

### BAB III

#### MEDIA MASSA

##### 1. Sejarah Media Massa

Sejak awal, para ahli komunikasi tidak sependapat dengan model komunikasi yang ditawarkan karena model-model ini tidak memasukkan media sebagai sesuatu yang penting dari tiga dimensi tersebut, akibatnya para ahli komunikasi yang muncul sekitar tahun 1960-an mengkritisi dan memperbaiki model komunikasi dengan mengikutsertakan media.<sup>1</sup> Pada umumnya, para ahli yang di kritik lantaran tidak memasukkan media dalam analisis model komunikasi berasumsi bahwa proses komunikasi manusia dilakukan secara artifisial melalui saluran penyuaran pesan (vokalisasi), bahasa isyarat (*gestures*), terkadang pula melalui tulisan dan tulisan. Pada tahapan ini, kita patut berutang pada orang Roma dengan bahasa Romawi kuno karena telah mengurai “komunikasi” dari akar kata *communicare* yang pada masa ini dipahami sebagai sistem pos terpusat untuk mengendalikan rangkaian subsistem berperan menyebarkan informasi dari pusat kekaisaran Romawi ke pelbagai penjuru provinsi yang tersebar luas di bentangan Eropa hingga ke Timur Tengah.<sup>2</sup>

Sekurang-kurangnya ada empat catatan historis tentang perkembangan media, yakni yang pertama, era masyarakat tribal (*the tribal age*). Di era ini, komunikasi media dimediasi melalui komunikasi lisan (*oral communication*) karena masyarakat umumnya terikat dengan budaya lisan (*oral culture*) sehingga yang berperan di sini ialah *storytelling* yang mengandalkan keterlibatan pemikiran intuitif dan holistik. Ada empat karakteristik komunikasi lisan, yaitu:

---

<sup>1</sup> Alo Liliweri, *Komunikasi: Serba Ada Serba Makna* (Jakarta: Kencana, 2011), 872

<sup>2</sup> Ibid

1. Mengandalkan emosi di saat berkomunikasi lisan, terutama pada waktu mendengarkan (*sense of hearing*), diiringi rangkulan tangan serta di kening atau hidung, dan selalu berusaha menciptakan suasana batin yang aman.
2. Komunikasi antarpersonal sangat mengutamakan keterlibatan (*encourages high involvement*), misalnya menyatakan sikap simpati dan empati kepada sesama.
3. Memotivasi pendengar bahwa apa yang diceritakan itu penting (*importance of stories*).
4. Komunikasi selalu memperhatikan interaksi personal (*personal interaction and attention*).

Kedua, era masyarakat tulis (*the age of literacy*). Di era ini, komunikasi manusia dimediasi oleh tulisan yang dibangun berdasarkan prinsip-prinsip bangunan logika. Ada empat karakteristik dari era masyarakat tulis, yakni:

1. Sangat didominasi oleh komunikasi visual.
2. Mendorong permenungan pribadi ketimbang melibatkan kelompok.
3. Memperkenalkan logika, cara berpikir linear.
4. Matematika, sains, filsafat.

Ketiga, era percetakan (*the print age*). Di era ini, komunikasi antarmanusia menekankan pada cetakan visual yang berpusat pada galaksi Guttenberg. Di sini peranan mata sangat dominan, cara berpikir linear, status sains semakin diperhitungkan, serta munculnya sikap individual. Karakteristik era ini berkaitan dengan:

1. Penyebarluasan visualisasi secara bebas.
2. Melakukan konversi tulisan perorangan ke teknik cetakan.
3. Standardisasi bahasa nasional sebagai syarat membangun nasionalisme.

4. Mempertahankan prototipe revolusi industri.

Keempat, era elektronika (*the electronic age*), yang menekankan pada *image visual*. Era ini diawali dengan terbentuknya kesadaran dan pengalaman hidup dengan prinsip *global village*. Pada era ini, televisi merupakan media yang sangat dominan karena melibatkan semua sensori manusia (persepsi, sikap, stereotip, pikiran, perasaan, emosi, tindakan) yang mendorong warga masyarakat ke *retribalization*, serta memudarnya logika dan cara berpikir linear. Ada empat karakteristik era ini:

1. Bertumbuhnya *global village*.
2. Kehadiran *cool medium* seperti televisi yang secara spontan menawarkan hakikat lingkungan, serta retribalisasi kemanusiaan (perhatikan film-film horor, mitos).
3. Pengaruh media semakin kuat sehingga para penonton menjadi pasif.
4. Peralihan cara berpikir dari linear ke lokal.

Sebenarnya media massa merupakan istilah yang digunakan untuk mempertegas kehadiran suatu kelas, seksi media yang dirancang sedemikian rupa agar dapat mencapai audiens yang sangat besar dan luas (yang dimaksudkan besar dan luas adalah seluruh penduduk dari suatu bangsa/negara). pengertian media massa ini makin luas penggunaannya sehubungan dengan lahirnya percetakan oleh Guttenberg di abad pertengahan dan disusul oleh penemuan radio yang melintasi lautan Atlantik pada 1920, terakhir dengan perkembangan jaringan radio, televisi, meluasnya sirkulasi surat kabar dan majalah serta internet yang berhubungan dengan massa. Lantaran adanya masyarakat massa dengan budaya massa itulah media massa sering mengabaikan keberadaan individu dalam masyarakat yang dianggap hanya sebagai “atomisasi” yang tidak

mempunyai koneksi sosial di antara anggota massa. Kelompok mengambang inilah yang tak mempunyai karakter tertentu sehingga mudah dijadikan sebagai sasaran tembak media massa modern melalui teknik periklanan dan propaganda.<sup>3</sup>

