Onong Uchjana Effendy** tujuan komunikasi, yaitu :

1. Perubahan sikap (attitude change)
2. Perubahan pendapat (opinion change)
3. Perubahan perilaku (behavior change)
4. Perubahan sosial (social change). (Effendy, 2003: 8)

Tujuan komunikasi yang pertama, seorang komunikator setelah menerima pesan kemudian sikapnya berubah, baik positif maupun negative. Dalam berbagai situasi komunikator berusaha mempengaruhi sikap komunikan dan berusaha agar komunikan bersikap positif sesuai dengan apa yang diharapkan oleh komunikator.

Tujuan komunikasi yang kedua, dalam komunikasi berusaha menciptakan pemahaman yang merupakan kemampuan memahami pesan secara cermat sehingga sesuai dengan apa yang dimaksudkan oleh komunikator. Setelah memahami apa yang dimaksud komunikator, maka akan tercipta pendapat yang berbeda – beda bagi komunikan.

Tujuan komunikasi yang ketiga, komunikasi bertujuan untuk mengubah perilaku maupun tindakan seseorang. Komunikasi bersifat persuasive yang artinya membujuk atau mendorong tindakan seseorang agar mengikuti sesuai apa yang diinginkan oleh komunikator.

Tujuan komunikasi yang keempat, membangun dan memelihara ikatan hubungan dengan orang lain sehingga menjadi hubungan yang makin baik. Dalam proses komunikasi yang efektif secara tidak sengaja meningkatkan kadar hubungan interpersonal sehingga terjadi ikatan yang makin baik dan erat.

2.2.1.6 Proses Komunikasi

Proses yaitu suatu rangkaian yang harus dilalui dalam usaha pencapaian tujuan dengan melalui langkah – langkah atau tahap – tahap yang harus dilalui supaya sampai pada titik tujuan. Menurut **Effendy** dalam bukunya yang berjudul *Ilmu Komunikasi dan Praktek*, menyebutkan bahwa proses komunikasi terbagi menjadi dua tahap, yaitu secara primer dan secara sekunder :

a. Proses komunikasi secara primer

Proses komunikasi secara primer adalah proses penyampaian pikiran dan atau perasaan seseorang kepada orang lain dengan menggunakan lambang (symbol) sebagai media. Lambang sebagai media primer dalam proses komunikasi adalah pesan verbal (bahasa), dan pesan nonverbal (kial/gesture, isyarat, gambar, warna,dan lain sebagainya) yang secara langsung dapat/mampu menerjemahkan pikiran dan atau perasaan

komunikator kepada komunikan. Seperti disinggung di muka, komunikasi berlangsung apabila terjadi kesamaan makna dalam pesan yang diterima oleh komunikan. Dengan kata lain, komunikasi adalah proses membuat pesan yang setara bagi komunikator dan komunikan. Prosesnya sebagai berikut, pertama-tama komunikator menyandi (encode) pesan yang akan disampaikan disampaikan kepada komunikan. Ini berarti komunikator memformulasikan pikiran dan atau perasaannya ke dalam lambang (bahasa) yang diperkirakan akan dimengerti oleh komunikan. Kemudian giliran komunikan untuk menterjemahkan (decode) pesan dari komunikator. Ini berarti ia menafsirkan lambang yang mengandung pikiran dan atau perasaan komunikator tadi dalam konteks pengertian. Yang penting dalam proses penyandian (coding) adalah komunikator dapat menyandi dan komunikan dapat menerjemahkan sandi tersebut (terdapat kesamaan makna).

b. Proses komunikasi secara sekunder

Proses komunikasi secara sekunder adalah proses penyampain pesan oleh seseorang kepada orang lain dengan menggunakan alat atau sarana sebagai media kedua setelah memakai lambang sebagai media pertama. Seorang komunikator menggunakan media kedua dalam melancarkan komunikasinya karena komunikan sebagai sasarannya berada ditempat yang relatif jauh ataupun jumlahnya banyak. Surat, telepon, teleks, surat kabar, majalah, radio, televisi, film, dan banyak lagi adalah media kedua yang sering digunakan dalam komunikasi. Pada umumnya kalau kita berbicara dikalangan masyarakat, yang dinamakan media komunikasi itu

adalah media kedua sebagaimana diterangkan diatas. Jarang sekali orang menganggap bahasa sebagai media komunikasi. Hal ini disebabkan oleh bahasa sebagai lambang (symbol) serta isi (content) yakni, pikiran dan atau perasaan yang dibawanya menjadi totalitas pesan (message), yang tampak tak dapat dipisahkan. Tidak seperti media dalam bentuk surat, telepon, radio, dan lain lainnya. Yang jelas tidak selalu dipergunakan. Tampaknya seolah-olah orang tak mungkin berkomunikasi tanpa bahasa, tetapi orang mungkin dapat berkomunikasi tanpa surat, atau telepon, atau televisi, dan sebagainya. (Effendy, 2007 : 11-17).

2.2.1.7 Tipe Komunikasi

Deddy Mulyana dalam buku yang berjudul “*Ilmu Komunikasi Suatu Pengantar*” menjelaskan bahwa terdapat beberapa tipe komunikasi yang telah disepakati oleh para pakar, diantaranya yaitu :

1. Komunikasi Intrapribadi (*Intapersonal Communication*)

Komunikasi intrapribadi adalah komunikasi dengan diri sendiri, baik disadari atau tidak. Contohnya berpikir, Komunikasi ini merupakan landasan komunikasi antarpribadi dan komunikasi dalam konteks-konteks lainnya, meskipun dalam disiplin ilmu komunikasi tidak dibahas secara rinci dan tuntas. Dengan kata lain, komunikasi intrapribadi ini dalam komunikasi dua orang, tiga-orang, dan seterusnya, karena sebelum berkomunikasi dengan orang lain kita biasanya berkomunikasi dengan diri sendiri (mempersepsi dan memastikan makna pesan orang lain), hanya saja caranya sering tidak

disadari. Keberhasilan komunikasi kita dengan orang lain bergantung pada keefektifan komunikasi kita dengan diri sendiri.

2. Komunikasi Antarpribadi

Komunikasi antarpribadi adalah komunikasi antar orang - orang secara tatap muka, yang memungkinkan setiap pesertanya menangkap reaksi orang lain secara langsung, baik secara verbal maupun nonverbal. Sebagai komunikasi yang paling lengkap dan paling sempurna, komunikasi antarpribadi berperan hingga kapanpun, selama manusia masih mempunyai emosi

3. Komunikasi Kelompok

Kelompok adalah sekumpulan orang yang mempunyai tujuan bersama, yang berinteraksi satu sama lain untuk mencapai tujuan bersama, mengenal satu sama lainnya, dan memandang mereka sebagai bagian dari kelompok tersebut. Kelompok ini misalnya adalah keluarga, tetangga, kawan-kawan terdekat, kelompok diskusi, kelompok pemecah masalah, atau suatu komite yang tengah berapat untuk mengambil suatu keputusan. Dengan demikian, komunikasi kelompok biasanya merujuk pada komunikasi yang dilakukan kelompok kecil tersebut.

