

## BAB II

### KAJIAN TEORITIS

#### A. Kajian Pustaka

##### 1. Media Online

###### a) Pengertian Media Online

Perkembangan komunikasi akhir-akhir ini, terutama secara teknologi tidak pernah ada satu garis perkembangan yang tunggal. Kendati label-label imbuhan seperti “Era Digital” mungkin ada gunanya dan membuka pikiran kita terhadap fenomena masa lampau dan masa kini. Ciri utamanya adalah “kompleksitas”.

Kata *cyberpace* (ruang maya) pertama kali digunakan oleh seorang penulis fiksi ilmiah, William Gibson. Seorang *cybernot* (penjelajah ruang maya) dapat melihat dan bergerak bebas menelusuri dunia maya.

Ruang maya tidak seperti televisi tetapi mirip sebuah bacaan yang tidak disensor, tidak dijaga oleh penjaga pintu, namun ia tidak dapat melarikan diri dari akumulasi sejarah. Ketika *Silicon Graphics* pelopor perusahaan maya menemukan sistem komputer berbasis pada apa yang disebut “*reality engines*”, yang dirancang supaya “memompa keluar informasi

memori” dan “menjaga ilusi agar tetap hidup”. Sistem komputer tersebut adalah internet<sup>33</sup>.

Internet merupakan teknologi yang menyimpan segudang fasilitas dan layanan yang patut dipahami dan dikuasai oleh siapa pun di zaman modern. Namun internet bagaikan hutan rimba. Penjelajah yang belum berpengalaman tentu membutuhkan peta dan pemahaman baik konsep maupun teknis aksesnya agar tidak tersesat dan dapat menikmati kegiatan penjelajahan<sup>34</sup>.

Kelebihan internet adalah mampu mempersingkat jarak dan waktu, karena sifatnya yang *real time*, artinya pada saat konten tertentu dimasukkan dalam internet, maka *user* (pengguna) lainnya langsung dapat melihat konten tersebut walaupun di tempat yang berbeda waktu bahkan jarak yang sangat jauh. Dengan adanya internet memungkinkan terjadinya komunikasi yang super cepat antara satu pihak dengan pihak lainnya, tanpa mengenal batasan ruang dan waktu.

Awalnya banyak yang meragukan kemampuan internet menyingkirkan media cetak, apalagi radio dan televisi karena sifat internet yang tidak praktis dan mahal. Kenyataannya, asumsi bahwa internet tidak praktis hanya bertahan beberapa tahun. Internet dahulu dinilai tidak praktis karena dalam

---

<sup>33</sup> Jakob Oetomo, *Sejarah Sosial Media*, (Jakarta: Yayasan OBOR Indonesia, 2006), hlm. 393.

<sup>34</sup> *Ibid.*. Budi Sutedjo Dharma Oetomo, hlm.32.

mengoperasikan dibutuhkan komputer, ruang khusus untuk komputer, serta jaringan telekomunikasi yang handal. Kini perkembangan perangkat keras teknologi komputer sudah menciptakan komputer jinjing-*portable* (laptop) yang bisa dibawa ke mana-mana sebagaimana orang menenteng koran. Teknologi *Wi-Fi* juga memungkinkan akses internet secara mudah di berbagai tempat yang menyediakan titik-titik *hotspot* untuk menikmati fasilitas tersebut. Munculnya teknologi *broadband* bahkan memudahkan orang mengakses internet di mana saja dengan teknologi *mobile*. Bila teknologi AMPS (generasi pertama/1G) yang muncul pada awal 1990-an sekadar melampaui keterbatasan fungsi telepon yang statis menjadi dinamis, serta hanya menampilkan suara, maka pada teknologi GSM (generasi kedua/2G) yang bergerak pada pertengahan dekade 1990-an, teknologi seluler tidak hanya mampu menjadi wahana tukar informasi dalam bentuk suara tetapi juga data, berupa teks dan gambar (SMS dan MMS). Karena murah, akses teknologi *mobile* generasi kedua ini berkembang pesat di Indonesia, sehingga memasuki 2000-an, handphone menjadi perangkat hidup (*gadget*) sehari-hari.

Interaktivitas yang ditawarkan dalam proses komunikasi di internet membuat setiap orang bebas tampil dengan identitas masing-masing.

