**BAB II**

**KAJIAN PUSTAKA**

**2.1. Komunikasi**

**2.1.1. Pengertian Komunikasi**

Manusia adalah makhluk sosial. Artinya dalam memenuhi kebutuhannya, manusia harus berhubungan dengan orang lain dan lingkungannya. Dalam usaha memenuhi kebutuhannya tersebut dapat dilakukan apabila kedua belah pihak mengadakan suatu hubungan berupa komunikasi dengan lingkungan sekitarnya.

Umumnya, komunikasi dilakukan secara lisan atau verbal yang dapat dimengerti oleh kedua belah pihak. Apabila tidak ada bahasa verbal yang dapat dimengerti oleh keduanya, komunikasi masih dapat dilakukan dengan menggunakan gerak-gerik badan, menunjukkan sikap tertentu, misalnya tersenyum, menggelengkan kepala, mengangkat bahu. Cara seperti ini disebut komunikasi nonverbal. Komunikasi secara terminologis merujuk pada adanya proses penyampaian suatu pernyataan oleh seseorang kepada orang lain. Jadi dalam pengertian ini yang terlibat dalam komunikasi adalah manusia.

**Everett M. Rogers** seorang pakar Sosiologi Perdesaan Amerika yang telah banyak memberi perhatian pada studi riset komunikasi, khususnya dalam hal penyebaran inovasi membuat definisi komunikasi sebagaimana yang dikutip oleh **Canggara** dalam bukunya **Pengantar Ilmu Komunikasi**, yaitu:

**Komunikasi adalah proses dimana suatu ide dialihkan dari sumber kepada satu penerima atau lebih, dengan maksud untuk mengubah tingkah laku mereka. (2010:20)**

Berdasarkan definisi diatas bahwa komunikasi bisa membawa pada perubahan sosial berupa sikap atau tingkah laku melalui informasi.

Begitu banyak ahli berpendapat tentang definisi komunikasi salah satunya seperti yang dituliskan sebelumnya. Definisi berikut dijelaskan oleh salah satu ahli yang dijuluki sebagai “Bapak Ilmu Komunikasi” yaitu **Harold Laswell** yang dijelaskan oleh **Mulyana** dalam buku **Ilmu Komunikasi Suatu Pengantar** bahwa:

**Cara yang baik untuk menggambarkan komunikasi adalah dengan menjawab pertanyaan-pertanyaan berikut; Who Says What In Which Channel To Whom With What Effect Atau Siapa Mengatakan Apa Dengan Saluran Apa Kepada Siapa Dengan Pengaruh Bagaimana (2007:69).**

Berdasarkan pengertian diatas dapat disimpulkan ahwa dalam komunikasi ada beberapa unsur dalam proses komunikasi yaitu siapa yang mengatakan (Komunikan/sumber), pesan, media, kepada siapa dengan pengaruh seperti apa.

**Effendy** dalam bukunya **Ilmu, Teori, dan Filsafat Komunikasi** menjelaskan bahwa “**Hakikat adalah proses pernyataan antara manusia. Yang dinyatakan itu adalah pikiran, perasaan seseorang kepada orang lain dengan menggunakan bahasa sebagai alat penyalurnya” (2003:28).** Jadi, menurut pendapat diatas komunikasi adalah pengungkapan pikiran atau perasaan seseorang kepada orang lain dengan menggunakan bahasa baik verbal maupun non verbal.

**2.1.2. Fungsi Komunikasi**

Menurut **Effendy (2003:55)** terdapat empat fungsi komunikasi, yaitu:

1. **Menyampaikan Informasi (*To Inform*)**

**Dengan komunikasi, komunikator dapat menyampaikan informasi kepada komunikan. Serta terjadi pertukaran informasi antara komunikator dan komunikan.**

1. **Mendidik (*To Educate).***

**Komunikasi sebagai sarana untuk mendidik, dalam arti bagaimana komunikasi secara formal maupun informal bekerja untuk memberikan atau bertukar pengetahuan. Dan kebutuhan akan pengetahuan dapat terpenuhi fungsi mendidik ini dapat juga ditunjukan dalam bentuk berita dengan gambar maupun artikel.**

1. **Menghibur (*To Entertain*)**

**Komunikasi menciptakan interaksi antar komunikator dan komunikan. Interaksi tersebut menimbulkan reaksi interaktif yang dapat menghibur baik terjadi pada komunikator maupun komunikan.**

1. **Mempengaruhi (*To Influence*)**

**Komunikasi sebagai sarana untuk mempengaruhi, terdapat upaya untuk mempengaruhi komunikan melalui isi pesan yang dikirim oleh komunikator.**

Upaya tersebut dapat berupa pesan persuasive (mengajak) yang dapat mempengaruhi komunikan. Komunikator dapat membawa pengaruh positif atau negatif, dan komunikan dapat menerima ataupun menolak pesan tersebut tanpa ada paksaan.

Keempat tujuan komunikasi diatas, turut mengambil peranan dalam setiap proses yang terjadi. Mulai dari mengubah sikap seseorang, merubah pendapat dan pandangan seseorang, merubah perilaku, serta meubah kehidupan sosial penggunanya.

**2.1.3. Tujuan Komunikasi**

Setiap individu dalam berkomunikasi pasti mengharapkan dari tujuan komunikasi itu sendiri, secara umum tujuan komunikasi adalah mengharapkan adanya umpan yang diberikan oleh lawan bicara kita dan adanya efek yang terjadi setelah melakukan komunikasi tersebut.