4. Komunikasi Publik

Komunikasi publik adalah komunikasi antara seorang pembicara dengan sejumlah besar orang (khalayak) yang tidak bisa dikenali satu persatu. Komunikasi demikian sering juga disebut pidato, ceramah, atau kuliah (umum). Komunikasi publik biasanya berlangsung lebih formal

dan lebih sulit daripada komunikasi antarpribadi atau komunikasi kelompok, karena komunikasi publik menuntut persiapan pesan yang cermat, keberanian, dan kemampuan menghadapi sejumlah besar orang. Komunikasi publik sering bertujuan memberikan penerangan, menghibur, memberikan penghormatan, atau membujuk.

5. Komunikasi Organisasi

Komunikasi organisasi adalah proses komunikasi yang terjadi di dalam suatu organisasi, bersifat formal dan informal, dan berlangsung dalam suatu jaringan yang lebih besar daripada komunikasi kelompok. Komunikasi organisasi seringkali melibatkan juga komunikasi diadik, komunikasi antarpribadi, dan ada kalanya juga komunikasi publik. Komunikasi formal adalah komunikasi menurut struktur organisasi, yakni : komunikasi ke bawah, komunikasi ke atas, dan komunikasi horisontal. Sedangkan komunikasi informal tidak bergantung pada struktur organisasi, seperti komunikasi antar sejawat, juga termasuk gosip.

6. Komunikasi Massa

Komunikasi massa adalah komunikasi yang menggunakan media massa, baik cetak (surat kabar, majalah), maupun elektronik (radio, televisi), yang dikelola oleh suatu lembaga atau orang yang dilembagakan, yang ditujukan kepada sejumlah besar orang yang tersebar di banyak tempat, anonim, dan heterogen. Pesan pesannya

bersifat umum, disampaikan secara cepat, serentak, dan selintas (khususnya media elektronik). (Deddy Mulyana, 2007 : 80-83).

2.2.2 Media Komunikasi

2.2.2.1 Definisi Media Komunikasi

Komunikasi membutuhkan media sebagai jembatan penghubung dalam proses penyampaian pesan. Media komunikasi adalah sarana yang dipergunakan untuk memproduksi dan mendistribusikan atau menyebarkan dan penyampaian informasi. Media komunikasi sangat berperan bagi kehidupan masyarakat. Seiring dengan perkembangan zaman, media komunikasi berkembang sangat pesat dan semakin canggih. Teknologi komunikasi paling dicari untuk menyampaikan atau mengirimkan pesan karena teknologi komunikasi semakin berkembang, cepat, instan, murah, mudah diakses setiap kalangan, efektif dan efisien. Bahkan pertukaran informasi dan berita dari berbagai negara semakin mudah diakses. Menurut **Cangara** dalam buku *Pengantar Ilmu Komunikasi (2006)*, menjelaskan bahwa :

“Media merupakan suatu alat atau sarana untuk menyampaikan pesan dari komunikator kepada khalayak. Dalam hal ini media yang paling mendominasi dalam berkomunikasi yaitu pancaindra manusia, seperti mata, dan telinga. Pesan yang diterima oleh pancaindera kemudian diproses oleh pikiran untuk menentukan reaksi, setelah itu baru dinyatakan dalam suatu tindakan” (Cangara : 2006)

2.2.2.2 Jenis Media Komunikasi

Jenis media komunikasi dibagi menjadi dua jenis yaitu berdasarkan fungsinya dan berdasarkan bentuknya, diantaranya :

a. Berdasarkan fungsinya :

1. Fungsi Produksi

Fungsi produksi adalah media komunikasi yang berguna untuk menghasilkan informasi contohnya: Komputer pengolah kata (*Word Processor*).

2) Fungsi reproduksi

Fungsi reproduksi adalah media komunikasi yang kegunaanya untuk memproduksi ulang dan menggandakan informasi contohnya: *Audio tapes recorder* dan *Video tapes*.

3) Fungsi Penyampaian Informasi

Fungsi Penyampaian informasi adalah media komunikasi yang digunakan untuk komunikasi yang dipergunakan untuk menyebarluaskan dan menyampaikan pesan kepada komunikan yang menjadi sasaran contohnya: Telepon, Faximile, dan lain-lain.

b. Berdasarkan bentuknya :

1. Media Cetak

Berbagai jenis media komunikasi yang dapat dilakukan melalui sebuah proses percetakan dan bisa dipakai untuk suatu proses penyampaian pesan

atau informasi. Contohnya seperti buku, surat kabar, majalah, *bulletin* dan brosur.

2. Media Visual atau Media Pandang

Penerimaan pesan yang telah tersampaikan melalui panca indera yang dapat dilihat. Contohnya, gambar atau foto.

3. Media Audio

Penerimaan pesan yang telah tersampaikan melalui indera pendengar. Contohnya seperti radio dan *tape recorder*.

4. Media Audio Visual Aid (AVA)

Media komunikasi yang dapat dilihat dan didengar, agar mendapatkan suatu informasi secara bersamaan. Contohnya yaitu televisi.

2.2.2.3 Karakteristik Media Komunikasi

Suatu ciri yang khas dari komunikasi disebut dengan karakteristik media komunikasi. Menurut **Alo Liliweri** (2011 : 128) pada prose menyampaikan pesan informasi disebut dua saluran komunikasi, yaitu personal dan nonpersonal atau media massa.

1. Saluran komunikasi personal

Dibandingkan dengan media massa, saluran komunikasi ini berlangsung dengan persuasive baik secara langsung ataupun kelompok. Hal tersebut disebabkan oleh factor, diantaranya

- a. Penyampaian pesan bersifat pribadi dan manusiawi dengan dilakukan secara langsung pada informan yang dituju.
 - b. Bisa dilakukan dengan cara yang lebih terperinci dan fleksible sesuai dengan situasi dan kondisi.
 - c. Keterlibatan masyarakat atau komunikan dalam proses cukup tinggi.
 - d. Komunikator dapat mengetahui secara langsung mengenai reaksi, feedback, atau tanggapan dari komunikan terkait isi pesan yang disampaikan.
 - e. Apabila terdapat kesalahan persepsi dari pihak komunikan yang menerima pesan yang disampaikan, maka komunikator dapat dengan segera memberikan penjelasan. Dengan saluran komunikasi tersebut lebih dipandang efektif dengan dampak yang menyertai nilai kognitif dan efektif dengan dampak yang menyertai konatif atau perilaku.
2. Saluran komunikasi nonpersonal atau media massa

Model saluran ini memiliki daya jangkau khalayak yang luas, bahkan tidak terbatas dengan kemampuannya yang cepat. Media massa dalam hal ini tidak terbatas hanya pada surat kabar, televisi, radio, tetapi juga berbagai media lain, seperti billboard, leaflet, booklets, dan lainnya. Media dapat menentukan sampai tidaknya suatu pesan yang disampaikan kepada target audience. Media merupakan bagian terpenting dalam periklanan. Media berhubungan langsung dengan konsumen dari berbagai dimensi Psikografi dan Demografi. Pesan yang disampaikan dapat berjalan dengan efektif dan efisien apabila media yang dipilih sesuai dengan target audiencenya.