Meskipun interaksi di internet memiliki banyak sisi positif, tetapi ditemukan juga bahwa ada beberapa efek negatif terhadap hubungan antar personal jika pengguna lebih memilih untuk menghabiskan waktu lebih banyak di dunia maya. Salah satunya adalah yang disebutkan oleh psikiater, Edward Hallowell sebagai kurangnya “momen manusia”. Menurut Hallowell, ada dua syarat mutlak untuk terjadinya “momen manusia”, yaitu harus adanya kehadiran secara fisik dan perhatian emosional serta intelektual. Kedua syarat ini diperlukan untuk menjaga aktifitas mental dan jugakesehatan emosonal<sup>35</sup>.

Sejak tahun 2006, masyarakat di Indonesia sudah bisa menikmati layanan *audio-visual* yang lebih canggih dengan teknologi generasi ketiga (3G). Ada juga pilihan koneksi internet ke aplikasi seluler dengan sistem UMTS, *WiFi*, dan *WiMax*. Berkaitan dengan kecepatan akses, beberapa jaringan operator seluler sudah memiliki jaringan paling cepat yang dikenal dengan *high-speed downlik packet access* (HSDPA) atau yang sering disebut dengan 3,5G, yaitu generasi yang merupakan penyempurnaan dari 3G. Terakhir, vendor maupun operator seluler sudah mulai menggunakan teknologi *next generation network* (NGN) atau 4G.

---

<sup>35</sup> Elvinaro Ardianto, *Komunikasi 2.0 Teorisi dan Implikasi*, (Yogyakarta: ASPIKOM, 2011), hlm. 144.

Di dalam internet terdapat sebuah mesin *search* (pencari) yang disebut dengan yahoo.com. Jerry Young dan David Filo adalah tipikal muda perintis yahoo.com di internet. Tanpa daya kekuatan untuk *search*, internet tidak bisa berkitik<sup>36</sup>.

Apalagi, dengan dikenalkannya teknologi *World Wide Web* (WWW) pada awal tahun 1990-an oleh Tim Berners-Lee, internet dapat menampilkan “halaman-halaman” yang tidak hanya berisi teks, tetapi juga gambar, grafik, animasi, dan suara yang menarik serta penuh warna sehingga mampu menampilkan layanan multimedia yang bersifat audio-visual (data, citra, dan suara)<sup>37</sup>. Internet tidak saja dapat menyajikan data yang bersifat teks dan gambar, tetapi juga sinergi audio dan visual. Sifatnya yang dinamis dan interaktif membuatnya lebih menarik dibanding sumber media informasi lain.

Secara resmi, proyek internet pertama kali dikembangkan pada tahun 1969 oleh salah satu lembaga riset di Amerika Serikat, yaitu DARPA (Defence Advanced Research Projects Agency). Dilatarbelakangi perang dingin antara AS dan Uni Soviet, teknologi ini diciptakan dengan tujuan mengantisipasi kehilangan data penting yang dimungkinkan terjadi seandainya Uni Soviet berhasil menduduki basis militer AS. Tahun 1972, jaringan komputer yang pertama dihasilkan dari proyek DARPA

---

<sup>36</sup> *Ibid.*..Jakob Oetomo, hlm. 401.

<sup>37</sup> *Ibid.*..Elvinaro Ardianto, hlm. 21.

tersebut lahir dan diberi nama ARPANet. Jaringan tersebut menghubungkan 40 titik melalui berbagai macam jaringan komunikasi dan tahan terhadap berbagai gangguan alam. Aplikasi yang dikembangkan pada saat itu masih sebatas FTP (*File Transfer Protocol*), email, dan telnet<sup>38</sup>.

Salah satu peristiwa paling dramatis yang terjadi adalah diumukannya *merger America Online* pada bulan Januari 2000, sebuah perusahaan yang menyediakan akses internet bagi dua puluh juta orang di seluruh dunia.

Media *online* adalah sebutan umum untuk sebuah bentuk media yang berbasis pada telekomunikasi dan multimedia dengan memiliki informasi yang bersifat update (terbaru), aktual dan menjangkau seluruh dunia yang memiliki akses internet<sup>39</sup>.

Media *online* merupakan media yang berbasiskan teknologi komunikasi interaktif dalam hal ini jaringan komputer, dan oleh karenanya ia memiliki ciri khas yang tidak dimiliki media konvensional lainnya, salah satunya adalah pemanfaatan Internet sebagai wahana di mana media tersebut ditampilkan, sekaligus sarana produksi dan penyebaran informasinya. Oleh karena itu, peranan teknologi komunikasi dalam hal ini internet, sangatlah besar dalam mendukung setiap proses penyelenggaraan media *online*. Besarnya pengaruh teknologi Internet dalam

---

<sup>38</sup> Wahyono, 2006. *Online* www.Sejarah-Internet (diakses tanggal 10 Mei 2013).

