

BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang Masalah

Teknologi pada dasarnya memiliki kontribusi dalam menciptakan keberagaman media. Inilah salah satu ciri dalam lingkungan media baru menurut McNamus (dalam Severin dan Tankard, 2005:4), bahwa ada pergeseran dari ketersediaan media yang melimpah. Pemanfaatan Media sebagai sarana komunikasi telah memiliki sejarah yang sangat panjang. Media merupakan istilah umum yang merujuk kepada beragam alat yang lazim digunakan, baik untuk berkomunikasi ataupun menyebarkan informasi kepada masyarakat.

Percepatan perkembangan teknologi media merupakan salah satu fenomena yang mendominasi peradaban manusia. Kemunculan bentuk dan praktik penggunaan media baru terkesan terjadi susul-menyusul, dan kadang membuat pengguna (konsumen media), otoritas, bahkan pelaku industri media sendiri merasa kewalahan (*overwhelmed*) dan gagap untuk mengantisipasinya. Belum lagi satu inovasi teknologi media dapat di eksploitasi penggunaan dan pemanfaatannya sampai tuntas, telah disusul dengan inovasi berikutnya. Pihak yang paling 'menderita' dalam fenomena pacuan teknologi media ini adalah mereka yang berposisi sebagai *adopter* atau konsumen, yang pada umumnya adalah masyarakat di negara-negara sedang berkembang.

Di tengah (atau sebagai akibat dari) kondisi ini, istilah *new media* atau media baru menjadi mengemuka menjadi jargon atau *buzzword* yang merasuki tidak hanya di kalangan praktisi industri media, namun juga diantara para peneliti dan pengkaji media. Banyak kalangan mendefinisikan *new media* secara teknis-teknologi, yaitu sebagai bentuk-bentuk media yang memanfaatkan teknologi digital sebagai pengemas isi (*content*) yang berformat multimedia dan jaringan komputer sebagai saluran distribusi atau penyebarannya (Hastasari: 2014).

Livingstone (1999) melontarkan gagasan yang cukup menarik ketika ia menyarankan agar dalam diskusi media baru, kita tidak hanya menanyakan '*what is the media*', namun terlebih lagi '*what's new for society about the new media*', artinya, membicarakan media baru tidak boleh terbatas hanya pada sisi inovasi-teknologi, namun harus sampai kepada pengaruh, bahkan dampak yang dimunculkannya di tengah masyarakat. Gagasan ini sejalan dengan pendapat Flew (2002) yang memandang bahwa media baru harus dipahami sebagai produk budaya, dimana ia tidak bisa dilepaskan dari konteks masyarakat dan budaya dimana media baru itu ditemukan dan dikembangkan. Karena hanya dengan pendekatan yang demikian maka pemahaman kita akan media baru menjadi lebih komprehensif dan tidak parsial.

Munculnya istilah *new media* sangat terkait erat dengan hadirnya Internet di dunia ini. Sekalipun dalam perkembangannya *new media* tidak hanya terbatas kepada Internet, namun Internet merupakan alat atau media yang paling dominan dalam era *new media*. Seperti dikatakan oleh Flew (2005:4), "*The Internet represents the newest, most widely discussed, and perhaps most significant*

manifestation of new media.” Internet memang sangat fenomenal karena pada era telepon kabel dahulu tidak terbayangkan pada masa depan kabel-kabel telepon tersebut dapat memunculkan gambar, tidak hanya suara. Dan nyatanya Internet pun berkembang terus, awalnya internet dimanfaatkan untuk email dan situs, kemudian dimanfaatkan untuk blog, situs jejaring, situs berbagi video, televisi internet, konferensi video, *game online* dan lain-lain. Internet juga tidak lagi mengandalkan kabel telepon melainkan sudah menggunakan teknologi *Wireless Fidelity* (Wi-Fi). Laptop generasi sekarang sudah dilengkapi fasilitas Wi-Fi dan area hotspot semakin banyak sehingga semakin mudah bagi seseorang untuk menjelajah Internet.