Kini kemajuan teknologi komunikasi, semakin banyak orang menggantungkan hidup pada media sehingga teknologi media sangat mempengaruhi audiens, misalnya dalam teori *technological determinism* yang diperkenalkan oleh Marshall McLuhan. Kata teori ini, keyakinan bahwa pengembangan teknologi sangat menentukan perubahan sosial dan kultural, karena teknologi ini menerpa kita dari segala penjuru. Media seolah mendorong rasio dari perasaan kita untuk bagaimana mengalami dunia. Marshall McLuhan membagi dua jenis media dalam suatu kategori yang bersifat *binary* yang dia sebut *hot media* dan *cool media* yang jika diletakkan di atas skala, amak ada dikotomi di antara media-media tersebut. Sebagaimana dijelaskan dalam bukunya *Understanding Media*, McLuhan mengemukakan pendapat bahwa kita dapat membagi media berdasarkan tingkat pengaruhnya terhadap audiens, dan tingkat partisipasi audiens terhadap media, dan karena itu pula, maka audiens memilih media yang paling mereka suaki. McLuhan membagi dua tipe media yakni:

1. Hot media, adalah media yang mempunyai pengaruh sangat besar terhadap manusia melalui sensorisnya, bahkan hanya menggunakan satu sensoris atau sensoris tunggal saja seperti melalui cahaya/mata dan suara/telinga. Intinya pada *hot media* selalu melibatkan sensoris tunggal tanpa mempertimbangkan stimulus. Menurut McLuhan, jenis media seperti ini sering mempunyai kekuatan perusak (*destructive strength*), misalnya kapak batu (catatan: hasil riset McLuhan terhadap sejarah media), yang mengawali media lainnya

---

<sup>3</sup> Alo Liliweri, *Komunikasi: Serba Ada Serba Makna...*, 874

seperti penulisan, alfabet fonetik, buku, fotografi, radio, dan film (*movie*) yang dapat digolongkan ke dalam jenis *hot media* ini. jenis media ini selalu berisi jumlah informasi yang sangat perinci sehingga audiens harus meningkatkan konsentrasinya untuk mengakses pesan bagi keperluan mereka.

2. *Cool media*, adalah jenis media yang selalu melibatkan lebih sedikit stimulus. Ketika audiens mengakses media ini, maka mereka harus berusaha lebih aktif untuk berpartisipasi misalnya dengan memanfaatkan semua sensoris secara serentak agar memahami semua informasi yang mereka terima. Jenis *cool media* antara lain televisi, forum seminar, film kartun, telepon, karikatur.<sup>4</sup>

Media massa telah merasuk ke dalam kehidupan modern. Tokoh politik menghabiskan sebagian besar dana kampanyenya melalui iklan televisi untuk menjangkau pemilih. Pengaruh media massa sangat menakutkan, coba saja renungkan:

1. Melalui media massa kita mengetahui hampir segala sesuatu yang kita tahu tentang dunia di luar lingkungan kita.
2. Warga yang berpengetahuan (*informed*) dan aktif sangat mungkin terwujud di dalam demokrasi modern hanya jika media massa berjalan dengan baik.
3. Orang membutuhkan media massa untuk mengekspresikan ide-ide mereka ke khalayak luas. Tanpa media massa, gagasan kita hanya akan sampai ke orang-orang sekitar saja.

---

<sup>4</sup> Alo Liliweri, *Komunikasi: Serba Ada Serba Makna...*, 874-875

4. Negara-negara kuat menggunakan media massa untuk menyebarkan ideologinya dan untuk tujuan komersial. Media massa adalah alat utama para propagandadis, pengiklanan, dan orang-orang semacam itu.<sup>5</sup>

Inti dari fungsi media adalah sebagai penyampai pesan informasi adalah berita (*news*). Para wartawan atau jurnalis sendiri tidak selalu sepakat tentang definisi dari berita. Salah satu definisi yang berguna adalah berita merupakan laporan tentang sesuatu yang ingin atau perlu diketahui orang-orang.<sup>6</sup>

Ada beberapa media yang memang sangat dekat dengan masyarakat yakni koran, majalah, dan internet. Tembusan berita sangat cepat sampai kepada masyarakat lewat media tersebut.

#### 1. Koran

Koran adalah medium massa utama bagi orang untuk memperoleh berita. Di sebagian besar kota, tak ada sumber berita yang bisa menyamai keluasan dan kedalaman liputan berita koran. Ini memperkuat popularitas dan pengaruh koran. Industri koran mengungguli media berita lain di hampir segala aspek. Satu dari tiga orang Amerika memilih membaca koran setiap hari, jauh lebih banyak ketimbang orang yang menonton berita televisi sore hari. datangnya cukup mengejutkan, sekitar 1.570 koran harian menerbitkan 52,4 juta eksemplar setiap harinya, dan belum termasuk koran mingguan. Karena setiap eksemplar diberikan rata-rata 2,2 orang maka koran-koran harian itu sampai ke 116 juta pembaca setiap harinya. Dan koran mingguan mengeluarkan 50 juta eksemplar. Dengan demikian perkiraan sirkulasi itu

---

<sup>5</sup> John Vivian, *Teori Komunikasi Massa*, (Jakarta: Kencana, 2008), 5

<sup>6</sup> John Vivian, *Teori Komunikasi Massa....*, 6

sampai keempat orang per eksemplar, maka koran ini menjangkau sekitar 200 juta orang setiap minggunya.<sup>7</sup>

Dengan menurunnya sirkulasi, koran harian menghadapi tantangan besar. Bahkan sirkulasi edisi Minggu yang menyemangati industri ini juga mulai turun. Pendapatan advertising juga sedang mengalami transisi. Efisiensi dilakukan melalui pembagian berita dan fasilitas produksi dan tindakan penghematan lainnya. Pada Masa Depresi 1930-an, ketika hampir semua sektor ekonomi turun, koran adalah salah satu di antara sedikit bisnis yang tetap menguntungkan di abad ke-20. Bahkan meski sirkulasi sedikit turun, dari 62,8 juta menjadi 52,4 juta pada tahun 1988, industri ini tetap meraup laba. Kebanyakan perusahaan rantai bisnis koran yang besar, yang menguasai hampir semua harian, melaporkan meraup untung kisaran 20 persen.<sup>8</sup>