<sup>39</sup> *Ibid.*.Santana, hlm. 137.

penyelenggaraan media *online* ditunjukkan lewat pengeksplorasian setiap karakter yang dimiliki internet yang kemudian diadopsi oleh media *online*<sup>40</sup>.

Pada dasarnya, media online mengusung dua prinsip utama pengelolaan pengetahuan (*Knowledge Management*). Pertama adalah menyimpan pengetahuan secara *digital* yang dapat diunggah secara *online* karena disimpan dalam jaringan intranet, maka setiap informasi dapat dipelihara, dikategorikan, dianalisa, diperbaharui, dan disebarluaskan dengan lebih efisien. Prinsip kedua yang diangkat oleh media *online* adalah memudahkan akses terhadap pengetahuan. Karena dapat diunduh secara *online*, maka siapa saja, baik individu maupun organisasi mempunyai dapat mengakses informasi juga dapat menyebarkan. Karenanya pertukaran sebuah informasi dapat terjadi lebih efektif. Tidak dapat dipungkiri, kehadiran berbagai *social network* seperti *facebook* dan *twitter*, juga meningkatkan kebutuhan pengguna untuk mengakses media online untuk pertukaran pengetahuan.

Karakteristik umum yang dimiliki media *online*, yaitu<sup>41</sup>:

1. Kecepatan (aktualitas) informasi

Kejadian atau peristiwa yang terjadi di lapangan dapat langsung di *upload* ke dalam situs web media *online* ini,

---

<sup>40</sup> <http://media-online.com/> (diunduh 27-04-2013)

<sup>41</sup> *Ibid.*.wahyono, 2006. hlm. 133.

tanpa harus menunggu hitungan menit, jam atau hari, seperti yang terjadi pada media elektronik atau media cetak. Dengan demikian mempercepat distribusi informasi ke pasar (pengakses), dengan jangkauan global lewat jaringan internet, dan dalam waktu bersamaan .dan umumnya informasi yang ada tertuang dalam bentuk data dan fakta bukan cerita.

## 2. Adanya pembaruan (*updating*) informasi

Informasi disampaikan secara terus menerus, karena adanya pembaruan (*updating*) informasi. Penyajian yang bersifat *realtime* ini menyebabkan tidak adanya waktu yang diistimewakan (*prime time*) karena penyediaan informasi berlangsung tanpa putus, hanya tergantung kapan pengguna mau mengaksesnya.

## 3. Interaktivitas

Salah satu keunggulan media *online* ini yang paling membedakan dirinya dengan media lain adalah fungsi interaktif. Model komunikasi yang digunakan media konvensional biasanya bersifat searah (linear) dan bertolak dari kecenderungan sepihak dari atas (*top-down*). Sedangkan media *online* bersifat dua arah dan egaliter. Berbagai features yang ada seperti *chatroom*, *e-mail*, *online polling/survey*, *games*, merupakan contoh *interactive options* yang terdapat di media *online*. Pembaca pun dapat menyampaikan keluhan,

saran, atau tanggapan ke bagian redaksi dan bisa langsung dibalas.

#### 4. Personalisasi

Pembaca atau pengguna semakin otonom dalam menentukan informasi mana yang ia butuhkan. Media *online* memberikan peluang kepada setiap pembaca hanya mengambil informasi yang relevan bagi dirinya, dan menghapus informasi yang tidak ia butuhkan. Jadi selektivitas informasi dan sensor berada di tangan pengguna (*self control*).

#### 5. Kapasitas muatan dapat diperbesar

Informasi yang termuat bisa dikatakan tanpa batas karena didukung media penyimpanan data yang ada di *server* komputer dan sistem global. Informasi yang pernah disediakan akan tetap tersimpan, dan dapat ditambah kapan saja, dan pembaca dapat mencarinya dengan mesin pencari (*search engine*).