Internet sebagai *new media* pada prinsipnya dapat dimanfaatkan oleh siapapun dan untuk kepentingan apapun. Situs dapat dimanfaatkan untuk mencari pengetahuan sebagai bahan pelajaran ataupun tulisan namun situs juga seringkali menampilkan gambar-gambar porno yang dapat merusak akhlak manusia terutama anak kecil karena sekarang sudah banyak anak kecil yang mahir bermain Internet. Akan tetapi semua itu dikembalikan kepada pengguna Internet yang sebagian besar masih memanfaatkan Internet untuk hal-hal yang positif.

Dengan pertimbangan sangat banyak bidang yang memanfaatkan *new media* Internet maka dalam tulisan ini akan dibatasi dalam bidang politik, bisnis, pendidikan dan budaya dimana keempat bidang ini berkaitan erat dengan media-media atau aplikasi yang terdapat di Internet.

Melalui media baru, sosial media diperkenalkan. Sosial media menjadi sebuah media yang penting karena kehadirannya membuat perubahan besar dalam

penyampaian pesan. Komunikasi yang sering dilakukan saat ini lebih sering dilakukan melalui internet, yaitu melalui sosial media. Sosial media sendiri mempunyai fungsi positif, antara lain:

- a. memberikan informasi tentang peristiwa dan kondisi dalam masyarakat; menunjukkan adanya hubungan kekuasaan, serta memudahkan inovasi, adaptasi, dan kemajuan;
- b. Memberikan informasi tentang korelasi yang bersifat menjelaskan, menafsirkan, mengomentari makna peristiwa dan informasi; melakukan sosialisasi dan membentuk konsensus
- c. Memberikan informasi tentang hal yang berkesinambungan meliputi peningkatan dan pelestarian nilai-nilai; mengekspresikan budaya dominan dan mengakui budaya khusus
- d. Memberikan hiburan untuk meredakan ketegangan, mengalihkan perhatian dan sarana relaksasi
- e. Mobilisasi untuk mengampanyekan tujuan masyarakat dalam bidang politik, pembangunan pekerjaan dan agama (Dennis McQuail, 1994).

Menurut C. Widyo Hermawan (2009: 1-2), adanya penggunaan internet melalui media telah menghadirkan sebuah *web forum* yang dapat membentuk suatu komunitas *online*. Layaknya forum diskusi, sebuah *web forum* dapat juga menampung ide, pendapat, dan segala informasi dari para anggotanya sehingga dapat saling berkomunikasi atau bertukar pikiran antara satu sama lainnya. Sebuah

forum *web online* biasanya hanya memiliki suatu pokok bahasan tertentu, tetapi tidak menutup kemungkinan dapat meluas hingga ke berbagai bidang. Pada dasarnya forum *online* merupakan sebuah papan pengumuman yang tersedia dalam bentuk *online*. Namun seiring berjalannya waktu sebuah forum *online* mengalami perluasan fungsi, yaitu tidak hanya sekadar berbagi informasi melainkan sebagai sarana akomodasi antar sesama pengguna dan pihak yang memiliki forum tersebut.

Pembentukan kelompok-kelompok masyarakat dalam dunia maya, tentunya terdiri atas individu-individu maya. Individu tersebut memiliki aspek yang beragam baik dari segi material ataupun immaterial. Keberagaman aspek tersebut turut mendapatkan fasilitas dunia maya. Mengingat dunia maya sebagai media *online* yang sangat memungkinkan sosialisasi antar individu atau kelompok secara maya.

Salah satu fasilitas bagi individu ataupun masyarakat dunia maya dalam bersosialisasi secara *online* dapat dilakukan melalui media *online*. Media *online* merupakan media yang didesain untuk memudahkan interaksi bersifat interaktif dengan berbasis teknologi internet yang mengubah pola penyebaran informasi dari sebelumnya bersifat *broadcast media monologue* (satu ke banyak audiens) ke *sosial media dialogue* (banyak audiens ke banyak audiens). Media *online* turut mendukung terciptanya demokratisasi informasi dan ilmu pengetahuan yang mengubah perilaku audiens dari yang sebelumnya mengonsumsi konten beralih ke memproduksi konten.

Salah satu media yang berkembang saat ini adalah Blog. Blog merupakan singkatan dari web + log, yaitu sejenis website pribadi yang dapat digunakan untuk

menuliskan suatu pesan atau informasi secara terus menerus dan mempublikasikannya. Blog dapat berupa berita atau artikel yang nantinya akan terus diperbaharui. Dalam satu blog dapat berisi bermacam-macam artikel yang dikelompokkan dalam suatu kategori atau hanya terdiri atas satu jenis kategori saja (Heni, 2008: 3).