Pada tahun 1990-an koran mulai masuk ke dunia internet dengan situs berita. Pelan-pelan, koran menjual ruang online untuk pengiklan yang mungkin juga sudah beriklan di edisi cetaknya.<sup>9</sup>

- Koran Tempo

Koran Tempo adalah sebuah koran berbahasa Indonesia yang terbit di Indonesia. Pemiliknya adalah PT Tempo Inti Media Harian. Tempo sebelumnya dikenal dengan Majalah Temponya. Ia pertama kali diterbitkan pada 2 April 2001 dengan sirkulasi sebesar 100.000 setiap hari.<sup>10</sup>

---

<sup>7</sup> *Ibid*, 71

<sup>8</sup> John Vivian, *Teori Komunikasi Massa....*,90

<sup>9</sup> *Ibid*, 93

<sup>10</sup> Wikipedia bahasa Indonesia, [http://id.wikipedia.org/wiki/Koran\\_Tempo/](http://id.wikipedia.org/wiki/Koran_Tempo/) (Selasa, 31

- Media Indonesia

Media Indonesia adalah sebuah surat kabar harian yang terbit di Jakarta. Tergabung ke dalam Media Group, sejumlah kalangan menganggap Media Indonesia sebagai surat kabar umum terbesar kelima di Indonesia setelah Koran Tempo. Media Indonesia pertama kali diterbitkan pada tanggal 9 Januari 1970. Sebagai surat kabar umum pada masa itu, Media Indonesia baru bisa terbit 4 halaman dengan tiras yang amat terbatas. Berkantor di Jalan Letnan Jenderal MT Haryono, Jakarta, disitulah sejarah panjang Media Indonesia berawal. Lembaga yang menerbitkan Media Indonesia adalah Yayasan Warta Indonesia. Tahun 1976, surat kabar ini kemudian berkembang menjadi 8 halaman. Sementara itu perkembangan regulasi di bidang pers dan penerbitan terjadi. Salah satunya adalah perubahan SIT (Surat Izin Terbit) menjadi SIUPP (Surat Izin Usaha Penerbitan Pers). Karena perubahan ini penerbitan dihadapkan pada realitas bahwa pers tidak semata menanggung beban idealnya tapi juga harus tumbuh sebagai badan usaha.

Dengan kesadaran untuk terus maju, pada tahun 1987 Teuku Yousli Syah selaku pendiri Media Indonesia bergandeng tangan dengan Surya Paloh, mantan pimpinan surat kabar Prioritas. Dengan kerjasama ini, dua kekuatan bersatu : kekuatan pengalaman bergandeng dengan kekuatan modal dan semangat. Maka pada tahun tersebut lahirlah Media Indonesia dengan manajemen baru dibawah PT. Citra Media Nusa Purnama. Surya Paloh sebagai Direktur Utama sedangkan Teuku Yousli Syah sebagai Pemimpin Umum, dan Pemimpin Perusahaan dipegang oleh Lestary Luhur. Sementara itu, markas usaha dan redaksi dipindahkan ke Jalan Gondandia Lama Nomor. 46 Jakarta. Awal tahun 1993, bertepatan dengan usianya ke 25 Media

Indonesia menempati kantor barunya di Komplek Delta Kedoya, Jalan Pilar Mas Raya Kav.A-D, Kedoya Selatan, Kebon Jeruk, Jakarta Barat. Di gedung baru ini semua kegiatan di bawah satu atap, Redaksi, Usaha, Percetakan, Pusat Dokumentasi, Perpustakaan, Iklan, Sirkulasi dan Distribusi serta fasilitas penunjang karyawan.

Sejarah panjang serta motto Pembawa Suara Rakyat yang dimiliki oleh Media Indonesia bukan menjadi motto kosong dan sia-sia, tetapi menjadi spirit pegangan sampai kapan pun. Sejak Media Indonesia ditangani oleh tim manajemen baru di bawah payung PT Citra Media Nusa Purnama, banyak pertanyaan tentang apa yang menjadi visi harian ini dalam industri pers nasional. Terjun pertama kali dalam industri pers tahun 1985 dengan menerbitkan harian Prioritas. Namun Prioritas memang kurang bernasib baik, karena belum cukup lama menjadi koran alternatif bangsa, SIUPP-nya dibatalkan Departemen Penerangan. Antara Prioritas dengan Media Indonesia memang ada Benang Merah, yaitu dalam karakter kebangsaannya. Surya Paloh sebagai penerbit Harian Umum Media Indonesia, tetap gigih berjuang mempertahankan kebebasan pers. Wujud kegigihan ini ditunjukkan dengan mengajukan kasus penutupan Harian Prioritas ke pengadilan, bahkan menuntut Menteri Penerangan untuk mencabut Peraturan Menteri No.01/84 yang dirasakan membelenggu kebebasan pers di tanah air.<sup>11</sup>

---

<sup>11</sup> Wikipedia bahasa Indonesia, [http://id.wikipedia.org/wiki/Media\\_Indonesia/](http://id.wikipedia.org/wiki/Media_Indonesia/) (Rabu, 31 Juli 2013, 12:13)

## 2. Majalah

Majalah telah mengungguli media lain dengan inovasi yang signifikan dalam jurnalisme, advertising dan sirkulasi. Inovasi itu mencakup laporan investigasi, profil tokoh secara lengkap, dan foto jurnaslisme. *Muckraking* (pengungkapan kebobrokan), yang sekarang biasa disebut *investigasi reporting*, dikembangkan oleh majalah sebagai pendekatan jurnalistik di tahun-tahun pertama abad ke-20. Majalah memuat eksplorasi panjang tentang institusi yang menyeleweng di dalam masyarakat. Adalah Theodore Roosevelt, presiden reformis, yang menciptakan istilah *muckraking*. Roosevelt menyukai jurnalisme investigasi umum, tetapi suatu hari pada tahun 1960, saat sebuah penggalian terlalu dekat dengan rumahnya, dia menamakannya dengan tokoh di novel abad ke-17 yang terlalu fokus pada pembuangan kotoran sehingga dia lupa pada kabar baik. Sang presiden menggunakan istilah itu sebagai ejekan, tetapi kini menjadi lencana kehormatan bagi jurnalis.<sup>12</sup> Di bawah ini merupakan beberapa media yang menjadi objek dari penelitian ini.