Dampak pesan yang disampaikan melalui saluran ini hanya menyentuh aspek kognitif. Berikut adalah perbedaan antara saluran komunikasi personal dengan saluran media massa. Selain kedua saluran komunikasi di atas, dikenal juga saluran komunikasi lainnya, yaitu saluran komunikasi tradisional. Media tradisional mencakup berbagai bentuk kesenian seperti wayang golek, ludruk, ketoprak, lenong betawi, dan sebagainya. Selain itu dikenal juga forum komunikasi seperti rembug desa, banjar, siapana, dan lainnya. Saluran komunikasi tradisional inipun efektif dalam penyampaian pesan dan dapat bersifat persuasif serta promosi suatu ide atau produk. Hal ini disebabkan karena saluran komunikasi ini dekat dengan masyarakat dan sesuai dengan kerangka budaya masyarakat setempat. (Alo liliweri : 2011 : 128)

2.2.2.4 Fungsi Media Komunikasi

Media komunikasi berfungsi sebagai sebuah sarana atau alat yang dipakai sebagai penyampaian pesan dari komunikator kepada komunikan atau khalayak yang mempunyai tujuan agar efisien dalam menyampaikan pesan atau informasi.

Menurut **Marshall Mc Luhan**, media fungsi komunikasi diantaranya yaitu :

1. Efektifitas

Media komunikasi akan menjadikan mudah dan memberi kelancaran dalam proses penyampaian pesan.

2. Efisiensi

Media komunikasi dapat mempercepat suatu proses penyampaian pesan atau informasi.

3. Konkrit

Media komunikasi membantu dalam mempercepat konten pesan yang memiliki sifat abstrak.

4. Motivatif

Media komunikasi akan lebih atraktif serta memberikan suatu informasi yang dapat dipertanggungjawabkan. (Marshall Mc Luhan)

Sedangkan menurut **Burton dan Huffner**, adapun fungsi media komunikasi diantaranya :

1. Efisiensi dalam penyebaran informasi, penghematan biaya, tenaga, waktu dan pemikiran.
2. Dapat memperkuat eksistensi informasi media komunikasi yang hi-tech dan dapat membuat suatu informasi atau pesan lebih memiliki kesan kepada komunikan.
3. Dapat menghibur atau membuat senang dan lebih menarik untuk audiens.
4. Kontrol sosial atau pengawasan terhadap kebijakan sosial. (Burton dan Huffner)

2.2.3 Media Pembelajaran

2.2.3.1 Definisi Media Pembelajaran

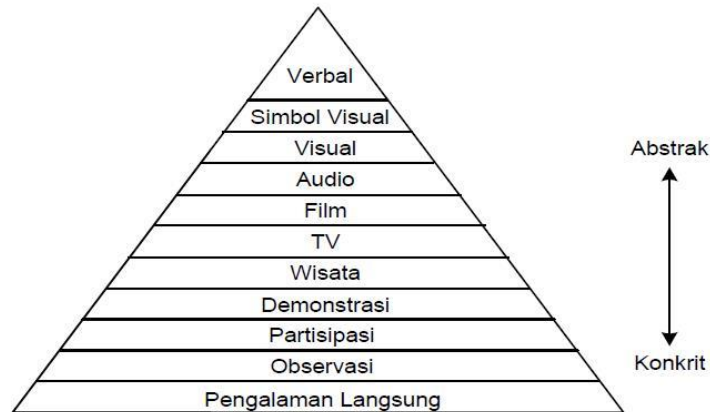
Dalam proses pembelajaran memerlukan adanya media komunikasi sebagai perantara antara dosen dengan mahasiswa. Menurut **Ali Muhson** yang berjudul *Pengembangan Berbasis Teknologi Informasi* dalam Jurnal Pendidikan Akutansi Indonesia (2010 : 2), media pembelajaran yaitu :

“Media berasal dari bahasa latin yang merupakan bentuk jamak dari “medium” yang secara harfiah berarti perantara atau pengantar. Maka umumnya adalah segala sesuatu yang dapat menyalurkan informasi dan sumber informasi kepada penerima informasi. Proses pembelajaran pada dasarnya juga merupakan proses komunikasi, sehingga media digunakan dalam pembelajaran disebut merupakan bagian dari sumber belajar yang merupakan kombinasi antara perangkat lunak (bahan belajar) dan perangkat keras (alat belajar)”

“Materi pembelajaran mempunyai tingkat kesukaran yang bervariasi, ada bahan pembelajaran yang memerlukan suplemen pembelajaran ada juga yang tidak memerlukan suplemen pembelajaran, sebagai alat bantu dalam proses pembelajaran merupakan suatu kenyataan yang tidak bisa dipungkiri, pendidikan sebagai penyampai pesan memiliki kepentingan yang besar untuk memudahkan tugasnya” (Ali Muhson : 2010 : 2-3)

Memanfaatkan media sebagai alat bantu mengajar, **Edgar Dele** mengklasifikasi tingkat dari yang paling konkret ke paling abstrak, diantaranya yaitu :

Gambar 2.1 Kerucut Pengalaman



Sumber : Arif (1994 : hal. 79)

Klasifikasi diatas merupakan “Kerucut Pengalaman” dan kaitannya dengan pembelajaran yaitu :

1. Sebagai sarana dalam mewujudkan situasi pembelajaran yang mudah dan efektif.
2. Dalam rangka menciptakan situasi belajar yang diharapkan maka hal tersebut sebagai suatu komponen yang berhubungan dengan komponen lainnya.
3. Memperlancar dan mempercepat proses belajar.
4. Meningkatkan dalam kualitas proses pada pembelajaran.
5. Dapat mengurangi terjadinya penyakit verbalisme dengan mengkonkritkan yang abstrak.

2.2.3.2 Manfaat Media Pembelajaran

Pemanfaatan media dalam pembelajaran dapat membangkitkan keinginan dan minat baru, meningkatkan motivasi dan rangsangan kegiatan belajar dan bahkan berpengaruh secara psikologis kepada mahasiswa. Berikut manfaat media pembelajaran yaitu:

- a. Memberi penjelasan mengenai tujuan belajar, pada awal pembelajaran peserta didik perlu diberitahu mengenai apa saja yang akan diperoleh mengenai kemampuan yang akan dipelajarinya.
- b. Memotivasi peserta didik. Salah satu peran yang umum dari media komunikasi adalah memotivasi peserta didik. Tanpa motivasi, sangat mungkin pembelajaran tidak menghasilkan belajar. Usaha untuk memotivasi peserta didik seringkali dilakukan dengan menggambarkan se jelas mungkin keadaan di masa depan, dimana peserta didik perlu menggunakan pengetahuan yang telah diperolehnya.
- c. Menyajikan informasi dalam system pembelajaran yang besar yang terdiri dari beberapa kelompok tantangan kurikulum yang sama.
- d. Merangsang diskusi, kegunaan media untuk merangsang diskusi seringkali disebut papan loncat, diambil dari bentuk penyajian yang relative singkat kepada sekelompok peserta didik dan dilanjutkan dengan diskusi. Format media biasanya menyajikan masalah atau pertanyaan, seringkali melalui drama atau contoh pengalaman manusia yang spesifik.
- e. Menuntun peserta didik berupa pengarahan kegiatan yang merupakan penerapan dari metode pembelajaran yang disebut metode kinerja atau

metode penerapan. Penekanan dari metode ini adalah pada kegiatan melakukan. Media dapat digunakan secara singkat atau sebentar – sebentar untuk mengajak peserta didik mulai dan berhenti.