Pada umumnya, sebuah blog memiliki ciri-ciri sebagai berikut: (Heni, 2008: 4)

- 1) Konten utama berisi artikel (*post*) yang dipublikasikan secara kronologis, dan artikel yang terbaru biasanya ada di urutan paling atas. Artikel tersebut dapat dikelompokkan ke dalam berbagai kategori berdasarkan subjeknya.
- 2) Para pengunjung blog dapat secara langsung mengomentari artikel yang ditulis oleh pemilik blog.
- 3) Arsip dari artikel-artikel lama bisa per hari, per minggu, maupun per tahun.
- 4) Daftar link terhadap web yang terkait biasa disebut blogroll.
- 5) Memiliki fasilitas *feed* yang memungkinkan isi dari suatu blog dapat dilihat tanpa harus membuka halaman web.

Blog awalnya hanya berupa situs pribadi yang memuat kumpulan link situs favorit pemiliknya dan cenderung hanya sebagai tempat *diary online* saja. Namun seiring popularitas dan daya tariknya kini blog sudah berkembang menjadi suatu sumber berita atau informasi alternatif dan sarana komunikasi. Hal ini dikarenakan kemudahan pembuatannya, tanpa perlu bahasa pemrograman yang rumit.

Kemudahan layanan bantuan pembuatan dan enrichment halaman blog termasuk penyebarannya melalui jasa sosial *networking* membuat blog semakin populer. Menurut Sifry, saat ini berdasarkan hasil penelusuran mesin pencari blog Technorati, jumlah blog telah mencapai 57 juta blog di seluruh dunia, dan jumlah ini berlipat dua kali setiap hari. Saat ini fenomena blog juga telah mewabah di Indonesia, dari remaja sampai orang dewasa bahkan yang sudah kakek-kakek pun telah membuat blog dan dipublikasikan di internet.

Beberapa Komunitas pun juga tidak ketinggalan dalam membuat blog, hal ini dimungkinkan karena blog dianggap bias menjadi wadah untuk bertukar informasi seputar komunitas tersebut. Komunitas dapat memaksimalkan penggunaan blog sebagai media alternatif penyampaian informasi dan sarana komunikasi, untuk mengatasi masalah kurangnya eksistensi komunitas tersebut. Bahkan konten materi blog yang bagus, informatif, inspiratif dan kaya sumber referensi serta bersifat tidak tertutup tersebut, tidak mustahil dapat diakses siapapun (bukan hanya diakses anggota komunitas tersebut) dan itu artinya memungkinkan siapapun dapat berkontribusi positif serta memperkaya informasi, tidak hanya bagi komunitas melainkan juga bagi orang lain. Dan itu sekaligus dapat menyebabkan nama blog dan pemilik blognya akan lebih dikenal luas di internet. Oleh karena itu jika ditinjau dari penyampaian informasi dan komunikasi blog dapat dianggap sebagai suatu media pembelajaran, sumber belajar dan sumber informasi riset yang murah dibandingkan dengan media lain.

Dengan menggunakan blog para anggota komunitas dapat memberikan bahan pengajaran, memberikan alternatif cara mengakses sumber informasi lain

secara tanpa batas dan menawarkan sumber pengayaan bahan dari beragam informasi yang sedang berkembang secara cepat setiap harinya. Blog juga sekaligus berfungsi sebagai media interaksi dan berdiskusi antara anggota komunitas dan orang lain.

Komunitas Sawo merupakan salah satu komunitas yang memanfaatkan blog sebagai sarana komunikasi, Sawo atau yang Disingkat “Sastra, Seni, Irama, Sinema, Wacana dan Oral” adalah sebuah komunitas mahasiswa yang didirikan di salah satu perguruan tinggi swasta yang ada di Surabaya, Pembentukan Sawo berawal dari sebuah forum diskusi mahasiswa Untag Surabaya (Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya) yang setiap hari rutin dilakukan di depan kesekretariatan BEM (Badan Eksekutif Mahasiswa) FISIP (Fakultas Ilmu dan Ilmu Politik) tepatnya di pohon Sawo. Dari sinilah akhirnya muncul kata Sawo. Sawo didirikan Oleh Dr. Achludin Ibnu Rochim, salah satu dosen FISIP yang menginisiasikan terbentuknya komunitas ini, dengan waktu yang tidak diketahui saat itu awalnya komunitas ini hanya beranggotakan tidak lebih dari 10 orang yang keseluruhannya adalah mahasiswa Untag Surabaya.