Tujuan komunikasi menurut **Effendy** dalam **Ilmu Komunikasi dan Teknik Komunikasi** bahwa terdapat tujuan komunikasi yang meliputi:

1. **Mengubah sikap (*to change the attitude)*. Mengubah sikap disini adalah bagian dari komunikasi, untuk mengubah sikap komunikan melalui pesan yang disampaikan oleh komunikator, sehingga komunikan dapat mengubah sikapnya sesuai dengan apa yang diharapkan oleh komunikator.**
2. **Mengubah opini/pendapat/pandangan (*to change the opinion).* Mengubah opini dimaksudkan pada diri komunikan terjadi adanya perubahan opini/pandangan/megenai suatu hal, yang sesuai dengan apa yang diharapkan komunikator.**
3. **Mengubah perilaku (*to change the behaviour).* Dengan adanya komunikasi tersebut, diharapkan dapat merubah perilaku, tentunya perilaku komunikator agar sesuai dengan apa yang diharapkan oleh komunikator.**
4. **Mengubah masyarakat (*to change the society).* Mengubah masyarakat yaitu dimana cakupannya lebih luas, diharapkan dengan komunikasi tersebut dapat merubah pola hidup masyarakat sesuai dengan keinginan komunikator. (1993:55)**

Jadi dapat disimpulkan tujuan komunikasi itu adalah mengharapkan perubahan sikap, perubahan pendapat, perubahan perilaku, perubahan sosial. Serta tujuan utama adalah agar semua pesan yang disampaikan dapat dimengerti dan diterima oleh komunikan dan menghasilkan umpan balik.

**2.1.4. Unsur-Unsur Komunikasi**

Komunikasi didalam buku Jurnal Komunikasi dan Informasi oleh Deddy Mulyana menyatakan dalam versi yang lebih besar ada 6 unsur pesan komunikasi sebagai berikut:

1. ***Source* (sumber)**

**Sumber adalah dasar yang digunakan di dalam penyampaian pesan dan digunakan dalam rangka memperkuat pesan itu sendiri.**

1. ***Communicator* (Komunikator)**

**Sebagaimana sumber, komunikator juga mengenal “*Credibillity of Communicator”* atau kepercayaan kepada komunikator.**

1. ***Message* (Pesan)**

**Pesan adalah keseluruhan dari apa yang disampaikan oleh komunikator. Pesan ini mempunyai inti pesan (*thema*) yang sebenarmya menjadi pengarah di dalam usaha mencoba mengubah sikap dan tingkah laku komunikan.**

1. ***Channel* (Saluran)**

***Channel* adalah saluran penyampaian pesan dan lebih sering disebut dengan “Media”.**

1. ***Audience* (Komunikan/Penerima Pesan)**

**Komunikan dapat kita golongan dalam 3 jenis yaitu personal (orang perorang), kelompok dan massa. Pada saat komunikasi dilancarkan, menghadapi komunikan perlu diperhatikan 3 hal yakni keanggotaan kelompok, proses seleksi, kecenderungan.**

1. ***Effect* (Hasil)**

***Effect* adalah hasil akhir dari suatu komunikasi, yakni sikap dan tingkah laku orang, sesuai atau tidak sesuai dengan yang kita inginkan. (Mulyana, 2005:5)**

**2.1.5. Konteks Komunikasi**

Komunikasi bisa diklasifikasikan berdasarkan konteksnya. Untuk mengetahui komunikasi berdasarkan konteksnya para ahli melihat hal tersebut berdasarkan tingkat atau level. Tingkat atau level bisa diketahui dari jumlah pelaku yang terlibat dalam komunikasi. Menutut **Mulyana** dalam buku **Ilmu Komunikasi Suatu Pengantar** mengatakan bahwa:

**Terdapat empat tingkat komunikasi yang disepakati banyak pakar, yaitu: komunikasi antarpribadi, komunikasi kelompok, komunikasi organisasi dan komunikasi massa. Beberapa pakar lain menambahkan komunikasi intrapribadi, diadik (komunikasi dua orang) dan komunikasi publik (pidato didepan khalayak). (2007:80)**

Jika dilihat dari uraian diatas, tingkatan komunikasi tersebut dimulai dari yang jumlahnya sedikit hingga jumlahnya banyak. Misalnaya komunikasi antarpribadi, pelaku yang terlibat dua orang atau lebih, komunikasi kelompok yang terlibat dua orang atau lebih dan paling banyak pelakunya adalah komunikasi massa. Semakin tinggi tingkatannya tentunya prosesnya pun semakin kompleks dan beragam.

Sejumlah konteks komunikasi diatas yang dilihat dari tingkatannya, biasanya terdapat dalam kegiatan-kegiatan komunikasi yang terorganisir: oleh **Effendy** dalam bukunya **Ilmu Teori dan Filsafat Komunikasi,** komunikasi yang terjadi didalam kegiatan yang terorganisir disebut sebagai metode komunikasi. Metode komunikasi meliputi kegiatan-kegiatan yang terorganisir sebagai berikut:

1. **Jurnalisme/jurnalistik (*jurnalism)***
2. **Hubungan Masyarakat (*Public Relation)***
3. **Periklanan (*Advertising)***
4. **Propaganda**
5. **Perang urat syaraf (*Psychological Warfare)***
6. **Perpustakaan**
7. **Lain-lain. (2003:56)**

Dari sejumlah kegiatan komunikasi yang disebutkan diatas, jurnalistik merupakan bagian yang akan menjadi fokus penelitian. Karena dalam kegiatan jurnalistik sangat memerlukan media, dalam penelitian ini media yang digunakan berupa media internet yaitu Webtoon.

**2.2. Media**

Media adalah sarana penyampaian termasuk didalamnya adalah media penyiaran (TV dan Radio), media cetak (surat kabar dan majalah), surat langsung, iklan outdoor dan media pendukung lainnya. Media erat kaitannya dengan iklan sehingga pola pikir masyarakat mengatakan media adalah tempat untuk beriklan. Dengan media penyampaian komunikasi seperti penawaran produkdapat disampaikan secara langsung kepada konsumen.

Media dapat berupa media konvensional seperti TV, Radio, poster, koran dan majalah tetapi juga dapat berupa media *online.* Disamping itu, media memiliki kelebihan dan kekurangan, hal ini berpengaruh terhadapa komunikasi yang mereka bawa ***Principle of Advertising and IMC*** berikut ini adalah kekuatan dan kelemahan dari masing-masing media.