#### 6. Terhubung dengan sumber lain (*hyperlink*)

Setiap data dan informasi yang disajikan dapat dihubungkan dengan sumber lain yang juga berkaitan dengan informasi tersebut, atau disambungkan ke *bank data* yang dimiliki media tersebut atau dari sumber-sumber luar. Karakter *hyperlink* ini juga membuat para pengakses bisa berhubungan dengan pengakses lainnya ketika masuk ke sebuah situs

media *online* dan menggunakan fasilitas yang sama dalam media tersebut, misalnya dalam *chatroom*, lewat *e-mail* atau *games*.

Meningkatnya kebutuhan pengguna untuk bertukar informasi dan pengetahuan akhir-akhir ini telah membuat perkembangan media online tumbuh semakin cepat. Para pengguna internet saat ini sedang tren membicarakan Web 2.0, sebuah teknologi desain web yang memfasilitasi inovasi atau kreativitas sebuah komunitas dalam bertukar informasi, berkolaborasi, atau berdiskusi. Dengan teknologi Web 2.0 berbagai aplikasi dapat dijalankan langsung di internet, bukan di atas sistem operasi tertentu.

Situs jejaring sosial adalah salah satu platform interaksi baru yang dimungkinkan dengan lahirnya Web 2.0 yang bersifat interaktif. Bila generasi pertama internet kebanyakan berisikan situs-situs yang bersifat statis, maka generasi berikutnya memungkinkan dinamika interaksi yang aktif antar pengguna internet<sup>42</sup>.

Perkembangan media *online* dengan pendekatan Web 2.0 di Kawasan Timur Indonesia (KTI) tidak kalah maju dengan daerah lain di Indonesia. Beberapa portal komunitas dan website

---

<sup>42</sup> *Ibid.*.Elvinaro Ardianto, hlm. 143.

dari pemerintah daerah dapat ditemui dengan mudah di perancah Google pada saat melakukan pencarian.

Dari sekian banyak media *online* atau portal yang ada, sebagian besar menawarkan sajian informasi hiburan dan *flash news*. Namun tidak sedikit media *online* yang berani tampil beda dan menyajikan informasi.

Meniliki kebutuhan yang semakin tinggi akan informasi yang dapat diakses segera atau *real time* maka perkembangan media atau portal *online* juga situs pertukaran pengetahuan *online* akan semakin berkibar di masa depan. Ketersediaan akses internet di seluruh wilayah Indonesia tentu saja menjadi suatu kemutlakan agar bangsa ini tidak ketinggalan akan pembangunan teknologi yang melesat semakin cepat. Di sisi lain, kita juga perlu mengikuti perkembangan teknologi ini dan menyesuaikan diri dengan kemajuannya. Bukan hanya dari sisi perangkat dan teknologinya saja, namun juga dari sisi tanggungjawab sosial dalam bagaimana mengelola informasi yang dipertukarkan secara positif untuk mendukung kemajuan bangsa dan individu.

## b) Jenis Media Online

Banyak jenis media *online*, khususnya di Indonesia telah menyediakan kemampuan tertentu yang dibuat sedemikian rupa dengan mencoba mengikuti selera para pengunjunnya, termasuk menyediakan layanan akses informasi dan pengetahuan.

Dengan jaringan internet sebagai saluran komunikasinya dan informasi interaktif yang menjangkau seluruh dunia, peranan media *online* menjadi sangat dominan. Semua media lama akan menjadi tradisional jika tidak melibatkan diri dalam jaringan *cyberspace*. Semua itu merupakan pra syarat agar media mampu menjadi bagian dari sistem jaringan global.

### 1. Facebook

Situs jejaring sosial yang paling populer di dunia saat ini adalah *Facebook*. *Facebook* merupakan situs terpopuler ke dua di dunia setelah google, di Indonesia *Facebook* saat ini menempati ranking teratas<sup>43</sup>.

Alasan perpindahan pengguna ke situs jejaring *Facebook* dari *Freindster* dimungkinkan oleh pola interaksi yang dirasa lebih menarik dan dirasakan lebih mudah oleh para pengguna. *Frienster* awalnya telah mengenalkan pola pertemanan dengan *friend request*-nya, namun *Facebook*

---

<sup>43</sup> *Ibid.*. Elvinaro Ardianto, hlm: 147.

telah mengembangkannya dengan lebih banyak fitur yang mencakup mayoritas interaksi yang bisa dilakukan via internet, yaitu *chatting* (menggantikan interaksi tatap muka), *wall*, *comment*, *games*, *info* (profil pengguna), *notes* (blogging yang bisa dipublikasikan untuk khalayak pilihan pengguna), *photo*, *links*, *event*, *applications* (bentuk email), *friendship request*, *notifications*, dan *privacy setting* yang bisa disesuaikan dengan kebutuhan pengguna, dan masih banyak fitur lainnya yang terus dikembangkan.