- Tempo

Tempo adalah majalah berita mingguan Indonesia yang umumnya meliput berita dan politik dan diterbitkan oleh PT Tempo Inti Media Tbk.. Majalah ini merupakan majalah pertama yang tidak memiliki afiliasi dengan pemerintah. Edisi pertamanya diterbitkan pada 6 Maret 1971 dengan Goenawan Mohamad sebagai Pemimpin Redaksi. Terbitnya edisi tersebut tidak bisa lepas dari peran prakarsa sekumpulan anak muda di tahun 1969, antara lain yaitu Goenawan Mohamad, Fikri Jufri, Christianto Wibisono dan

---

<sup>12</sup> *Ibid*, 109

Usamah, dan awalnya majalah itu bernama Ekspres.<sup>[4]</sup> Namun dikarenakan adanya perbedaan prinsip antara jajaran redaksi dan pihak pemilik modal utama, maka Goenawan dan kelompoknya keluar dari Ekspres pada tahun 1970.

Dalam waktu yang kurang lebih sama, Harjoko Trisnadi sedang mengalami masalah. Majalah Djaja, milik Pemerintah Daerah Khusus Ibu Kota (DKI) , yang dikelolanya sejak 1962 macet terbit. Menghadapi kondisi tersebut, karyawan Djaja menulis surat kepada Gubernur DKI saat itu, Ali Sadikin, meminta agar Djaja diswastakan dan dikelola Yayasan Jaya Raya, sebuah yayasan yang berada di bawah Pemerintah DKI. Lalu terjadi rembuan tripartite antara Yayasan Jaya Raya, yang dipimpin Ir. Ciputra orang-orang bekas majalah Ekspres, dan orang-orang bekas majalah Djaja. Disepakatilah berdirinya majalah Tempo di bawah PT. Grafiti Pers sebagai penerbitnya.

Dan pada tahun 1971, dengan peran serta dari Harjoko Trisnadi, Fikri Jufri, Lukman Setiawan, dan Bur Rasuanto, Goenawan yang kemudian dianggap sebagai "pendiri", menerbitkan majalah Tempo untuk pertama kalinya. Pemakaian nama Tempo, tidak lepas dari saran dari para pengecer. Dimana kata ini mudah untuk diucapkan dan memiliki jarak penerbitan yang cukup longgar, yakni mingguan. Selain itu, namanya, dianggap mirip-mirip dengan majalah terkenal dari Amerika, Time. Dengan rata-rata umur pengelola yang masih 20-an, ia tampil beda dan diterima masyarakat. Dengan mengedepankan peliputan berita yang jujur dan berimbang, serta tulisan yang disajikan dalam prosa yang menarik dan jenaka, majalah ini diterima masyarakat.

Pada tahun 1982, untuk pertama kalinya majalah ini dibredel, karena dianggap terlalu tajam mengkritik rezim Orde Baru dan kendaraan politiknya, Golkar. Saat itu tengah dilangsungkan kampanye dan prosesi Pemilihan Umum. Tapi akhirnya diperbolehkan terbit kembali setelah menandatangani semacam "janji" di atas kertas segel dengan Ali Moertopo, Menteri Penerangan saat itu ( zaman Soeharto ada Departemen Penerangan yang fungsinya, antara lain mengontrol pers). Makin sempurna mekanisme internal keredaksiannya, makin mengental semangat jurnalisme investigasinya. Maka makin tajam pula daya kritik Tempo terhadap pemerintahan Soeharto yang sudah sedemikian melumut. Puncaknya, pada Juni 1994, untuk kedua kalinya majalah ini dibredel oleh pemerintah, melalui Menteri Penerangan Harmoko. Ia dinilai terlalu keras mengkritik Habibie dan Soeharto ihwal pembelian kapal kapal bekas dari Jerman Timur. Laporan ini dianggap membahayakan "stabilitas negara", dimana laporan utama membahas keberatan pihak militer terhadap impor oleh Menristek BJ Habibie. Sekelompok wartawan yang kecewa pada sikap Persatuan Wartawan Indonesia (PWI) yang menyetujui pembredelan Tempo, Editor, dan Detik, kemudian mendirikan Aliansi Jurnalis Independen (AJI).

Selepas Soeharto lengser pada Mei 1998, mereka yang pernah bekerja di Tempo -dan tercerai berai akibat bredel- berembuk ulang. Mereka bicara ihwal perlu-tidaknya majalah Tempo terbit kembali. Hasilnya, Tempo harus terbit kembali. Maka, sejak 12 Oktober 1998, majalah Tempo hadir kembali. Untuk meningkatkan skala dan kemampuan penetrasi ke bisnis dunia media, maka pada tahun 2001, PT. Arsa Raya Perdanago public dan menjual sahamnya ke publik dan lahirlah PT Tempo Inti Media Tbk. (PT.TIM) sebagai

penerbit majalah Tempo -yang baru.- Pada tahun yang sama (2001), lahirlah Koran Tempo yang berkompetisi di media harian.<sup>13</sup>

- Gatra

Gatra adalah sebuah majalah berita mingguan yang diterbitkan di Indonesia sejak tahun 1994. Banyak anggota majalah *TEMPO* yang baru saja dibredel saat itu kemudian menjadi anggota pendiri majalah ini. Didirikan oleh pengusaha yang dekat dengan rezim Orde Baru, Bob Hasan, majalah ini dikenal propemerintah saat pemerintah Orde Baru masih berkuasa. Seperti *TEMPO*, format sampulnya juga meniru sampul majalah *TIME* dengan garis merah di sepanjang sisi.<sup>14</sup>