Tabel 2.1 Kekuatan dan Kelemahan Media

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| Media | Kekuatan | Kelemahan |
| Koran | * Berwujud * Biaya produksi rendah * *Short lead time* * *Reader habbit* | * *Media waste (Mass audience)* * Menurunkan jumlah pembaca |
| Majalah | * Target yang selektif * Reproduksi kualitas tinggi * Tahan lama | * *Long lead time* * *Low mass reach* * biaya produksi tinggi * *Low frequency* |
| Televisi | * Lokal dan nasional * *Targeted cable channels* | * Biaya produksi tinggi * Mengganggu |
| Radio | * Target yang selektif * Biaya produksi yang rendah | * Jangkauan terbatas * Terbatas pada suara saja |
| *Outdoor* | * Lokal * Langsung | * *Low attention* * Reputasi buruk * Terbatas pada jangakauan wilayah |
| *Direct Mail* | * Sangat selektif * Hasil dapat diukur | * *Long lead time* * Biaya perpesan yang tinggi |
| *Internet* | * Biaya rendah | * Jangkauan terbatas |
| *Telemarketing* | * Personalisasi * Interaksi langsung * Hasil dapat diukur | * Biaya tinggi * Mengganggu |

**2.3. Ekologi Media**

Kehadiran teknologi memberikan pengaruh sangat besar dalam kehidupan manusia. Manusia menggunakan teknologi dan dikelilingi teknologi hampir setiap gerak hidupnya.

Pengaruh teknologi dalam kehidupan manusia menarik perhatian seorang pemilik berkebangsaan Kanada, Marshall McLuhan dan melalui bukunya *Understanding Media (1964).* TV, Radio, film, telepon, internet bahkan permainan *(game.* McLuhan menggunakan sajak membentuk perasaan, pikiran dan tindakan manusia. Menurutnya, manusia memiliki hubungan simbolik dengan teknologi. Kita menciptakan teknologi dan teknologi pada gilirannya menciptakan kembali diri kita sendiri.

Menurut McLuhan, teknologi media telah menciptakan revolusi di tengah masyarakat karena masyarakat sudah sangat tergantung kepada teknologi dan tatanan masyarakat terbentuk berdasarkan pada kemampuan masyarakat menggunakan teknologi. Ia melihat media berperan menciptakan dan mengelola budaya.

Perubahan pada mode komunikasi membentuk suatu budaya dengan melalui beberapa tahapan oleh McLuhan dalam bukunya *Understanding Media* (1964), yaitu:

1. **Penemuan dalam teknologi komunikasi**
2. **Perubahan dalam jenis-jenis komunikasi**
3. **Peralatan untuk berkomunikasi**

Dengan dilaluinya ketiga tahapan diatas, maka akhirnya peralatan tersebut membentuk atau mempengaruhi kehidupan manusia. Selanjutnya akan terjadi beberapa perubahan besar yang terbagi dalam empat periode/era, yaitu dapat dijelaskan dalam bagan dibawah ini:

1. Pertama, era kesukuan atau *the era tribal age.* Pada periode ini, manusia hana mengandalkan indera pendengaran dalam berkomunikasi. Mengucapkan secara lisan berupa dongeng, cerita, dan sejenisnya.
2. Kedua, era tulisan atau *the age of literacy.* Manusia telah menemukan alfabet atau huruf sehingga tidak lagi mengandalkan lisan, melainkan mengandalkan tulisan.
3. Ketiga, era cetak atau *the print age.* Masih ada kesinambungan dengan alfabet, namun lebih meluas manfaatnya karena telah ditemukan mesin cetak.
4. Keempat, era elektronik atau *the electronic age.* Contoh dari teknologi komunikasi yaitu telepon, radio, telegram, film, televisi, komputer, dan internet sehingga manusia seperti hidup dalam *global village.*

Media tak lain adalah alat untuk memperkuat, meperkeras dan memperluas fungsi dan perasaan manusia. Dengan kata lain, masing-masing penemuan media baru yang kita betul-betul dipertimbangkan untuk memperluas beberapa kemampuan dan kecakapan manusia.

McLuhan juga mengajukan konsep yang disebut dengan Tetrad, sebagai upaya untuk memahami hukum media yang terdiri atas empat hukum media, yaitu penguatan, ketertinggalan, penemuan dan pembalikan.

1. Peningkatan (*enhancement)*. Hukum menyatakan bahwa media memperkuat masyarakat. Inernet memiliki potensi untuk memperkuat dan memberikan akses lebih luas terhadap informasi, internet dapat memperkuat pembagian kelas di masyarakat karena kelompok masyarakat kaya dan miskin sama-sama dapat mengakses internet.
2. Ketertinggalan *(obsolescence)*. Hukum media kedua adalah bahwa media mampu menjadikan sesuatu hal menjadi tertiggal atau ketinggalan zaman dan tidak berguna.
3. Pengambilan Kembali *(retrieval).* Hukum ketiga menyatakan bahwa media menemukan kembali dan menyimpan sesuatu yang dulu pernah hilang. Apa yang dulu dianggap sudah tidak berguna atau ketinggalan zaman, muncul kembali yang kemudian mengalami pembaharuan, perbaikan dan penyempurnaan.
4. Pembalikan *(reversal).* Hukum yang menyatakan bahwa media akan menghasilkan atau menjadi sesuatu yang lain jika didesak hingga ke batas akhirnya. Pembalikan mengandung ciri-ciri atau karakteristik dari sistem darimana ia berasal. Internet, jika media ini didesak kepada batas akhirnya- akan membalikkan mengembalikan kepada tempat yang baru dan unik. Internet memiliki potensi untuk mengembalikan orang kepada era kesukuan dengan melakukan percakapan diruang *chatting,* namun internet juga dapat mengisolasi orang sebagaimana televisi.

McLuhan megatakan bahwa “Media adalah pesan itu sendiri”, yang dimaksudkan adalah apa yang disampaikan media kepada masyarakat ternyata lebih dari apa yang akan diterima masyarakat itu jika mereka berkomunikasi tanpa media. Artinya adanya materi cetak lbih penting dari kandungan maksud yang disampaikannya, dan keberadaannya internet lebih penting daripada apa yang ditampilkan.