## 2. *Youtube*

*Youtube* merupakan salah satu (bahkan bisa dikatakan yang terbesar) website yang memberikan kemudahan pengguna internet untuk meng-*upload* dan menonton video yang kita miliki. Tetapi masalahnya, secara default video di *youtube* tidak bisa di-*download* kecuali pemilik dari video tersebut memberikan *link download* dari video<sup>44</sup>.

*Youtube* didirikan oleh Steve Chen, Chad Hurley, dan Jawed Karim pada 15 Februari 2005. Sempat diblokir akses ke beberapa negara, termasuk beberapa jasa penyedia internet Indonesia pun pernah memblokir situs ini. Beragam alasan bermunculan saat itu untuk mem-blokiran situs ini,

---

<sup>44</sup> <http://fungsi-dan-manfaat-youtube.com/> (diunduh 30 April 2013)

beberapa karena terdapat konten yang berbau sara, video dewasa, dan hal-hal bertentangan lainnya. Di China, situs ini dianggap membuat karyawan menjadi malas bekerja, alasan yang sama sewaktu mereka mem-blokir *Facebook*.

Saat ini di Indonesia, situs *Youtube* sudah menjadi *trending sentter* (banyak dibicarakan). Banyak artis-artis baru bermunculan dan menjadi sangat fenomenal di *Youtube*, mereka bisa saja menjadi tenar atau terkenal. Contohnya seperti pengunggah Hijab Tutorial.

Seiring dengan perkembangan zaman, saat ini manusia tidak lagi hidup di dunia nyata, namun dunia maya pun mempengaruhi kehidupan manusia. Dalam dunia nyata, eksistensi (keberadaan seseorang) bisa dilihat dari gaya hidup, cara berpakaian, cara berbicara, dan mungkin juga materi. Sedangkan dalam dunia maya, eksistensi bisa dilihat dari intensitas dalam melakukan berbagai aktivitas dimana aktivitas itu dilihat dan diakui oleh pengguna dunia maya lainnya. Kata eksis mungkin bisa merujuk pada “keterkenalan” seseorang itu dalam dunia maya semisal *Youtube*.

#### **a. Mencari Video di *Youtube***

- 1) Dalam mencari Video pastikan kata kunci relevan dengan tema video. Contohnya: penulis mencoba

mencari video Hijab Tutorial by Adinda Riza, maka penulis menggunakan kata kunci: ***Hijab Tutorial by Adinda Riza.***

- 2) Setelah hasil pencariannya keluar, lihat tanggal dan jam berapa video tersebut di *upload*, sesuaikan dengan momen video yang kita cari.

### **b. Memutar Video**

Untuk masalah memutar video sebaiknya Anda meng-*install plugin flash player* terlebih dahulu. Dalam memutar video, kualitas standart yang di sediakan oleh *Youtube* adalah 360p. kita bisa memilih kualitas Video sampai pada kualitas yang paling bagus sekalipun, caranya dengan meng-klik tulisan *360p* maka akan keluar berbagai pilihan kualitas Video.

Tetapi untuk sebagian kasus, menonton menonton video kualitas tinggi dengan koneksi yang lambat adalah hal menjengkelkan, Jika anda menggunakan koneksi melalui Modem Flash sebaiknya pilihlah kualitas video 240p. Hal ini juga berlaku untuk mereka yang mempunyai koneksi lambat.

### **c. Meng-Upload Video**

*Youtube* hanya memperbolehkan file video sebesar 1 GB dan 15 menit untuk di-*Upload*. Sebaiknya, kompres

dahulu video anda sebelum di-upload, karena semakin besar ukuran file video yang di masukkan, maka akan memakan waktu yang sangat lama untuk di Unggah.

**d. Memberi Nama Video**

Agar video banyak dilihat, gunakan judul yang unik dan terkesan lucu sehingga membuat orang penasaran ketika video Anda muncul sebagai video yang relevan dengan video lainnya.

Pada saat melakukan komentar dalam sebuah video di *Youtube*, disarankan agar Anda memberikan komentar yang terkesan baik. *Youtube* juga digunakan untuk ajang promosi dna bisa juga memasukkan video Anda ke kolom komentar.