Dengan kegiatan Forum diskusi yang dilakukan secara konvensional, Komunitas Sawo mencoba beralih untuk menggunakan media sebagai sarana komunikasi bagi mereka. Mereka memilih Blog sebagai sarana komunikasi mereka, mereka akhirnya membuat blog yang diberi nama www.caffepena.blogspot.com, blog ini merupakan sebuah sumber media dan *web forum* yang dapat diakses oleh semua pengguna internet tak terkecuali anggota komunitas Sawo itu sendiri, di dalam blog ini terdapat berbagai konten yang menarik, mulai dari yang bersifat

tertulis maupun audio visual, karena bersinergi langsung dengan konten video YouTube yang diunggah oleh komunitas Sawo kedalam blog tersebut.

1.2. Rumusan masalah

Berdasarkan latar belakang di atas maka dapat dirumuskan permasalahan sebagai berikut:

1. Bagaimana Penggunaan Media Blog Sebagai Sarana Komunikasi Bagi Komunitas Sawo Untag Surabaya?
2. Apa kelebihan dan kelemahan blog sebagai sarana komunikasi bagi Komunitas Sawo?

1.3. Tujuan Penelitian

1. Untuk mengetahui Penggunaan Media blog Sebagai Sarana Komunikasi Bagi Komunitas Sawo Untag Surabaya.
2. Untuk mengetahui apa saja kelebihan dan kelemahan blog sebagai sarana komunikasi bagi Komunitas Sawo.

1.4. Manfaat Penelitian

1.4.1. Secara Teoritis

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan informasi dan sumbangan pemikiran bagi pengembangan ilmu komunikasi sebagai bahan masukan maupun referensi untuk penelitian selanjutnya.

1.4.2. Secara Praktis

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan informasi dan masukan pada masyarakat terutama pengguna Blog dalam komunitas.

1.5. Sistematika Penelitian

Penelitian ini memiliki sistematika, yang bertujuan untuk menciptakan penelitian yang sistematis dan koheren. Adapun sistematika dari penulisan penelitian ini adalah

BAB I. PENDAHULUAN

Berisi latar belakang, ruang lingkup, tujuan dan manfaat, serta sistematika penulisan penelitian. Latar belakang menjelaskan alasan mengapa topik ini perlu untuk diangkat dan dilakukan penelitian terhadapnya. Ruang lingkup merupakan batasan-batasan penelitian dalam meneliti. Tujuan dan manfaat yang merupakan paparan mengenai motivasi dan harapan atas penelitian ini, serta sistematika yang menjelaskan secara singkat penelitian ini, agar terbentuk sebuah penelitian yang sistematis dan koheren.

BAB II. KAJIAN PUSTAKA

Kajian Pustaka berisi penjelasan mengenai variabel yang digunakan di dalam penelitian, yang juga dilandaskan dari sebuah kerangka pikir. Teori-teori yang akan digunakan sebagai pedoman untuk menguraikan variabel-variabel dalam penelitian.

BAB III. METODE PENELITIAN

Berisi cara mendapatkan, merancang dan menganalisis data, untuk menguji hipotesis serta mendapatkan jawaban penelitian.

BAB IV. HASIL DAN BAHASAN

Berisi penyajian hasil data penelitian, pengelolaan terhadap data yang terkumpul, pembahasannya dikaitkan dengan variabel penelitian.

BAB V. PENUTUP

Berisikan kesimpulan dan saran dari penelitian yang telah dilakukan. Kesimpulan menjelaskan secara singkat inti dari BAB 4, yang dapat menjawab masalah BAB 1. Sedangkan saran, merupakan nasihat yang nantinya dapat digunakan untuk membangun kegiatan promosi yang lebih efektif dan efisien untuk kedepannya.