**2.3.1. Komunikasi Antar Pribadi dalam Internet**

Komunikasi interpersonal dalam internet merujuk pada komunikasi melalui pesan antara dua orang. Bahkan penggunaan utama dari internet adalah untuk mengirim dan menerima email. Orang-orang berkomunikasi secara online, lalu mereka berbicara; bercanda; mereka mengekspresikan diri satu sama lain melalui internet. Hubungan tersebut tercipta dan akan terjaga secara online. Para murid dan guru-guru berinteraksi secara elektronik pada komunitas. (Shedletsky dan Aitken, 2004:26).

Komunikasi virtual adalah wadah orang-orang untuk berkumpul bersama, untuk saling berbagi pada lingkungan online, dan untuk merasakan keinginan untuk berkumpul atau bersatu. Walaupun pengguna internet bisa saja tersebar luas secara fisik, namun mereka merasa dekat.

Menurut Gurak, ada 4 karakteristik komunikasi di internet, yaitu:

1. ***Speed***

**Mengacu pada waktu yang dibutuhkan untuk mengirim dan menerima pesan, yang tentu saja sangatlah cepat**

1. ***Reach***

**Mengacu pada kemampuan manusia untuk saling berhubungan dengan orang-orang yang berada pada jarak yang jauh, dan sekali lagi dengan kecepatan yang hebat**

1. ***Anonymity***

**Mengacu pada perilaku menusia yang menciptakan suatu identitas online, menyatakan diri sebagai seseorang yang bukan mereka, memanipulasi gender, umur, pekerjaan, status kesehatan dan sebagainya**

1. ***Interactivity***

**Mengacu pada kemampuan partisipan online untuk tidak hanya menerima pesan, tetapi juga bereaksi terhadapnya. (Shedletsky & Aiken, 2004:145)**

**2.4. Komunikasi Efektif**

Komunikasi dikatakan efektif bila seseorang berhasil menyampaikan apa yang dimaksudkannya. Dalam kaitan ini, Tubbs dan Moss (1996:22) mengemukakan, secara umum komunikasi dinilai efektif bila rangsangan yang disampaikan dan yang dimaksudkan oeh pengirim berkaitan erat dengan rangsangan yang ditangkap oleh penerima.

Bagaimana cara melihat efektifitas komunikasi? Kita tidak dapat menilai keefektifan komunikasi yang kita lakukan bila apa yang kita maksudkan tidak jelas; kita haru benar-benar tahu apa yang kita inginkan.

Ada lima hal yang dapat dijadikan ukuran untuk komunikasi efektif (Tubb & Moss, 2001:23), yaitu:

1. **Pemahaman**

**Pemahaman adalah penerimaan yang cermat atas kandungan rangsangan seperti yang dimakasudkan dengan pengirim pesan. Dalam hal ini, komunikator dikatakan efektif bila penerima memperoleh pemahaman yang cermat atas pemahaman yang disampaikannya.**

1. **Kesenangan**

**Tidak semua komunikasi ditujukan untuk meyampaikan maksud tertentu. Sebenarnya tujuan komunikasi transaksional adalah sekedar berkomunikasi dengan orang lain untuk menimbulkan kesejahteraan bersama. Komunikasi semacam ini biasa disebut komunikasi fatik (*Fetish Communication)* atau mempertahankan hubungan insani. Sapaan seperti “Hei”, “Apa kabar?”, “Bagiamana keadaanmu?” merupakan jenis komunikasi ini.**

1. **Mempengaruhi Sikap**

**Tindakan mempengaruhi orang lain merupakan bagian dari kehidupan sehari-hari. Dalam berbagi situasi, kita berusaha mempengaruhi sikap orang lain, dan berusaha agar orang lain memahami ucapan kita. Proses mengubah dan merumuskan kembali sikap, atau pengaruh sikap, berlangsung terus seumur hidup.**

1. **Memperbaiki Hubungan**

**Sudah menjadi keyakinan umum bahwa bila seseorang dapat memilih kata yang tepat, mempersiapkan jauh sebelum pelaksanaan, dan mengemukakannya dengan tepat pula, dapat dipastikan bahwa hasil komunikasi akan sempurna. Namun keefektifan komnikasi secara keseluruhan masih memerlukan suasana psikologis yang positif dan penuh kepercayaan. Bila hubungan manusia dibayang-bayangi oleh ketidakpercayaan, maka pesan yang disampaikan oleh komunikator yang paling kompeten sekalipun bisa berubah makna atau didiskreditkan. Terkadang komunikasi dilakukan bukan untuk menyampaikan informasi atau mengubah sikap seseorang, tapi hanya untuk memahami motivasi orang lain.**

1. **Tindakan**

**Banyak orang berpendapat bahwa komunikasi apapun tidak ada gunanya bila tidak memberian hasil sesuai yang diinginkan. Mendorong orang lain untuk melakukan tindakan sesuai dengan apa yang kita inginkan merupakan hasil tersulit dicapai dalam berkomunikasi. Tampaknya lebih mudah mengusahakan agar pesan kita dipahami dari pada mengusahakan agar pesan kita disetujui. Selanjutnya, lebih mudah membuat orang lain setuju daripada membuat orang tersebut melakukannya. Beberapa perilaku muncul karena keterpaksaan, tekanan sosial, atau karena peranan seseorang, dan semua ini tidak memerlukan perubahan sikap terlebih dahulu, biasanya tindakan sukarela muncul terlebih dahulu, biasanya tindakan sukarela muncul terlebih dahulu sebelum terjadi perubahan sikap.**

**2.5. Internet**

**2.5.1. Sejarah Internet**

Sejarah internet dimulai pada tahun 1969 ketika Departemn Pertahanan Amerika, U.S *Defense Advanced Research Projects* (DARPA) memutuskan untuk mengadakan riset tentang bagaimana caranya menghubungkan sejumlah komputer hingga membentuk suatu jaringan organik. Program riset ini dikenal dengan nama ARPANET. Pada tahun 1970, sudah lebih dari sepuluh komputer yang berhasil dihubungkan satu sama lain sehingga mereka bisa saling berkomunikasi dan membentuk sebuah jaringan.