### 3. Internet

Internet muncul sebagai medium besar kedelapan dengan banyak isi, terutama melalui *web coding*, yang melebihi media tradisional dalam banyak hal. Dari serangkaian teknologi baru yang memusingkan, internet muncul di pertengahan 1990-an sebagai medium massa baru yang amat kuat. Ia merupakan jaringan kabel dan telepon dan satelit di planet ini yang memiliki komputer bisa masuk ke jaringan. Dengan beberapa kali mengklik tombol *mouse* kita akan masuk ke lautan informasi dan hiburan yang ada di seluruh dunia.<sup>15</sup>

Kendati dalam beberapa hal internet mirip dengan medium massa tradisional yang mengirim pesan dari titik transmisi sentral, tetapi internet

---

<sup>13</sup> Wikipedia bahasa Indonesia, ensiklopedia bebas, [http://id.wikipedia.org/wiki/Tempo\\_/sejarah tempo](http://id.wikipedia.org/wiki/Tempo_/sejarah_tempo)” (Rabu, 31 Juli 2013, 12:13)

<sup>14</sup> Wikipedia bahasa Indonesia, ensiklopedia bebas, <http://id.wikipedia.org/wiki/Gatra/> (Rabu, 31 Juli 2013, 12:13)

<sup>15</sup> John Vivian, *Teori Komunikasi Massa....*, 262

lebih dari itu. Penerima pesan bisa mengklik hampir seketika dari satu sumber ke sumber lain dari katalog L. L. Bean ke film Disney ke *US Today*. Perbedaan lain dari media massa adalah internet bersifat interaktif. Internet punya kapasitas untuk memampukan orang berkomunikasi, bukan sekadar menerima pesan belaka, dan mereka bisa melakukannya secara *real time*.<sup>16</sup>

Setiap perusahaan media massa besar menempatkan produknya di internet. Ribuan perusahaan baru membangun jaringan di internet. Teknologi ini sangat langsung dan aksesnya murah sehingga jutaan individu bisa membuat situs milik sendiri. Signifikansi internet dapat diukur dengan cara melihat orang-orang yang tidak lagi membaca koran edisi cetak dan lebih memilih membaca melalui edisi internet. Beberapa situs berita diperbarui secara terus-menerus. Hampir semua majalah dan koran AS punya situs internet, dari *New York Times* yang besar dan canggih sampai koran lokal di daerah pelosok.<sup>17</sup> Hal ini telah menggambarkan bahwasanya internet sudah merajai dunia media massa. Kecanggihannya dari internet sendiri yang menguasai dunia. Semua orang mengakui hal tersebut, dan hampir di seluruh dunia lebih memilih internet sebagai ganti dari media massa cetak.

- Facebook

Facebook adalah sebuah layanan jejaring sosial yang diluncurkan pada bulan Februari 2004, dimiliki dan dioperasikan oleh Facebook, Inc. Pada September 2012, Facebook memiliki lebih dari satu miliar pengguna aktif, lebih dari separuhnya menggunakan telepon genggam. Pengguna harus mendaftar sebelum dapat menggunakan situs ini. Setelah itu, pengguna dapat membuat profil pribadi, menambahkan pengguna lain sebagai teman, dan

---

<sup>16</sup> *Ibid*, 263

<sup>17</sup> John Vivian, *Teori Komunikasi Massa....*, 263

bertukar pesan, termasuk pemberitahuan otomatis ketika mereka memperbarui profilnya. Selain itu, pengguna dapat bergabung dengan grup pengguna dengan ketertarikan yang sama, diurutkan berdasarkan tempat kerja, sekolah atau perguruan tinggi, atau ciri khas lainnya, dan mengelompokkan teman-teman mereka ke dalam daftar seperti "Rekan Kerja" atau "Teman Dekat".

Facebook didirikan oleh Mark Zuckerberg bersama teman sekamarnya dan sesama mahasiswa Universitas Harvard, Eduardo Saverin, Andrew McCollum, Dustin Moskovitz dan Chris Hughes. Keanggotaan situs web ini awalnya terbatas untuk mahasiswa Harvard saja, kemudian diperluas ke perguruan lain di Boston, Ivy League, dan Universitas Stanford. Situs ini secara perlahan membuka diri kepada mahasiswa di universitas lain sebelum dibuka untuk siswa sekolah menengah atas, dan akhirnya untuk setiap orang yang berusia minimal 13 tahun. Meski begitu, menurut survei *Consumer Reports* bulan Mei 2011, ada 7,5 juta anak di bawah usia 13 tahun yang memiliki akun Facebook dan 5 juta lainnya di bawah 10 tahun, sehingga melanggar persyaratan layanan situs ini.

Sebelumnya Mark Zuckerberg menciptakan Facemash, pendahulu Facebook, tanggal 28 Oktober 2003 ketika berada di Harvard sebagai mahasiswa tahun kedua. Menurut *The Harvard Crimson*, situs ini mirip dengan Hot or Not, dan menggunakan "foto yang diperoleh dari Facebook (buku wajah) daring di sembilan asrama, menempatkan dua foto berdampingan pada satu waktu dan meminta pengguna memilih yang mana yang paling seksi".