- f. Pelaksanaan ujian merupakan proses mekanik yang dilakukan dengan sabar dan tidak kenal lelah oleh media komunikasi, khususnya computer.
- g. Menguatkan belajar, penguatan seringkali disamakan dengan motivasi atau digolongkan dalam motivasi. Penguatan adalah kepuasan yang dihasilkan dari belajar, dimana cenderung meningkatkan kemungkinan peserta didik merespon dengan tingkah laku yang diharapkan, setelah diberikan stimulus.
- h. Memberikan pengalaman simulasi. Simulator adalah alat untuk menciptakan lingkungan buatan yang secara realistis dapat merangsang peserta didik. Media komunikasi seringkali memegang peranan penting dalam simulasi, sejak pendidik harus mengkomunikasikan informasi kepada mesin dan sebaliknya mesin menginformasikan pengguna tentang pencapaiannya.

2.2.3.3 Peran Media Pembelajaran

Selain membutuhkan komunikasi, seluruh manusia juga memerlukan edukasi untuk mengembangkan pengetahuan serta mengetahui juga mengasah minat dan bakatnya. Seseorang memerlukan orang lain untuk mendidiknya dan bertukar pikiran dalam masa pengembangan kemampuan tersebut. Selain hal itu, peran media juga dibutuhkan dalam proses pembelajaran dalam mendidik peserta

didik. Hal tersebut dijelaskan oleh **Iwan Falahudin** (2014) menyatakan bahwa peran pembelajaran adalah menyediakan, menunjukkan, membimbing dan memotivasi para pembelajar agar mereka dapat berinteraksi dengan berbagai sumber belajar yang ada. Bukan hanya sumber belajar berupa orang, melainkan juga sumber – sumber yang lain. Oleh karena itu, dalam meningkatkan kemampuannya untuk belajar maka diperlukan sumber belajar. Dengan adanya sumber belajar maka peserta didik akan mengetahui dan dapat mengerti apa yang dipelajarinya. Salah satu sumber belajar yang dikenal pada saat ini adalah media pembelajaran.

Menurut AECT dalam Ahmad Rohani (1991), mengklasifikasikan sumber media belajar menjadi enam macam, yaitu :

a. *Message* (pesan)

yaitu informasi/ajaran yang diteruskan oleh komponen lain yang dalam bentuk gagasan, fakta, arti dan data. Termasuk dalam kelompok pesan adalah semua bidang studi/mata kuliah atau bahan pengajaran yang diajarkan kepada peserta didik, dan sebagainya.

b. *People* (orang)

Manusia yang bertindak sebagai penyimpan, pengolah dan penyaji pesan. Termasuk kelompok ini misalnya guru/dosen, tutor peserta didik dan sebagainya.

c. *Materials* (bahan)

Perangkat lunak yang mengandung pesan untuk disajikan melalui penggunaan alat perangkat keras atau pun oleh dirinya sendiri. Berbagai

program media termasuk media materials seperti transportasi, slide, film, audio, video, modul, majalah, buku dan sebagainya.

d. *Device* (alat)

Suatu perangkat keras yang digunakan untuk menyampaikan pesan yang tersimpan dalam bahan, misalnya OHP, slide, video, tape recorder, dan sebagainya.

e. *Technique* (teknik)

Prosedur atau acuan yang dipersiapkan untuk penggunaan bahan, peralatan, orang, lingkungan untuk menyampaikan pesan. Misalnya pengajaran terprogram/modul, simulasi, demonstrasi, tanya jawab, CBSA, dan sebagainya.

f. *Setting* (lingkungan)

Situasi atau suasana sekitar di mana pesan disampaikan. Baik lingkungan fisik ruang kelas, gedung sekolah, perpustakaan, laboratorium, taman, lapangan, dan sebagainya. Juga lingkungan non fisik, misalnya suasana belajar itu sendiri, tenang, lelah, ramai dan sebagainya.

Peranan media dalam proses pembelajaran baik oleh dosen maupun mahasiswa sangat penting, apalagi pada saat pandemi Covid – 19, yang mana semua proses pembelajaran di lakukan secara online. Ada beberapa peranan media pembelajaran dalam proses belajar antara lain:

1. Mahasiswa memiliki kemampuan untuk menangkap pembelajaran dengan baik. Dengan demikian penggunaan media dalam pengajaran di kelas merupakan sebuah kebutuhan yang tidak dapat diabaikan. Karena media

pembelajaran adalah sumber belajar, secara luas media dapat diartikan dengan manusia, benda atau pun peristiwa yang membuat kondisi siswa untuk lebih memungkinkan memperoleh pengetahuan keterampilan atau pun sikap (Mudhofir, 1993).

2. Media membangkitkan keinginan dan minat mahasiswa untuk belajar. Bukan hanya membangkitkan motivasi untuk belajar, namun membawa pengaruh positif bagi psikologis mahasiswa. Sebab media pembelajaran dapat memperlancar interaksi antara dosen/guru dengan peserta didik.
3. Media memiliki kemampuan untuk menampilkan kembali objek atau kejadian dengan berbagai macam cara disesuaikan dengan keperluan dan penuh makna.

Selain uraian di atas, **Sidik Bagus** (2018) menambahkan peranan media pembelajaran dalam proses pembelajaran antara lain :

- a. Memperjelas penyajian materi agar tidak hanya bersifat verbal (dalam bentuk kata-kata tertulis atau tulisan).
- b. Mengatasi keterbatasan ruang, waktu dan daya indera
- c. Penggunaan media secara tepat dan bervariasi dapat mengatasi sifat pasif anak didik.
- d. Menghindari kesalahpahaman terhadap suatu objek dan konsep.
- e. Menghubungkan yang nyata dengan yang tidak nyata.

Jadi berdasarkan beberapa peranan media pembelajaran di atas dapat disimpulkan bahwa dengan menggunakan media pembelajaran dalam proses belajar membantu untuk memperlancar interaksi antara dosen dengan mahasiswa sehingga kegiatan

pembelajaran akan lebih efektif dan efisien dalam meningkatkan mutu pendidikan. Dan media pembelajaran yang digunakan pada masa pandemic Covid – 19 di Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Pasundan yaitu aplikasi *Zoom Cloud Meetings*.

2.2.4 Aplikasi *Zoom Cloud Meetings*

2.2.4.1 Definisi *Zoom Cloud Meetings*

Zoom Cloud Meetings merupakan aplikasi yang berupa layanan video *conference* dan berbasis *cloud computing* yang merupakan pengolahan daya melalui jaringan internet yang memiliki fungsi agar dapat menjalankan program melalui *computer* yang telah terkoneksi satu sama lain pada waktu yang bersamaan. Namun, aplikasi ini tidak hanya dapat digunakan melalui *computer*, tetapi bisa juga digunakan melalui *smartphone* Android maupun Ios. *Zoom Cloud Meetings* menyediakan layanan konferensi jarak jauh berupa panggilan suara, video maupun keduanya untuk berkomunikasi dan pertemuan online, kolaborasi maupun obrolan dengan orang lain melalui virtual. Aplikasi ini mampu menampung banyak orang dalam satu *room*, bahkan mampu menampung 100 orang atau lebih dalam batas waktu yang tidak ditentukan. Hal tersebut merupakan kelebihan aplikasi ini dibanding dengan aplikasi sejenis yang serupa seperti *Google Duo* yang hanya mencakup setidaknya 2-4 orang dalam satu *room*. Selain itu, menariknya *Zoom Cloud Meetings* memiliki kemampuan untuk merekam pertemuan dalam sebuah *room* sehingga bisa dilihat kemudian hari serta dapat menjadwalkan pertemuan *online*.