Hari bersejarah erikutnya adalah pada tanggal 26 Maret 1976, ketika Ratu Inggris berhasil mengirimkan surat elektronik (surel) dari *Royal Signals and Radar establishment* di Malvern. Setahun kemudian, sudah lebih dari 100 komputer yang tergabung dalam ARPANET membentuk sebuah jaringan atau *network.* Pada tahun 1979, Tom Truscott, Jim Ellis daan Steve Bellovin, menciptakan sebuah *News group* pertama yang diberi nama USENET. Pada tahun 1981, France Telecom menciptakan gebrakan dengan meluncurkan telepon sambil berhubungan dengan *video link*.

Karena komputer yang membentuk jaringan semakin hari semakin banyak, maka dibutuhkan sebuah protokol resmi yang diakui oleh semua jaringan. Pada tahun 1982, dibentuklah *Transmission Control Protocol* atau TCP dan *Internet Protocol* atau IP. Sementara itu di Eropa muncul jaringan komputer yang dikenal dengan *Eunet,* yang menyediakan jasa jaringan komputer di Negara-negara seperti Belanda, Inggris, Denmark, dan Swedia. Jaringan *Eunet* ini menyediakan jasa surel (*email)* dan *news group* USENET.

Untuk menyeragamkan alamat di jaringan komputer yang ada, maka pada tahun 1984 diperkenalkan sistem nama di *mail*, yang kini dikenal dengan nama DNS atau *Domain Name System.* Komputer yang tersambung dengan jaringan yang ada sudah melebihi 1000 komputer. Pada tahun 1987, jumlah komputer yang tersamung dijaringan melonjak sepuluh kali lipat menjadi 10.000 lebih komputer.

Tahun 1988, Jarko Oikarinen dari Finlandia menemukan dan sekaligus memperkenalkan IRC atau *Internet Relay Chat.* Setahun kemudian, jumlah komputer yang saling berhubungan kembali melonjak sebesar 10 kali lipat dalam setahun. Tak kurang dari 100.000 komputer kini membentuk suatu jaringan. Pada tahun 1990 adalah tahun paing bersejarah dalam perkembangan internet. Ketika Tim Barners Lee menemukan program editor dan *browser* yang bisa menjelajah antara satu komputer dengan komputer lainnya, yang membentuk jaringan tersebut. Program inilah yang disebut WWW atau *World Wide Web.*

Tahun 1992, komputer yang saling tersambung membentuk jaringan sudah melampaui sejuta komputer, dan ditahun yang sama muncul istilah *surfing the internet.* Tahun 1994, situs internet elah tumbuh menjadi 3000 alamat halaman. Dan untuk pertama kalinya *Virtual Shopping* atau *e-retail* muncul di internet. Dunia langsung berubah, ditahun yang sama Yahoo! didirikan, yang juga sekaligus kelahiran *Netscape Navigator* 1.0.

Sejarah internet di Indonesia dimulai pada awal tahun 1990-an. Saat itu jaringan internet di Indonesia lebih dikenal sebagai paguyuban *network,* dimana semangat kerjasama, kekeluargaan dan gotong royong sangat hangat dan terasa diantara pelakunya. Agak berbeda dengan suasana internet Indonesia pada perkembangannya kemudian yang terasa lebih komersial dan individual di sebagian aktivitasnya, terutama yang melibatkan perdagangan internet.

**2.5.2. Komunikasi Bermedia Internet**

Kemunculan jejaring social seperti *Facebook, Twitter, My Space,* dan media internet lainnya seperti Komik Digital, memang langsung menarik jutaan pengguna. Banyak pengguna memasukan kegiatan mereka kedalam aktifitas internet untuk mendapatkan perhatian, melakukan komunikasi dan meluangkan waktu kosong mereka. Di media internet ini memungkinkan para pengguna untuk saling berbagi informasi seputar hobi, kesenangan, aktivitas dan menambah korelasi pertemanan.

Komunikasi dengan menggunakan media internet secara teknis dan fisik merupakan fenomena baru baru komunikasi yang dilakukan manusia pada abad 20 dan telah menjadi bagian integral dari masyarakat, pendidikan, industri, dan pemerintahan. Sedangkan secara akademis, komunikasi bermedia internet merupakan konsep dan area studi yang relatif masih baru dan belum banyak tersentuh.

Beberapa eksplorasi tentang media interet memberikan kontribusi pada terminologi komunikasi bermedia internet atau *compter mediated communication.* Pixy Ferris secara general mendefinisikan komunikasi bermedia internet sebagai “Interaksi secara interpersonal yang dihubungkan oleh komputer yang meliputi *asynchronous* dan *synchronous* melalui fasilitas dalam internet”.

Secara terminologis aplikastifnya, komunikasi bermedia internet adalah “Penggunaan komputer beserta fasilitas dan kemampuannya untuk didayagunakan sebagai alat penyampai pesan baik bersifat massa ataupun pribadi.”

Definisi yang lebih lengkap dikemukakan oleh Strangelove (1994):

***The internet is not talking about technology, it is not about information, it is not about communication-people talking with each other, people exchange email, people doing the low ASCII dance. The internet is mass participation in fully bidirectional, uncencored mass communication. Communication is the basis, the foundation. The internet is a community of chronic communicators.***

Secara rinci komunikasi bermedia internet dalam proses penggunaannya dapat diuraikan sebagai berikut:

1. Aktifitas dan proses komunikasi bermedia internet meliputi:
2. Menciptakan pengertian dengan menulis “surat” melalui *email,* menuliskan kata-kata pada waktu yang sama dalam komunitas *chatting,* serta menciptakan *websites* melalui penciptaan *file* multimedia
3. Menyebarkan pengertian melalui komunikasi *point to point (email)* dan komunikasi *point to multi point* (IRC, *websites*)
4. Merasakan arti dalam teks dan multimedia pada *websites, email, dan IRC*
5. Berpartisipasi dalam forum untuk berkomunikasi yang merupakan awal penjelajahan karakteristik komunitas seperti tujuan bersamaan norma-norma dan tradisi.