Sebagian besar pendapatan Facebook berasal dari periklanan. Microsoft adalah rekan eksklusif Facebook untuk melayani iklan spanduk,<sup>[66]</sup>

dan Facebook hanya melayani iklan yang masuk dalam inventaris iklan Microsoft. Menurut comScore, sebuah perusahaan riset pemasaran Internet, Facebook memperoleh data dari pengunjung sama banyaknya dengan Google dan Microsoft, namun sedikit kurang dari Yahoo!. Tahun 2010, tim keamanan Facebook mulai memperluas upayanya untuk mengurangi risiko privasi pengguna. Pada 6 November 2007, Facebook meluncurkan Facebook Beacon yang kemudian menjadi usaha gagal untuk beriklan kepada teman pengguna menggunakan cara "apa yang dibeli teman".<sup>18</sup>

- Twitter

Pada Maret 2006 mulai berdirinya Twitter yang didirikan oleh 3 orang yaitu Jack Dorsey, Evan Williams dan Biz Stone. Evan Williams dan Biz Stone yang berasal dari Google dan Jack Dorsey yang merupakan karyawan Odeo. Pada akhir 2006, Evan Williams bersama dengan Biz Stone mendirikan sebuah perusahaan, yaitu Obvious Corp dengan mantan karyawan Odeo. Awal berdirinya Twitter dimulai dari perusahaan yang terpisah pada April 2007 oleh Obvious Corp. Jack Dorsey adalah chief executive officer sampai Oktober 2008, ketika Evan Williams menjadi CEO dan Jack Dorsey bergeser ke posisi ketua dewan direksi. Jack Dorsey merupakan pencetus ide twitter dalam sebuah diskusi yang diselenggarakan oleh Podcasting perusahaan Odeo.

Jack Dorsey memiliki suatu ide mengenai sebuah pesan atau 'status', pengiriman pesan atau status mengenai apa yang seseorang lakukan. Dengan

---

<sup>18</sup>Wikipedia bahasa Indonesia, <http://id.wikipedia.org/wiki/Facebook/> (Selasa, 31 Juli 2013)

siapa dia berinteraksi, hingga akan membentuk sebuah interaksi percakapan antar pengguna. Pada saat itu, pesan instan sangat populer, salah satunya itu AOL Instant Messenger. Jack Dorsey melihat hal ini dan bertanya-tanya dalam dirinya apakah ia dapat menggabungkan ide-ide awal Dorsey untuk membuat sebuah layanan pengiriman pesan atau status. Muncullah Twitter, pada awalnya Twitter dinamai Twtr. Konsep awal dari twitter adalah sebuah sistem yang pengguna dapat untuk mengirimkan pesan yang dapat disebar ke semua teman. Dengan melakukan diskusi dan koreksi di sistem tersebut, maka saat ini twitter telah berkembang menjadi layanan jejaring sosial yang memiliki fitur untuk menerbitkan posting singkat atau status serupa dengan SMS yang bisa diakses di Internet. Pada tanggal 15 Juli 2006 dimulailah proyek pembuatan twitter secara terbuka. Pada April 2007 twitter secara resmi menjadi perusahaan, dengan nama Twitter, Inc. Kepopuleran twitter dimulai pada tahun 2007 bertepatan dengan diadakannya festival musik yang cukup populer South by Southwest (SXSW). Selama proses acara tersebut penggunaan twitter meningkat sebanyak 40.000 tweets per hari, dari 20.000 tweets per hari menjadi 60.000 tweets per hari.<sup>19</sup>

- Youtube

YouTube adalah sebuah situs web berbagi video yang dibuat oleh tiga mantan karyawan PayPal pada Februari 2005. Situs ini memungkinkan pengguna mengunggah, menonton, dan berbagi video. Perusahaan ini berkantor pusat di San Bruno, California, dan memakai teknologi Adobe Flash Video dan HTML5 untuk menampilkan berbagai macam konten video buatan

---

<sup>19</sup> Wikipedia bahasa Indonesia, <http://alamteknoblogspot.com/2013/06/sejarah-twitter.html/> (Selasa, 31 Juli 2013)

pengguna, termasuk klip film, klip TV, dan video musik. Selain itu ada pula konten amatir seperti blog video, video orisinal pendek, dan video pendidikan.

Kebanyakan konten di YouTube diunggah oleh individu, meskipun perusahaan-perusahaan media seperti CBS, BBC, Vevo, Hulu, dan organisasi lain sudah mengunggah material mereka ke situs ini sebagai bagian dari program kemitraan YouTube. Pengguna tak terdaftar dapat menonton video, sementara pengguna terdaftar dapat mengunggah video dalam jumlah tak terbatas. Video-video yang dianggap berisi konten ofensif hanya bisa ditonton oleh pengguna terdaftar berusia 18 tahun atau lebih. Pada November 2006, YouTube, LLC dibeli oleh Google dengan nilai US\$1,65 miliar dan resmi beroperasi sebagai anak perusahaan Google.

YouTube didirikan oleh Chad Hurley, Steve Chen, dan Jawed Karim, yang sebelumnya merupakan karyawan pertama PayPal. Hurley belajar desain di Indiana University of Pennsylvania, sementara Chen dan Karim belajar ilmu komputer di University of Illinois at Urbana-Champaign. Menurut cerita yang berulang-ulang diterbitkan di media, Hurley dan Chen mengembangkan ide YouTube pada bulan-bulan pertama tahun 2005 setelah mengalami kesulitan saat berbagi video pesta makan malam di apartemen Chen di San Francisco. Karim tidak datang ke pesta dan menolak pesta tersebut pernah terjadi, sementara Chen berkomentar bahwa ide YouTube tercetuskan setelah pesta makan "tampaknya diperkuat oleh metode pemasaran yang terpusat pada menciptakan cerita yang mudah dicerna konsumen".

YouTube berawal sebagai sebuah perusahaan teknologi rintisan yang didanai oleh investasi senilai \$11,5 juta dari Sequoia Capital antara November 2005 dan April 2006. Kantor pertama YouTube terletak di atas sebuah pizzeria

dan restoran Jepang di San Mateo, California. Nama domain [www.youtube.com](http://www.youtube.com) aktif pada 14 Februari 2005 dan situs ini dikembangkan pada bulan-bulan berikutnya.