Aplikasi *Zoom Cloud Meetings* ini bisa memberikan kontrol penuh bagi pengguna aplikasi tersebut dengan memberikan akses menelepon berbagai control dengan mengadakan rapat dengan peserta lain. Aplikasi *Zoom Cloud Meetings* ini pun memberikan kemudahan kepada setiap pengguna untuk tetap bertemu tatap muka, berbagi informasi serta tetap terhubung satu sama lain meskipun dilakukan dengan jarak jauh. (Ahmadi dan Aulia, 2020 108)

2.2.4.2 Sejarah *Zoom Cloud Meetings*

Aplikasi *Zoom Cloud Meetings* di dirikan oleh Eric Yuan di tahun 2011 pada perusahaan *Zoom Video Communications* yang berada di San Jose, California. Eric Yuan juga merupakan mantan insinyur utama dari *Cisco System* dan unit bisnis kolaborasinya *WebEx*. Layanan ini dimulai pada Januari 2013 dan pada Mei 2013 mengkalaim telah memiliki satu juta user.

Pada awal pengembangannya, *Zoom Cloud Meetings* masih menjadi perusahaan yang tertutup, mereka mendapatkan pendanaan hanya dengan mencari investor dengan cara mandiri. Pendanaan awal mereka diperoleh pada Januari 2013. Qualcomm Ventures, Jerry Wang (Pendiri Yahoo), Subrah Iyar (Pendiri *WebEx* dan Cisco SVP) dan seseorang investor yang bernama Dan Scheinman, memberikan *Zoom* modal pertama sebesar \$6 juta setelah mereka tertarik dengan rancangan bisnis dari *Zoom*. Pendanaan ini tentu saja sangat dimanfaatkan oleh *Zoom* untuk mengembangkan versi 1.0, yaitu dengan menambahkan kapasitas peserta dari 15 orang menjadi 25 orang. Alhasil, *Zoom* pun memiliki 400.000 pengguna yang aktif di akhir bulan pada tahun 2013. Lalu setelah mencapai 1 juta

pengguna yang aktif pada bulan Mei tahun 2013, *Zoom* menjalin hubungan atau kerjasama bersama penyedia software B2B seperti Redbooth (kemudian Teambox) bertujuan untuk memperkuat aplikasinya hingga dapat menciptakan program kerjasama dengan perusahaan InFocus, Logitech, Vaddio dan program inipun diberi slogan, yaitu “Work With *Zoom*”.

Ditahun yang sama pada bulan September 2013, *Zoom* kembali menerima pendanaan dari investor. Tidak main, media social terbesar yaitu *Facebook* dan juga aplikasi GPS Waze menjadi perusahaan yang berinvestasi untuk *Zoom*, dengan angka yang mencapai hingga \$6,5 juta. Setelah mencapai 1 juta pengguna aktif pada Mei 2013, dipenanaman modal kedua ini mereka langsung mencapai hingga 3 juta pengguna aktif. Perkembangan yang positif inilah yang membuat perusahaan seperti *Facebook* berani berinvestasi untuk *Zoom*. Lalu aplikasi inipun mencapai hingga 10 juta pengguna aktif pada tahun 2014 dan angka tersebut melonjak sangat tajam pada awal tahun 2015. Tepat Februari 2015 *Zoom* telah memiliki 40 juta pengguna aktif dan memiliki 65 ribu perusahaan serta organisasi yang tercatat berlangganan dan juga mencapai 1 miliar pengguna dalam permenit. Untuk mengembangkan terus bisnisnya, *Zoom* kembali memperluas lagi jaringan mereka dengan cara kerjasama dengan Salesforce, Skype for Business dan Slack. Perkembangan yang sangat signifikan pada Februari 2015 ini tidak lepas dari pendanaan yang kembali diterima oleh mereka dari Jerry Yang dan Patrick Soon-Shiong, Qualcomm Ventures, Horizons Venture, Emergance Capital yang mencapai hingga \$30 juta.

Secara resmi *Zoom* merilis versi 2.5 di bulan Oktober 2015, dan sebulan setelahnya mengganti petinggi perusahaan. Mantan presiden Ring Central, David Berman, diangkat menjadi presiden perusahaan dan Peter Gassner sang pendiri sekaligus CEO *Veeva System* bergabung dengan jajaran di direksi perusahaan. Setelah terus berkembang, pendanaan tertutup paling besar di sepanjang sejarah *Zoom* diterima pada Januari 2017. *Sequoia Capita* mengalirkan dana sebesar \$100 juta. Pendanaan ini tentu saja meningkatkan nilai perusahaan sehingga dapat mencapai \$1 milyar dan membuat mereka berhasil menyandang gelar “Unicorn”. Pada tahun 2017, Tercatat mereka meluncurkan *Telehealth*, fitur yang membantu tenaga medis memberikan masukan kepada pasiennya dengan cara daring pada bulan April. Kemudian mereka terintegrasi dengan *Microsoft Outlook*, *Google Calender*, *Polycom* dan *iCal* di bulan Mei dan juga membuat sebuah signature event tahunan mereka yang dijuluki *Zoomtopia*. Penyelenggaraan pertamanya terjadi pada 25-27 September 2017, di dalam event tersebut mereka mengumumkan kerjasama mereka dengan *Workplace*, *Slack* dan *Facebook*, lalu memulai langkah mengembangkan kepintaran buatan *speech recognition*.

Zoom akhirnya resmi menjadi perusahaan terbuka pada April 2019 setelah mempunyai kondisi perusahaan yang stabil. Setelah dibuka harga \$36 per saham, harga saham *Zoom* naik 72% pada penutupan pasar modal hari pertama dan meningkatkan nilai perusahaan hingga mencapai \$16 milyar.

Sejalan dengan peraturan yang dikeluarkan oleh pemerintah dalam menerapkan kebijakan *social distancing* selama wabah pandemi Covid-19, banyak orang yang pada akhirnya menggunakan aplikasi *Zoom Cloud Meetings* untuk

memenuhi kegiatan seperti bekerja, sekolah, dan lainnya. Pada Februari 2020, aplikasi *Zoom Cloud Meetings* tercatat telah memiliki tambahan 2,22 juta pengguna aktif dalam jangka 2 bulan. Salah satu sejarah aplikasi *Zoom* terhebat pun tercatat pada Maret 2020. Pengguna aktif yang tadinya 10 juta pada akhir tahun 2019, melonjak hingga mencapai 200 juta pengguna aktif pada Maret 2020 dan terus bertambah selama pandemi Covid-19.