**e. Men-download Video di Youtube**

Untuk men-*download Youtube* ada bebrapa langkah yaitu:

- 1) Silahkan Anda masuk atau buka *youtube.com* atau *rapidshare*, kemudian pilih video atau file yang anda inginkan untuk di *download*.
- 2) Setelah anda menemukan Video yang cocok untuk di *download*, kemudian *copy address url* video tersebut (lihat *screenshoot*).
- 3) Setelah Anda *copy link/url* video tadi silahkan buka Halaman *Download Youtube* atau (klik disini).

Kemudian pastekan Url Videonya disana dan klik "*download now*".

- 4) Kemudian Anda pilih format video yang anda inginkan, misalnya 3Gp,MP4,Flv dan lain-lain. Nanti secara otomatis akan terbuka *panel download* untuk menyimpan file anda.

### c) Fungsi dan Manfaat Media *Online*

Adapun fungsi dan manfaat Media *Online*, antara lain<sup>45</sup>:

#### 1. Fungsi Media *Online*

- a. Memberikan informasi atau pengetahuan pada pengguna tidak terbatas
- b. Memperdekat jarak jika berkomunikasi melalui media *online* dengan pengguna lainnya di belahan dunia
- c. Memudahkan seseorang untuk berbisnis dengan cara mempromosikan barang dagangannya
- d. Memudahkan pengguna dalam berbagai keperluan seperti mencari data karena media *online* tersambung dengan berbagai katalog perpustakaan pengguna dapat menggunakan informasi tersebut

---

<sup>45</sup> <http://fungsi-dan-manfaat-media-online.com/> (diunduh 1 Mei 2013)

## 2. Manfaat Media *Online*

- a. Media *Online* sebagai sumber informasi tentang hal apapun tentu akan sangat membantu kehidupan masyarakat. Bagi mereka yang bekerja di bidang pendidikan, bidang literasi atau bidang kesenian bisa mencari berbagai informasi dari media *online*.
- b. Keberadaan media *online* bisa mempermudah atau mempercepat suatu pekerjaan. Misalnya, ada suatu data dari satu kantor yang harus diserahkan pada kantor lain, penyerahan ini bisa memanfaatkan media surat elektronik (email) yang tentunya menggunakan internet.
- c. Dalam hal pergaulan, media *online* juga punya peranan yang sangat besar. Banyaknya forum dan jejaring sosial saat ini bisa membantu siapa saja untuk menambah pergaulan. Ini juga merupakan salah satu manfaat media *online* bagi masyarakat. Manfaat jejaring sosial juga tidak hanya menambah pergaulan, namun juga mempererat pertemanan dan membuat kita berlatih untuk bersosialisasi lebih baik.
- d. Balakangan ini sering sekali tentang bisnis *online*, kita pun bisa menjalankan sebuah bisnis melalui media internet.

- e. Kelebihan dari bisnis jenis ini adalah kita tidak perlu repot-repot menyewa lahan atau toko untuk berjualan. Kita hanya harus menyiapkan barang yang akan dijual, mempromosikannya, kemudian menunggu pembeli menghubungi kita.
- f. Media *online* adalah salah satu media yang sangat bagus untuk promosi. Manfaat media *online* yang satu ini tidak hanya berlaku bagi pebisnis online saja, namun juga bagi kita yang punya toko *offline* atau perusahaan tertentu yang ingin dikenal melalui media *online*.
- g. Letak manfaat jejaring sosial yang ada di internet. Kita bisa menggunakan jejaring sosial apapun untuk berpromosi, atau bahkan membuat situs pribadi yang memuat usaha kita.
- h. Manfaat media *online* bagi masyarakat tidak cuma terbatas pada para pebisnis, dan juga untuk para konsumen. Apabila kita malas keluar rumah untuk belanja barang-barang tertentu, kita bisa mencari barang yang kita inginkan lewat media *online* tersebut.

#### d) Proses Pemanfaatan Media Online

Dalam penelitian “MEDIA ONLINE DAN KREATIVITAS ANAK MUDA (Studi pada Pengunggah Hijab Tutorial di [www.youtube.com](http://www.youtube.com))” menggunakan media online dalam bentuk youtube yang telah digunakan oleh Adinda Riza seorang *uploader* yang menyajikan berbagai macam Hijab Tutorial.