Semua pengguna YouTube dapat mengunggah video dengan batas durasi masing-masing 15 menit. Pengguna yang memiliki jejak rekam baik dengan mematuhi Panduan Komunitas YouTube diizinkan mengunggah video berdurasi 12 jam, tetapi akunnya perlu diverifikasi (biasanya melalui telepon genggam). Saat YouTube diluncurkan tahun 2005, pengguna bisa saja mengunggah video panjang, tetapi batas 10 menit diberlakukan pada Maret 2006 setelah YouTube menemukan bahwa kebanyakan video yang melebihi panjang tersebut berupa acara televisi dan film yang tidak diizinkan. The 10-minute limit was increased to 15 minutes in July 2010. Ukuran berkas dibatasi hingga 2 GB untuk unggahan dari situs web YouTube atau 20 GB jika pengguna memakai penjelajah versi terbaru.<sup>20</sup>

- *Game online*

game ini menceritakan tentang Jokowi yang berusaha membasmi empat permasalahan utama di Jakarta yaitu koruptor, pengusaha hitam, preman, dan tempat sampah. Game ini terdiri dari 30 level. Di tiap levelnya ada tantangan tersendiri.<sup>21</sup>

---

<sup>20</sup>Wikipedia bahasa Indonesia, <http://id.wikipedia.org/wiki/YouTube/> (Selasa, 31 Juli 2013)

<sup>21</sup><http://www.funnygamezone.com/play/games-jokowi-selamatkan-jakarta.html/> (Selasa, 31 Juli 2013)

## 2. Jakarta dan Pilkada 2012

### 1) KPUD DKI Jakarta

Komisi Pemilihan Umum Provinsi DKI Jakarta, memutuskan daftar pemilih tetap (DPT) berjumlah 6.983.692 orang dengan total TPS sebanyak 15.059. Berikut daftar pemilihan tetap pemilukada DKI Jakarta 2012:

Tempat	Pemilih Terdaftar	Total	Jumlah TPS
Jakarta Pusat	791.059	791.063	1.713
Jakarta Utara	1.163.575	1.165.078	2.587
Jakarta Selatan	1.511.031	1.511.035	3.223
Jakarta Timur	1.996.745	1.996.747	4.162
Jakarta Barat	1.503.434	1.503.434	3.331
Kep. Seribu	16.335	16.335	43
<b>Total Keseluruhan</b>	<b>6.982.179</b>	<b>6.983.692</b>	<b>15.059</b>

Sumber: <http://kpujakarta.go.id>

### 2) Berita Seputar Pemilihan Umum

Adapun beberapa berita tentang proses kampanye, diantaranya seputar Komisi pemilihan umum yang di lansir sendiri oleh pihaknya. Komisi Pemilihan Umum (KPU) Provinsi DKI Jakarta melaporkan sementara jumlah daftar pemilih sementara (DPS) Pemilu Gubernur dan Wakil Gubernur DKI Jakarta cenderung turun dari jumlah Daftar Penduduk Potensial Pemilih Pemilu (DP4). Hingga Jumat (13/4) pukul 15.00 WIB, KPU Provinsi baru menerima data pemilih hasil pemutakhiran Petugas Pemutakhiran Data Pemilih (PPDP) dari tiga Kabupaten/Kota, yakni Kabupaten Kepulauan Seribu, Jakarta Barat dan Jakarta Pusat. Dari data yang diterima KPU provinsi cenderung daftar pemilih lebih sedikit dari DP4. Berapa jumlahnya, masih kami hitung

hingga batas akhir penerimaan pukul 00.00 tanggal 13 April 2012, terang Ketua Pokja Pemutahiran KPU DKI Aminullah, saat menggelar jumpar pers di Media Center KPU DKI, Jl Budi Kemulyaan, Jakarta Pusat, Jumat (13/4). Data yang sudah diterima Jakarta Pusat dari DP4 sebesar 843.457 terkoreksi menjadi 793.253 pemilih terbagi dalam 1.714 TPS, Jakarta Barat, dari DP4 1.686.297 terkoreksi menjadi 1.471.539 jumlah TPS 3320 sedangkan Kepulauan Seribu jumlah DP4 17.560 menjadi 16.609 dengan jumlah TPS 44.<sup>22</sup>

Selain itu, Pasangan Bakal calon Gubernur dan Wakil Gubernur DKI Jakarta Alex Noerdin dan Nono Sampono yang didukung oleh Partai Golkar, PPP dan Partai Damai sejahtera mendaftar diri ke Komisi Pemilihan Umum Provinsi DKI Jakarta sebagai Calon Gubernur dan Wakil Gubernur Provinsi DKI Jakarta . Minggu, 18/03/2012, Pukul 11.00 WIB. Tampak dalam rombongan Priya Ramadhani (Golkar), H. Lulung Lunggana (PPP), dan Gideon Mamahit (PDS). Berkas pendaftaran diterima Ketua KPU Provinsi DKI Juri Ardiantoro yang didampingi oleh Komisioner KPU Provinsi DKI Jakarta lainnya dan Pokja Pencalonan KPU Kabupaten/Kota. Adapun Kekurangan berkas pendaftaran antara lain nomor rekening dana kampanye. Pendaftaran Alex dan Nono disemarakkan juga oleh kehadiran dan dukungan dari pelawak kenamaan Betawi; Omas, Mpok Nori, Deri, Ginandjar, Malih yang mengenakan pakaian khas betawi. Ini merupakan yang ketiga bakal pasangan calon Gubernur dan Wakil Gubernur yang mendaftar. Sebelumnya hari pertama, 13 Maret 2012 pasangan Faisal Batubara dan Biem Triani Benjamin, dan Jumat tanggal 16 Maret 2012 pasangan Hendarji Supanji dan

---

<sup>22</sup>KPU, <http://kpujakarta.go.id/view/detail/31/DPS-Cenderung-Turun-Dari-DP4/> (Selasa, 31 Juli 2013)

A. Riza Patria. Hari terakhir, Senin 19 Maret 2012 KPU Provinsi DKI Jakarta membuka pendaftaran sampai dengan jam 24.00 WIB.<sup>23</sup>