Sosok paling penting dibalik sejarah aplikasi *Zoom Cloud Meetings* tentu saja sang penemu, yaitu Eric Yuan. Kisahnya dimulai dengan keinginannya menciptakan sebuah software yang dapat bertemu dengan kekasihnya secara mudah. Karena pada saat itu ia harus menaiki kereta selama 10 jam untuk bertemu dengan kekasihnya, Eric ingin membuat software yang membuatnya dapat bertemu secara daring dimana pun dan kapan pun. Eric pun mendalami ilmu tentang pengembangan software lalu bergabung dengan perusahaan Cisco WebEx pada tahun 1997 setelah bermigrasi dari negeri asalnya Cina ke Amerika Serikat. Eric berhasil menjadi wakil presiden WebEx, tetapi ia lebih memilih mengembangkan *Zoom* dan meninggalkan perusahaan.

2.2.4.3 Lambang dan Fitur *Zoom Cloud Meetings*

Gambar 2.1 Logo Aplikasi *Zoom Cloud Meetings*



Zoom cloud meetings mempunyai kelebihan dan keunggulan sebagai aplikasi video call, sehingga aplikasi ini banyak digunakan dalam kegiatan selama pandemi khususnya selama social distancing yang mengharuskan segala kegiatan belajar melalui online. Oleh karena itu, terdapat fitur – fitur yang beragam dan menarik di aplikasi ini, diantaranya :

1. Video dan Audio HD

Aplikasi ini telah di dukung oleh kualitas video dan audio yang *high definition* atau HD, sehingga para pengguna tidak perlu khawatir dengan gambar atau suara yang dihasilkan. Selain itu, aplikasi ini mampu menampung banyak pengguna dalam satu ruang.

2. Alat Kolaborasi Bawaan

Para pengguna dapat berbagi ruang layar secara bersama – sama dan dapat menulis hal yang penting dari hasil pertemuan dengan alat kolaborasi bawaan. Selain itu dengan alat ini, pengguna bisa dengan mudah melakukan presentasi dengan menunjukkan hal – hal penting dalam pertemuan.

3. *Share Screen*

Aplikasi ini dilengkapi dengan fitur yang memudahkan untuk melakukan presentasi sehingga para pengguna bisa melihat dengan jelas materi dan membantu setiap pertemuan yang dilakukan.

4. Fitur Chat dan fitur *raise hand*.

Dalam aplikasi ini disediakan juga fitur chat untuk memudahkan dalam berkomunikasi melalui chat sehingga bisa melakukan komunikasi secara bersamaan baik secara lisan dan tulisan. Serta dilengkapi dengan fitur *raise*

hand yang memudahkan seseorang untuk bertanya sehingga mudah diketahui oleh moderator dalam pertemuan di *Zoom Meetings*.

5. Rekaman dan Transkrip

Pengguna aplikasi ini dapat menyimpan hasil pertemuan dengan rekaman sehingga dapat dilihat kemudian hari dan dapat di simpan di perangkat masing - masing atau pada akun cloud.

6. Fitur Penjadwalan

Pada aplikasi ini terdapat penjadwalan terhadap *video conference* yang akan dilakukan. Selain itu, pengguna bisa menggunakan *video conference* melalui akun *Outlook, Gmail, atau iCall*.

7. Obrolan Tim

Pengguna *Zoom Meetings* dapat dengan mudah melakukan percakapan kelompok para pengguna aplikasi ini dapat melakukan pencarian riwayat obrolan dan juga berbagi berkas integrasi yang bisa disimpan dalam jangka waktu yang lama.

8. Keamanan

Keamanan pada *Zoom Cloud Meetings* sangat aman, karena aplikasi ini telah didukung dengan fitur *end- to -end-encryption* untuk semua rapat yang telah dijadwalkan. Dalam aplikasi ini juga terdapat *password* sehingga keamanan pengguna aman dan terlindungi.

Berdasarkan dengan beragam fitur yang menarik diatas, maka aplikasi *Zoom Cloud Meetings* merupakan aplikasi yang mampu memudahkan penggunaannya untuk melakukan segala aktivitasnya dengan melakukan pertemuan

online di aplikasi tersebut khususnya pada masa pandemic covid-19 dengan kelebihan dan kualitas panggilan suara dan video yang baik dan kelebihan yang dimiliki aplikasi ini.

2.2.5 Pandemi Covid – 19 (Corona)

Covid-19 atau *Corona Virus Disease – 19* merupakan penyakit jenis baru yang muncul pertama kali di Wuhan, China. Virus ini disebabkan oleh virus corona jenis baru yang disebut dengan *sars-coV-2*. Virus corona menyerang seluruh manusia tanpa melihat umur, dari anak-anak, remaja, orang dewasa, bahkan lansia dapat terserang virus ini. Terdapat berbagai varian dari virus corona, tetapi gejala paling umum dari virus ini yaitu batuk, pilek, flu, demam. dan dapat menyebabkan juga *pneumonia*, *sindroma* pernafasan akut, gagal ginjal bahkan kematian pada penderita yang berat. Namun, ada beberapa orang yang terpapar tidak menunjukkan gejala. Penyakit ini menular dari manusia ke manusia yang lainnya dengan adanya kontak langsung dan *droplets* atau percikan cairan ketika bersin atau batuk. Sehingga virus covid-19 ini menjadi penyakit yang mudah menyebar luas di berbagai negara dan disebut dengan pandemi. Dalam istilah kesehatan, pandemi berarti terjadinya suatu penyebaran penyakit atau wabah yang dapat menyerang banyak korban dan serempak diberbagai belahan dunia. Dan dalam kasus penyakit Covid-19, Badan Kesehatan Dunia (WHO) menetapkan bahwa penyakit Covid-19 sebagai pandemi karena seluruh warga dunia berpotensi dapat terjangkit penyakit Covid-19 dari terinfeksi virus Corona.

Dengan terjadi pandemi covid-19, Badan Kesehatan Dunia (WHO) memberi informasi bahwa pandemi ini merupakan darurat internasional. Sehingga

pada saat itu juga setiap rumah sakit dan klinik di setiap negara diberi himbauan untuk mempersiapkan diri dalam menangani pasien covid-19 tersebut. Bahkan para tenaga kesehatan dikerahkan secara maksimal menjadi orang pertama dalam menangani kasus ini. Seiring dengan perkembangan covid-19 yang semakin meningkat di setiap daerah dan negara, maka pemerintah dan Badan Kesehatan Dunia menerapkan kebijakan *social distancing* atau pembatasan social yang bertujuan untuk memutuskan rantai penyebaran virus covid-19 agar virus tersebut tidak semakin menular.

Social distancing atau pembatasan social yaitu merupakan kebijakan pemerintah mengenai himbauan kepada masyarakat agar memberi pembatasan jarak satu sama lain agar menghindari tersebarnya virus corona, dengan beraktivitas secara jarak jauh atau dengan memanfaatkan online, maupun sarana umum lainnya menggunakan pembatasan jarak agar masyarakat tidak berkerumun. Kebijakan social distancing ini merupakan hal yang wajib dilakukan oleh semua elemen masyarakat, terutama saat jumlah pasien positif covid – 19 bertambah. Pandemic covid – 19 ini tidak terjadi hanya soal persoalan medis saja, tetapi juga menyangkut bahasan komunikasi. Dapat dilihat dari pola interaksi masyarakat dan perilaku manusia yang berubah terutama komunikasi interpersonal, yang mana pada saat ini komunikasi interpersonal terbatas dan perlu menggunakan media untuk menyampaikan komunikasi tersebut.