**2.5.3 *WEB***

Pengertian *website* atau situs dapat diartikan sebagai kumpulan halaman-halaman yang digunakan untuk menampilkan informasi teks, gambar diam atau gerak, animasi, suara, dan atau gabungan dari semuanya itu baik yang bersifat statis maupun dinamis yang membentuk satu rangkaian bangunan yang saling terkait dimana masing-masing dihubungkan dengan jaringan-jaringan halaman (*Hyperlink).*

Untuk menyediakan kebeadaan sebuah website, maka harus tersedia unsur-unsur penunjangnya, sebagai berikut:

1. Nama Domain (Domain Name/URL – Uniform Resource Locator)

Nama Domain atau biasa disebut dengan Domain Name atau URL adalah alamat unik di dunia internet yang digunakan untuk mengidentifikasikan sebuah *website* atau dengan kata lain domain name adalah alamat yang digunakan untuk menemukan sebuah website pada dunia internet. Contoh: <http://www.detik.com>, <http://www.baliorange.net> Nama domain diperjual belikan secara bebas di internet dengan status sewa tahunan. Nama domain sendiri mempunyai identifikasi eksistensi/akhiran sesuai dengan kepentingan dan lokasi keberadaan *website* tersebut. Contoh nama domain ber-eksistensi internasional adalah .com .net .org .info. Contoh nama domain ber-eksistensi lokasi Negara Indonesia adalah .co.id (untuk nama domain website perusahaan), .ac.id (nama domain *website* pendidikan), .or.id (nama domain *website* organisasi).

1. Web Hosting

Web Hosting dapat diartikan sebagai ruangan yang terdapat dalam hardisk tempat penyimpanan berbagai data, file-file, gambar dan lain sebagainya yang akan dita,pilkan di *website.* Besarnya data yang bisa dimasukkan tergantug dari besarnya web hosting yang disewa/punyai, semakin besar web hosting semakin besar pula data yang dapat dimasukkan dan ditampilkan dalam *website.* Web Hosting juga diperoleh dengan menyewa. Besarnya hosting ditentukan ruangan hardisk dengan ukuran MB (Mega Byte) atau GB (Giga Byte). Lama penyewaan hosting dilakukan dari perusahaan-perusahaan penyewa web hosting yang banyak dijumpai baik Indonesia maupun Luar Negeri.

1. Bahasa Program

Bahasa yang digunakan untuk menerjemahkan setiap perintah dalam *website* yang digunakan untuk menerjemahkan setiap perintah dalam *website* yang pada saat diakses. Jenis bahasa program sangat menentukan statis, dinamis tau interaktifnya sebuah *website.* Semakin banyak ragam bahasa program yang digunakan maka akan terlihat *website* semakin dinamis, interaktif serta terlihat bagus. Beragam bahasa program saat ini telah hadir untuk mendukung kualitas *website.* Jenis-jenis bahasa program yang banyak dipakai para desainer *website* antara lain HTML, ASP, PHP, JSP, Java Scripts, Java Applets dan sebagainya. Bahasa dasar yang dipakai setiap situs adalah HTML sedangkan PHP, ASP, JSP dan lainnya merupakan bahasa pendukung yang bertindak sebagai pengatur dinamis, dan interaktifnya situs. Bahasa program ASP, PHP, JSP atau lainnya bisa dibuat sendiri. Bahasa program ini biasanya digunakan untuk membangun portal berita, artikel, forum diskusi, buku tamu, anggota organisasi, email, mailing list dan sebagainya yang memerlukan update setiap saat.

1. Desain Website

Melakukan penyewaan *domain name* dan *web hosting* serta penguasaan bahasa program (*Script Program*), unsur *website* yang penting dan utama adalah desain. Desain *website* menentukan kualtas dan keindahan sebuah *website.* Desain sangat berpengaruh kepada penilaian pengunjung akan bagus tidaknya sebuat *website.* Untuk membuat *website* biasanya dapat dilakukan sendiri atau menyewa jasa *website designer.* Saat ini sangat banyak jasa *website designer.* Saat ini sangat banyak jasa *web designer,* terutama kota-kota besar. Perlu diketahui bahwa kualitas situs sangat ditentukan oleh kualitas designer. Semakin banyak penguasaan web designer tentang beragam program/software pendukung pembuatan situs maka akan dihasilkan situs yang semakin berkualitas, demikian pula sebaliknya.

Publikasi *website* keberadaan situs tidak ada gunanya dibangun tanpa dikunjungi atau dikenal oleh masyarakat atau pengunjung internet. Karena efektif tidaknya situs sangat tergantung dari besarnya pengunjung dan komentar yang masuk. Untuk mengenalkan situs pada masyarakat memerlukan apa yang disebut publikasi atau promosi. Publikasi situs di masyarakat dapat dilakukan dengan berbagai cara seperti dengan metode lama (menggunakan kertas) atau dengan teknologi modern.

Pemeliharaan *website* untuk mendukung kelanjutan dari situs diperlukan pemeliharaan setiap waktu sesuai yang diinginkan seperti penambahan informasi, berita, artikel, link, gambar atau lain sebagainya. Tanpa pemeliharaan yang baik, situs akan terkesan membosankan atau monoton juga akan segera ditinggal pengunjung.

Pemeliharaan situs dapat dilakukan per periode tertentu setiap hari, tiap minggu atau tiap bulan sekali secara rutin atau secara periodik saja tergantung kebutuhan. Pemeliharaan rutin biasanya dipakai oleh situs-situs berita, penyedia artikel, organisasi atau lembaga pemerintah. Sedangkan pemeliharaan periodik biasanya hanya untuk situs-situs pribadi, penjualan/e-commerce, dan lain sebagainya.

Kemampuan internet boleh dikatakan tidak terbatas, dan bagiannya pun tidak sedikit. Termasuk didalamnya penggunaan *e-mail, usenet news gropus,* proses *transfer files* ataupun informasi, dan benar-benar luar biasa kemampuannya. Semua itu diistilahkan dengan *World Wide Web.* Halaman web biasanya di desain semenarik mungkin oleh pembuatnya. Pada halaman tersebut bisa ditampilkan bermacam-macam informasi yang diinginkan. Bahkan menariknya, pada halaman tersebut dapat diselipkan gambar, suara, dan pemutaran cuplikan video.