Komisi Pemilihan Umum (KPU) Provinsi DKI Jakarta, Senin (9/4), menggelar tes kesehatan terhadap para bakal calon Gubernur DKI Jakarta bekerjasama dengan Ikatan Dokter Indonesia ( IDI ) dan Rumah Sakit Pusat Angkatan (RSPAD) Gatot Subroto, Jakarta Pusat. Pemeriksaan kesehatan dimulai pukul 07.00 WIB hingga sore ini diharapkan bisa diperoleh hasilnya. Sebanyak 12 dokter bidang spesialis dari IDI dengan didampingi oleh para konsultan akan memeriksa kesehatan para bakal calon. Pasangan bakal calon Gubernur dan Wakil Gubernur yang mendapat giliran pertama pemeriksaan medis tersebut yaitu pasangan Faisal Basri dan Biem Benyamin, lalu setengah jam kemudian yang akan menjalani pemeriksaan Hendarji Soepandji-A Riza Patria. Setengah jam kemudian pasangan Alex Noerdin-Nono Sampono. Setelah itu pasangan Joko Widodo-Basuki Tjahja Purnama, kemudian pasangan Fauzi Bowo-Nacrowi Ramli dan yang terakhir pasangan Hidayat Nur Wahid-Didik J Rachbini. Urutan ini sesuai dengan kesepakatan Tim kampanye pasangan Bakal Calon, yaitu berdasarkan urutan pendaftaran ke KPU Provinsi DKI Jakarta. lolos tidaknya bakal pasangan calon menjadi pasangan calon pada Pemilu Gubernur dan Wakil Gubernur Provinsi DKI Jakarta 2012 akan diumumkan pada 10-11 Mei 2012. Sedangkan masa kampanye pada 24 Juni s/d 7 Juli 2012.<sup>24</sup>

---

<sup>23</sup>KPU, <http://kpujakarta.go.id/view/detail/29/Pasangan-Bakal-calon-Gubernur-dan-Wakil-Gubernur-DKI-Jakarta-Alex-Noerdin-dan-Nono-Sampono-yang-didukung-oleh-Partai-Golkar/> (Selasa, 31 Juli 2013)

<sup>24</sup> KPU, <http://kpujakarta.go.id/view/detail/30/Pemeriksaan-Kesehatan-Bakal-Pasangan-Calon/> (Selasa, 31 Juli 2013)

Komisi Pemilihan Umum Kota Jakarta Selatan melakukan Road show ke Blok M Mall, Sabtu 17/03/2012. Sosialisasi tersebut dihadiri oleh Komisioner KPU Jakarta Selatan, Panwaslukada, Muspiko Jakarta Selatan PPK dan PPS. Sosialisasi dilakukan langsung tatap muka kepada para pengunjung Mall dengan membagi-bagikan sticker. Selain itu juga diperagakan tentang tata cara mencoblos atau memberikan suara pada Pemilu Gubernur dan Wakil Gubernur . Selain membagi-bagikan sticker dan mensimulasikan tatacara pencoblosan juga dimeriahkan dengan Panggung Hiburan untuk menarik perhatian pengunjung , perhatian tersebut terlihat dari para pengunjung ketika pembawa acara melempar beberapa pertanyaan tentang seputar pelaksanaan Pemilu Gubernur dan Wakil Gubernur Provinsi DKI Jakarta 2012. Antusias dan animo positif dari warga ini menunjukkan bagaimana tingkat kepedulian warga yang bisa meningkatkan partisipasi pemilih sehingga dapat menekan angka golput di hari pemungutan suara 11 juli mendatang.<sup>25</sup>

Hasil Resmi Pilgub Putaran Kedua DKI Jakarta 2012. Pilgub DKI 2012 putaran satu menyisakan dua pasangan kandidat. Pemilihan Gubernur Putaran Kedua DKI Jakarta 2012 telah digelar sejak pagi tadi pukul 07.00 WIB (20/09/2012). Berdasarkan Daftar Pemilih Tetap (DPT) yang diputuskan KPU DKI Jakarta, ada 6.962.348 pemilih yang akan menyalurkan suaranya di 15.059 TPS (tempat pemungutan suara). Jumlah pemilih ini merupakan data mutakhir yang ditetapkan setelah Dewan Kehormatan Penyelenggara Pemilu (DKPP) yang diketuai Jimly Asshiddiqie merekomendasikan mencoret 21.344 pemilih yang dianggap ganda. Sebelumnya KPU DKI menetapkan 6.983.692

---

<sup>25</sup>KPU, <http://kpujakarta.go.id/view/detail/28/Road-Show/> (Selasa, 31 Juli 2013)

pemilih. Namun persoalan tentang legitimasi pasangan gubernur yang bakal terpilih menghadang. Ini diakibatkan persoalan Daftar Pemilih Tetap (DPT) dan kemungkinan tingginya angka warga yang tak menggunakan hak pilihnya (golput). Dengan telah digelarnya pemilukada DKI Jakarta pagi tadi maka Hasil Resmi Pilgub Putaran Kedua DKI Jakarta 2012 akan Anda ketahui setelah dilakukannya perhitungan hasil suara pilgub DKI Jakarta pada jam 13.00 siang ini. Apakah pilihan Anda akan menjadi pemenang pilgub DKI Jakarta 2012? Dari prediksi sementara dari berbagai survey diperoleh hasil pilgub DKI Jakarta adalah pemenang pilgub DKI Jakarta dimenangkan oleh pasangan Jokowi dan Ahok dengan hasil perolehan suara Jokowi dan Ahok sekitar 56%. Sedangkan hasil perolehan suara Foke dan Nara berada di nomor dua sekitar 46%. Dengan presentasi perolehan hasil suara Jokowi dan Ahok tersebut maka dapat dipastikan kalau Gubernur DKI Jakarta Terpilih adalah pasangan Jokowi Ahok.<sup>26</sup>

---

<sup>26</sup> <http://www.spexotics.com/2012/07/hasil-resmi-pilgub-dki-jakarta-2012.html/> (Selasa, 31 Juli 2013)