2.3 Kerangka Teoritis

2.3.1 Teori CMC (*Computer Mediated Communication*)

2.3.1.1 Definisi Teori *Computer Mediated Communication*

Teori CMC atau *Computer Mediated Communication* menurut pendapat **A.F Wood dan M.J Smith (2005)** mengemukakan bahwa teori CMC yaitu segala bentuk komunikasi antar individu dengan kelompok yang saling berinteraksi melalui computer dalam jejaring internet.

Teori CMC menjelaskan bahwa bertumbuhnya media social dan jejaring internet dimana untuk melakukan komunikasi yang dapat saling berinteraksi melalui komputer yang berbeda dengan menggunakan alat bantu komputer melalui program aplikasi yang ada pada komputer tersebut. Dalam konteks CMC, computer yang dimaksud termasuk *Personal Computer*, Laptop, PDA, smarthphone, tablet, dan sebagainya.

Pola komunikasi CMC yaitu bagaimana seseorang atau kelompok berkomunikasi dengan menggunakan alat komunikasi yang berbasis komputer dengan di dukung adanya jaringan internet dan aplikasi. Dengan pola komunikasi ini, memudahkan seseorang untuk dapat berkomunikasi dengan siapa saja tanpa mengenal waktu dan bisa digunakan dimanapun mereka berada. Cakupan dari CMC yaitu diantaranya system obrolan, tekstual, video dan audio, serta grafis seperti *youtube, instagram, facebook, zoom meetings*, dan sebagainya.

Sejalan dengan berkembangnya teknologi yang makin modern dan canggih, proses komunikasi tidak lagi mengandalkan komunikasi dengan secara kontak langsung atau tatap muka, melainkan dengan menggunakan teori CMC yang mendukung berkembangnya media teknologi computer sudah sangat menjadi kebutuhan sekunder bagi masyarakat. Sehingga berdasarkan hal tersebut dapat

disimpulkan bahwa teori CMC merupakan hal penting yang dijadikan ilmu pengetahuan. Hal tersebut menjadi penting, karena untuk berkomunikasi dengan seseorang yang terbatas dengan ruang jarak dan waktu bisa mengaplikasikan teori CMC. Sehingga dengan menggunakan CMC dalam waktu yang singkat mampu membantu masyarakat dalam membantu proses komunikasi.

Selain itu, terdapat dimensi – dimensi teori *Computer Mediated Communications*, diantaranya :

1. Dimensi *Accessibility* (Akses Informasi / Daya Jangkauan)

Menjelaskan mengenai proses komunikasi melalui *Computer Mediated Communications* yaitu mempunyai tujuan untuk menyampaikan informasi dengan capaian akses atau jangkauan yang luas atau menyebar. Dimensi ini lebih mengarah pada media internalnya.

2. Dimensi *Speed* (Kecepatan Informasi)

Bermaksud bahwa proses penyampaian informasi melalui *Computer Mediated Communications* oleh komunikator mampu menunjukkan kecepatan dalam penerima pesannya terhadap komunikan. Dimensi ini lebih mengarah kepada kecepatan pesan yang disampaikan.

3. Dimensi *Amount* (Kuantitas Informasi)

Dalam dimensi ini menunjukkan bahwa informasi yang ditujukan oleh komunikator kepada komunikan dalam teori CMC mampu memenuhi informasi yang diinginkan. Dimensi ini mengarah kepada pesannya.

4. Dimensi *Cognitive Effectiveness* (Keefektifan memperoleh pengetahuan)

Informasi yang dikirimkan oleh komunikator kepada komunikan mampu menanamkan secara fektif tentang informasi yang diperlukan.

5. Dimensi *Relevance* (Kesesuain Informasi)

Menjelaskan bahwa komunikasi melalui CMC yang disampaikan komunikator kepada komunikan mampu memenuhi tingkat kesesuaian dengan kebutuhan infromasi.

6. Dimensi *Motivating*

Infromasi yang disampaikan oleh komunikator kepada komunikan melalui CMC dalam penerapannya mampu menimbulkan motivasi. (Darmawan, 2012 : 135 – 136)

2.3.1.2 Komponen Teori *Computer Mediated Communication*

Computer Mediated Communication merupakan istilah yang digunakan dalam proses komunikasi antara dua orang atau lebih melalui computer atau sebuah alat yang berbasis computer seperti PDA, *smartphone*, dan lain sebagainya. Didukung dengan adanya aplikasi yang mampu mendukung jalannya komunikasi jarak jauh seperti *whatsapp*, *facebook*, *google duo*, *twitter*, *Instagram*, *zoom cloud meetings*, dan lain sebagainya terdapat berbagai fitur-fitur yang bisa digunakan untuk komunikasi jarak jauh dengan fitur audio dan video serta mengirim pesan.

Begitupun dengan aplikasi *Zoom Cloud Meetings* yang mampu melakan panggilan suara dan video, juga dapat digunakan untuk meetings online dan *share screen*. Hal tersebut menjadikan proses berkomunikasi menjadi lebih mudah dan membuat proses komunikasi melalui aplikasi tersebut menjadi salah satu bentuk

Computer Mediated Communications yang menggabungkan panggilan video dan panggilan suara yang mendukung proses komunikasi tatap muka secara bersamaan antara komunikator dengan komunikan dan dapat saling merasakan interaksi komunikasi yang sesungguhnya.

Hal tersebut menjelaskan bahwa dalam proses berkomunikasi antara komunikator dengan komunikan sebagai partisipasi *Computer Mediated Communications* harus melibatkan dua komponen yaitu, jaringan internet dan komputer. Begitupun dengan media komputer atau aplikasi yang terdapat dalam alat yang berbasis komputer. Hal tersebut membuat CMC mempunyai pengaruh besar dalam membentuk proses komunikasi yang efektif di dunia internet, dan beberapa fenomena lain didalam CMC bermunculan dengan adanya teknologi yang semakin canggih.

2.3.1.3 Bentuk – Bentuk Teori *Computer Mediated Communication*

Bentuk-bentuk dari *Computer Mediated Communication* merupakan media komputer atau sejumlah aplikasi yang terdapat dalam sebuah alat yang berbasis komputer dan terhubung dengan jaringan internet seperti sebagai berikut

1. Sosial Media

Social media merupakan sebuah media online yang digunakan untuk bersosialisasi, berinteraksi tanpa dibatasinya oleh ruang maupun waktu dengan menggunakan jaringan internet. Social media yaitu media yang didesain untuk memudahkan interaksi social bersifat interaktif dengan berbasis teknologi internet yang megubah pola penyebaran informasi dari yang sebelumnya bersifat media

monologue menjadi ke social media dialogue. Social media memiliki perkembangan yang sangat pesat sehingga pengguna mampu dengan mudah untuk dapat berpartisipasi, berbagi, menciptakan, memodifikasi tulisan, gambar, video maupun grafis. Dalam social media terdapat fitur-fitur untuk melakukan berlangsungnya komunikasi seperti mengirim pesan, melakukan panggilan suara atau video dan fitur-fitur lainnya yang menarik sehingga proses berkomunikasi menjadi lebih mudah dan menyenangkan.