Media *online* digunakan oleh Adinda Riza karena dapat mempermudah bagi siapapun yang mengakses di [www.youtube.com](http://www.youtube.com) untuk melihat hasil karyanya dalam bentuk video hijab tutorial.

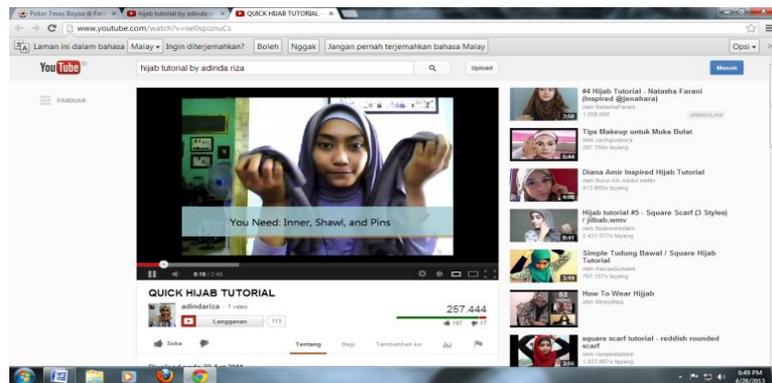
Berikut hasil karya Hijab Tutorial by Adinda Riza<sup>46</sup>:



**Gambar 2.1.**  
**Video Hijab Tutorial by Adinda Riza:**

Pada gambar 2.1 merupakan awal gambar video yaitu Adinda Riza menyapa para pengunduh Hijab Tutorial di [www.youtube.com](http://www.youtube.com) dengan melambatkan tangan kanan.

<sup>46</sup> Disarikan dari [www.youtube.com](http://www.youtube.com) (diunggah pada tanggal 2 Mei 2013).



**Gambar 2.2.**  
**Video Hijab Tutorial by Adinda Riza:**

Pada gambar 2.2 Adinda Riza menunjukkan kepada para pengunjung jenis model jilbab yang dipakai.



**Gambar 2.3.**  
**Video Hijab Tutorial by Adinda Riza:**

Pada gambar 2.3 Adinda Riza menunjukkan jarum pentul sebagai perlengkapan yang dibutuhkan dalam membuat kreasi bentuk jilbab.



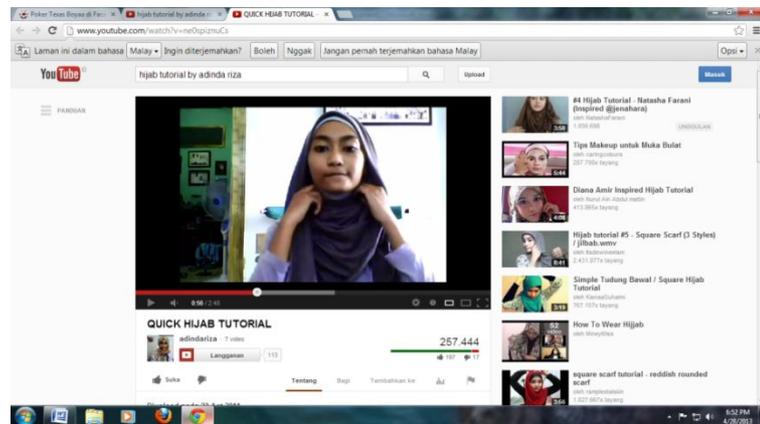
**Gambar 2.4.**  
**Video Hijab Tutorial by Adinda Riza:**

Pada gambar 2.4 Adinda Riza memberikan contoh agar jilbab bagian sebelah kiri dimasukkan ke dalam bawah telinga sebelah kanan.



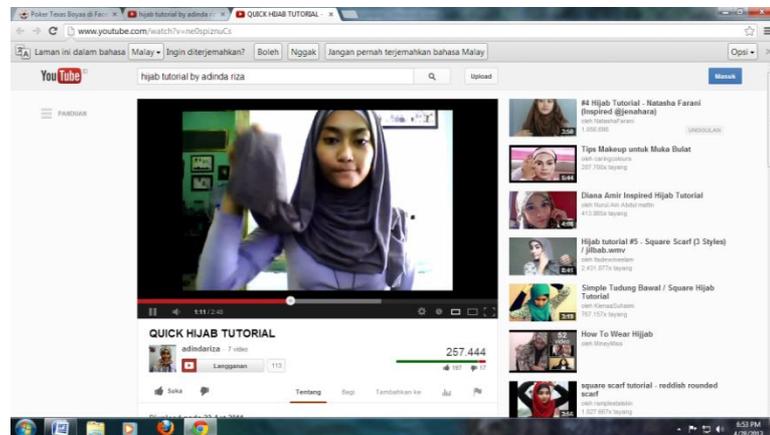
**Gambar 2.5.**  
**Video Hijab Tutorial by Adinda Riza:**

Pada gambar 2.5 Adinda Riza menarik ke depan bagian jilbab sebelah kiri yang sebelumnya telah dimasukkan ke dalam bawah telinga sebelah kanan.