Halaman website tersebut dihubungkan melalui *hyperlink,* sehingga dengan hanya menklik *hyperlink* tersebut, secara otomatis dapat menghubungkan penggunanya dengan halaman web lainnya. Jutaan halaman website ini tersedia di internet, yang meliputi ratusan, atau bahkan ribuan topik jenis informasi yang disediakan.

**2.6. Komik**

**2.6.1. Pengetian Komik**

Komik adalah suatu bentuk seni yang menggunakan gambar-gambar tidak bergerak yang disusun secara demikian rupa sehingga membentuk jalinan cerita. Biasanya, komik dicetak dan diterbitkan diatas kertas dilengkapi dengan gambar dan teks. Komik dapat diterbitkan dalam berbagai bentuk, mulai dari strip dalam koran, dimuat dalam majalah, hingga berbentuk buku.

Komik berasalah dari bahasa inggris “*comic”* yang berarti segala sesuatu yang lucu serta bersifat menghibur (Kamus Lengkap Inggris-Indonesia, 1991). Dalam Kamus Kata-Kata Serapan Asing Dalam Bahasa Indonesia, kata komik dijabarkan sebagai cerita yang dilukiskan dengan gambar-gambar dan dibawah gambar itu dituliskan ceritanya sesuai dengan yang tampak dalam gambar (Badudu h.156)

*“Sequential Art”* (seni yang berurutan), demikian pakar Komik Will Eisner menyebut komik. Gambar-gambar jika berdiri sendiri dan dilihat satu persatu tetaplah hanya sebuah gambar, akan tetapi ketika gamabr tersebut disusun secara berurutan, meskipun hanya terdiri dari sua gambar, seni dalam gambar tersebut berubah nilainya menjadi seni komik (Scott McCloud, Understanding Comic 1993:5).

Dalam konteks ini menurut McCloud, pengertian *“Sequential Art”* oleh Eisner untuk komik masih terlalu umum. Kata *“Sequential Art”* juga bisa dipakai untuk animasi, mengingat animasi juga merupakan rangkaian gambar atau seni yang berurutan dan menjadi satu kesatuan utuh. Disini McCloud menggarisbawahi perbedan mendasar antara komik dan animasi film adalah bahwa rangkaian animasi berurutan oleh waktu sedangkan komik dipisahkan oleh panel yang tersusun saling berdampingan.

Animasi dan flm ditampilkan secara bersamaan pada satu frame yang sama dengan urutan waktu tertentu. Sedangkan komik harus ditampilkan pada frame yang berbeda dengan memberi jarak pada masing-masing frame atau panel jarak pada komik berfungsi sama dengan waktu pada film (Scoot McCloud, Understanding Comics 1993:7).

Selanjutnya McCloud (1993) mendefinisikan komik sebagai berikut, “Komik adalah gambar-gambar dan lambang-lambang lain yang saling berdampingan dalam urutan tertentu, bertujuan untuk memberikan informasi dan atau mencapai tanggapan estetis dari pembaca.”

Komik, dengan cirinya yang khas yaitu konsep cerita melalui gambar-gambar dan tulisan sebagai pelengkap, dalam perjalannya mampu terus bertahan bakan terus berkembang mengiringi kemajuan terknologi dan peradaban manusia. Komik ammpu menarik perhatian konsumen pembaca melalui bahasa gambar yang mudah untuk dipahami dan diingat karena pendekatan yang diterapkan dalam konsep komik adalah konsep visual tanpa kaidah-kaidah ketat tertentu dan sudah menjadi bahasa sejak manusia diciptakan. Bahasa gambar (baik dua dimensi maupun tiga dimensi) adalah bahasa yang paling akrab sehingga proses penterjemahannya mudah.

Konsep komik yang sangat universal tersebut memungkinakan komik untk dapat menembuas berbagai lapisan/batasan yang sekiranya media lain tidak bisa semudah itu dapat menembusnya. Komik dapat dengan mudahnya masuk ke berbagai negara, daerah, tanpa mengalami banyak kesulitan yang berarti. Pesan-pesan yang dibawanya dapat dengan mudah masuk dan diterjemahkan melalui bahasa visual.

Pada tahun 1996, [Will Eisner](http://id.wikipedia.org/w/index.php?title=Will_Eisner&action=edit&redlink=1) menerbitkan buku *Graphic Storytelling*, di mana ia mendefinisikan komik sebagai "tatanan gambar dan balon kata yang berurutan, dalam sebuah buku komik." Sebelumnya, di tahun 1986, dalam buku *Comics and Sequential Art*, Eisner mendefinisikan teknis dan struktur komik sebagai *sequential art*, "susunan gambar dan kata-kata untuk menceritakan sesuatu atau mendramatisasi suatu ide". Dalam buku *Understanding Comics* (1993) [Scott McCloud](http://id.wikipedia.org/wiki/Scott_McCloud) mendefinisikan seni sekuensial dan komik sebagai: “*juxtaposed pictorial and other images in deliberate sequence, intended to convey information and/or to produce an aesthetic response in the viewer*.” Para ahli masih belum sependapat mengenai definisi komik. Sebagian diantaranya berpendapat bahwa bentuk cetaknya perlu ditekankan. Yang lain lebih mementingkan kesinambungan gambar dan teks. Sebagian lain lebih menekankan sifat kesinambungannya (*sequential*).

Di Indonesia terdapat sebutan tersendiri untuk komik seperti diungkapkan oleh pengamat budaya Arswendo Atmowiloto (1986) yaitu cerita gambar atau dsingkat menjadi *cergam* yang dicetuskan oleh komikus Medan bernama Zam Nuldyn sekitar tahun 1970. Sementara itu Seno Gumira Ajidama (2002), jurnalis dan pengamat komik, mengemukakan bahwa komikus Teguh Santosa dalam komik Mat Romeo (1971) pernah mengiklankan karya mereka dengan kata-kata “Disadjikan Setjara Filmis dan Kolosal” yang sangat relevan dengan novel bergambar.