2. Instan Mesenger

Instan Mesenger yaitu proses pengiriman pesan yang sangat cepat melalui jaringan internet dari computer ke computer lainnya dengan menggunakan aplikasi. Namun sebelum ada aplikasi, instans messenger berbentuk pesan singkat yang disebut dengan SMS, namun seiring dengan perkembangan zaman tergantikannya oleh aplikasi yang lebih mudah dalam hal untuk berkomunikasi.

3. Video Call

Video Call merupakan gabungan dari panggilan audio dengan panggilan video, sehingga mempermudah penggunanya untuk melakukan proses komunikasi sambil tatap muka antara satu individu dan individu lain maupun kelompok.

4. Email

Email merupakan sebuah surat elektronik yang biasanya bersifat formal dan digunakan untuk kepentingan pekerjaan atau hal lainnya yang digunakan sebagai sarana pengiriman dan penerimaan pesan surat melalui jaringan internet.

2.4 Kerangka Pemikiran

Menurut pendapat Uma Sekaran dalam (Sugiyono, 2017 : 60) mengemukakan bahwa, kerangka berpikir merupakan model konseptual tentang bagaimana kaitan teori yang berhubungan dengan beberapa faktor yang telah didefinisikan sebagai permasalahan yang penting.

Kerangka pemikiran menjelaskan secara teoritis mengenai hubungan antar variabel yang akan diteliti. Berdasarkan hal tersebut, peneliti memiliki dasar pemikiran mengenai judul penelitian tentang Penggunaan Aplikasi *Zoom Cloud Meetings* sebagai Media Komunikasi Pembelajaran di Kalangan Mahasiswa Kota Bandung Pada Masa Pandemi Covid – 19 yaitu menjadikan aplikasi *Zoom Cloud Meetings* sebagai objek penelitian, dengan tujuan untuk mengetahui penggunaan aplikasi tersebut sebagai media komunikasi pembelajaran serta tanggapan mahasiswa kota Bandung terkait penggunaan aplikasi *Zoom Cloud Meetings* di tengah pandemi Covid -19.

Media komunikasi merupakan suatu alat atau sarana untuk menyampaikan pesan atau informasi. Begitupun dalam bidang pendidikan terdapat media komunikasi pembelajaran yang digunakan untuk menyampaikan pesan kepada mahasiswa dengan memanfaatkan teknologi digital sehingga mahasiswa tetap dapat melakukan perkuliahan secara efektif dan efisien meskipun dalam jarak yang jauh. Pada pelaksanaan pembelajaran secara daring, perlu diperhatikan media komunikasi yang cocok serta mendukung selama proses pembelajaran. Salah satu media komunikasi pembelajaran yang saat ini sering digunakan yaitu aplikasi *Zoom Cloud Meetings*.

Semenjak terjadinya pandemi Covid-19, aplikasi *Zoom Cloud Meetings* mengalami perkembangan yang sangat pesat dikarenakan dengan adanya peraturan pemerintah mengenai *social distancing* (pembatasan sosial), sehingga menyebabkan pandemi covid – 19 menjadi persoalan multidimensi, salah satunya mengenai bahasan komunikasi sehingga komunikasi antar masyarakat menjadi beralih dari secara *face to face* menjadi menggunakan media dan mengakibatkan seluruh aktivitas dan kegiatan proses belajar mahasiswa dilakukan melalui media komunikasi.

Zoom Cloud Meetings merupakan aplikasi yang menyediakan layanan konferensi seperti video dan audio maupun keduanya yang dapat menghubungkan sebuah pertemuan melalui video atau meeting secara online serta perbincangan dalam kolaborasi seluler. Aplikasi ini memiliki keunggulan – keunggulan salah satunya dapat menampung banyak pengguna serta memiliki fitur – fitur yang dapat digunakan di berbagai perangkat berbasis komputer seperti smartphone atau laptop sehingga membantu proses pembelajaran bagi mahasiswa.

Fenomena yang terjadi saat ini, mahasiswa menggunakan *Zoom Cloud Meetings* sebagai media komunikasi pembelajaran untuk menunjang aktivitas belajar pada masa pandemi. Begitupun dengan mahasiswa kota Bandung yang menggunakan *Zoom Cloud Meetings* sebagai media komunikasi pembelajaran sebagai sarana melakukan perkuliahan dengan memanfaatkan teknologi digital.

Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan teori CMC (*Computer Mediated Communcation*) oleh M.J Smith dan A.F Wood. Teori CMC merupakan

teori yang saling berkait dengan proses berkomunikasi melalui perangkat seperti laptop, *personal computer* dan semua alat berbasis computer diantaranya smartpone, tablet, dan yang lainnya. Pola teori *Computer Mediated Communication* yaitu memungkinkan seseorang dapat berkomunikasi dengan mudah menggunakan alat komunikasi yang berbasis computer, lalu didukung dengan adanya jaringan internet dan aplikasi yang dapat digunakan untuk berinteraksi dan mendapatkan informasi. Cakupan *Computer Mediated Communication* termasuk kedalam cakup obrolan (chatting), *World Wide Web (WWW)*, termasuk system tekstual, grafis, fotografi, video dan audio.

Penerapan teori *Computer Mediated Communicatuion* merupakan sesuatu hal yang tidak asing lagi untuk masyarakat dalam menjalankan kehidupan sehari-hari. Hal tersebut dapat terlihat dari gaya hidup masyarakat modern di seluruh dunia dalam kehidupan sehari – harinya menggunakan media sosial Instagram, whatsapp, facebook, zoom cloud meetings, dan aplikasi lainnya yang menjadi sarana dalam berkomunikasi, berinteraksi sosial dan mendapatkan informasi.

Maka dari itu, penelitian ini berjudul “Penggunaan Aplikasi *Zoom Cloud Meetings* Sebagai Media Komunikasi Pembelajaran di Kalangan Mahasiswa Kota Bandung Pada Masa Pandemi Covid – 19”. Peneliti menggunakan teori CMC (*Computer Mediated Communication*) dikarenakan dengan objek penelitian yang dilakukan penulis merupakan sebuah bagian dari bentuk atau komponen yang terdapat dalam teori *Computer Mediated Communication*. Dan tentunya sangat berkaitan dan relevan dengan enam dimensi penting yang terdapat didalam turunan teori *Computer Mediated Communication* menurut Darmawan (2016) yaitu dimensi

accessibility yang merujuk pada kemudahan dalam menggunakan serta mengakses aplikasi Zoom Meetings, *speed* dalam hal ini yaitu kecepatan pesan serta fitur – fitur Zoom Meetings, *amount* mengenai penggunaan fitur – fitur aplikasi tersebut dalam membantu memenuhi kebutuhan perkuliahan, *cognitive effectiveness* merujuk pada keefektifan menggunakan aplikasi tersebut, *relevance* merujuk pada kesesuaian materi yang dibutuhkan mahasiswa terpenuhi melalui *Zoom Cloud Meetings*, dan *motivating* yang merujuk pada pengaruh mahasiswa dalam belajar melalui *Zoom Cloud Meetings* serta bagaimana dimensi – dimensi tersebut berjalan sebagai proses komunikasi di melalui aplikasi *Zoom Cloud Meetings* yang berlangsung antara dosen dengan mahasiswa pada masa pandemi covid – 19.

Gambar 2.2 Bagan Kerangka Pemikiran