Menurut Bonnef, komik dibedakan dalam 2 kategori berdasarkan bentuknya yaitu komik bersambung (*comic-strips)* dan buku komik atau *comic-books* (Bonnef dalam Maharsi, 1988). Namun dalam perkembangan selanjutnya ada pula novel grafis, komik kompilasi yang menggabungkan beberapa cerita yang berlainan dalam satu buku dan juga muncul pula *web comic* atau komik online. Komik sendiri terbagi menjadi beberapa bentuk dan jenis. Sebagaimana diuraikan (Maharsi, 2011):

* **Komik strips**

**Istilah komik strip merujuk pada komik yang terdiri dari berberapa panel saja dan biasanya muncul surat kabar ataupun majalah. Komik jenis ini terbagi menjadi 2 bagian kategori yaitu:**

1. **Komik Strip Bersambung**

**Merupakan komik yang terdiri dari tiga atau empat panel yang terbit di surat kabar atau majalah dengan cerita bersambung dalam setiap edisinya.**

1. **Kartun Komik**

**Komik strip dalam kategori ini adalah komik yang hanya terdiri dari tiga atau empat panel yang merupakan alat protes dalam bentuk banyolan.**

* **Buku komik (*Comic Book)***

**Komik yang disajikan dalam bentuk buku yang tidak merupakan bagian dari media cetak lainnya. Kemasan *Comic Book* ini lebih menyerupai majalah dan terbit secara rutin.**

* **Komik Kompilasi**

**Komik kompilasi merupakan kumpilan dari beberapa komikus yang berbeda. Cerita yang terdapat dalam komik kompilasi ini bisa tidak berhubungan sama sekali, namun kadang ada juga penerbit yang memberikan tema yang sama walaupun dengan cerita yang berbeda.**

* **Komik Online (*Web Comic)***

**Sesuai dengan namanya maka komik imi menggunakan media internet dalam publikasinya. Dengan memakai situs web maka komik jenis ini hanya menghabiskan biaya yang relatif murah dibanding media cetak dan jangkauannya sangat luas tak terbatas. Komik ini muncul seiring perkembangan *cyberspace* di dunia teknologi komunikasi.**

Komik megalami perkembangan yang begitu pesat seiring dengan perkembangan teknologi yang semakin maju. Komik digital kini mejadi salah satu alternatif media yang mempermudah publik untuk mengakses dan membaca komik dengan cara yang semakin mudah. Komik digital sebagai media komunikasi yang ampuh terhadap masyarakat ataupun individu yang menjadi sasarannya, karena sifatnya Visual yang terdiri dari banyak gambar dan teks sebagai penjelasan gambar tersebut.

**2.7. *Webtoon (Website Cartoon)***

Webtoon juga bisa disebut sebagai Web Comic, atau merupakan gabungan dari Website dan Toon yang diambil dari kata Cartoon. Secara harfiah, dapat diartikan sebagai komik yang didistribusikan lewat jaringan internet. Tentunya Webtoon jelas berbeda dengan *Scaniation*, yang memiliki arti komik cetak yang kemudian di *scan.* Sedangkan Webtoon sudah dari awal dibentuk dan diterbitkan di internet.

Webtoon sendiri berasal dari Korea Selatan dan baru pertama kali diperkenalkan di Indonesia pada awal tahun 2015 lalu. Akibat kemudahan dalam mengakses Webtoon tersebut, konsumen tidak perlu membeli maupun meminjam buku komik yang bisa dikatakan tidak perlu mengeluarkan dana untuk menikmati aplikasi ini. Karena Webtoon merupakan aplikasi gratis yang hanya memerlukan paket data internet atau jaringan Wi-fi.

Awalnya, Webtoon hanya tersedia untuk platform Android saja. Namun, hanya berselang beberapa hari ketika peluncurannya, Line akhirnya merilis Webtoon untuk pengguna iOS. Selain berbentuk aplikasi, pengguna platform lain juga dapat menikmatinya melalui browser dengan menggunakan alamat URL m.webtoons.com

Pada dasarnya, Webtoon menawarkan layanan konten komik yang dapat dinikmati secara gratis. Dengan Webtoon, penggunaannya tak perlu lagi mendownload *e-book* karena konsumen dapat membaca komik-komik yang tersedia di Webtoon secara langsung.

Line Webtoon digratiskan untuk para pembuat komik baik amatir maupun profesional untuk menampilkan karya terbaik mereka kepada para penyuka komik diseluruh dunia. Line menyebutkan Official Account Line Webtoon (@idwebtoon) mendapatkan dua juta pengikut hanya dua minggu berselang sejak pertama kali dikenalkan.

Pada Line Webtoon ada layanan dimana penggemar dapat menemukan konten komik berbasis web (*webcomic)* secara teratur karena sistem harian yang dapat memberikan episode-episode terbaru pada serial-serial popular setiap hari, setiap minggu.

Dengan keragaman serial *webcomic,* para penggemar komik dapat selalu memiliki konten terbaru. Para pengguna Line Webtoon juga dapat menimati berbagai jenis/genre webcomics, mudah mengakses untuk mengunduh konten dan menerima notifikasi kapan seri terbaru akan dirilis/tersedia.

Webtoon juga ternyata menyediakan fitur download. Salah satu fitur terbaik dari Line Webtoon adalah semua komik yang tersedia didalamnya dapat di download secara gratis. Sehingga konsumen dapat membaca komik favoritnya tanpa perlu tersambung layanan internet dimanapun dan kapanpun. Namun, komik yang telah di download hanya dapat dinikmati selama 30 hari saja.

Salah satu kekurangan dari Webtoon adalah dimana kita tidak akan bisa menemukan komik yang dijual dipasaran seperti yang tersedia di tokok buku. Hampir semua komik yang berada dalam Webtoon merupakan komik Indie.Line Webtoon berencana memberi lebih banyak lagi variasi serial Webtoon kepada para pengguna Line dan akan lebih banyak mengundang para bakat asal Indonesia.