**Gambar 2.6.**  
**Video Hijab Tutorial by Adinda Riza:**

Pada gambar 2.6 Adinda Riza merapikan jilbab sebelah kiri yang sebelumnya telah dimasukkan ke dalam bawah telinga sebelah kanan.



**Gambar 2.7.**  
**Video Hijab Tutorial by Adinda Riza:**

Pada gambar 2.7 Adinda Riza menarik ke atas jilbab bagian sebelah kanan.



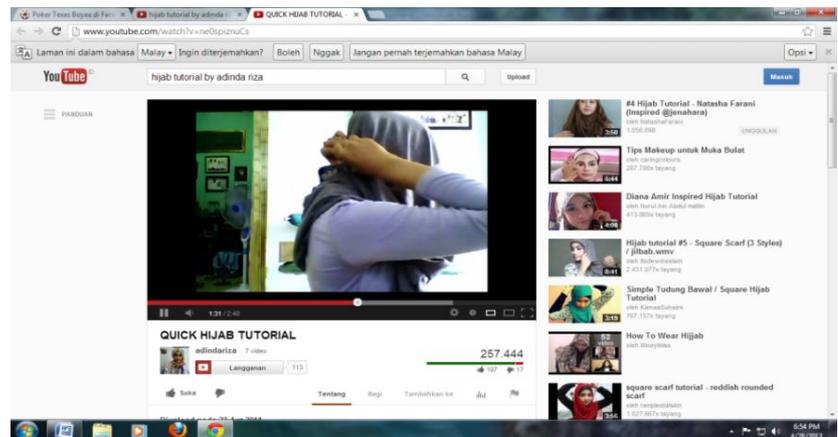
**Gambar 2.8.**  
**Video Hijab Tutorial by Adinda Riza:**

Pada gambar 2.8 Adinda Riza menarik ke belakang jilbab sebelah kanan.



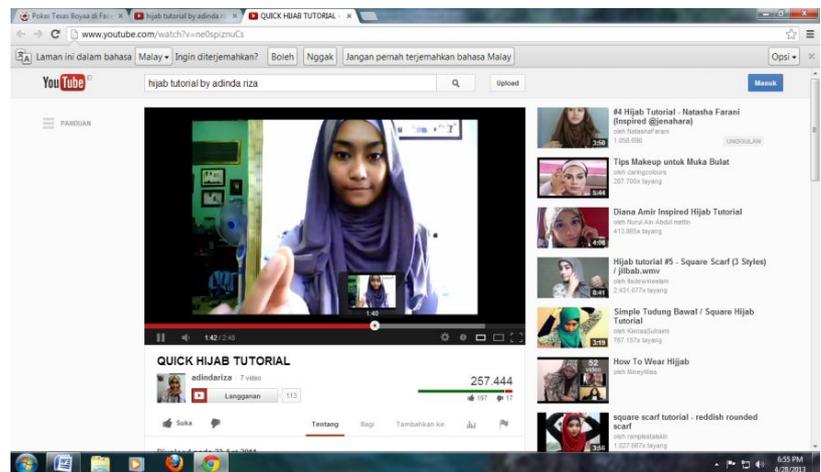
**Gambar 2.9.**  
**Video Hijab Tutorial by Adinda Riza:**

Pada gambar 2.9 Adinda Riza menyematkan jarum pentul pada jilbab sebelah kanan yang sebelumnya ditarik ke belakang.



**Gambar 2.10.**  
**Video Hijab Tutorial by Adinda Riza:**

Pada gambar 2.10 Adinda Riza menunjukkan bagian yang harus disematkan jarum pentul.



**Gambar 2.11.**  
**Video Hijab Tutorial by Adinda Riza:**

Pada gambar 2.11 Adinda Riza menunjukkan jarum pentul yang akan digunakan pada tahap selanjutnya.



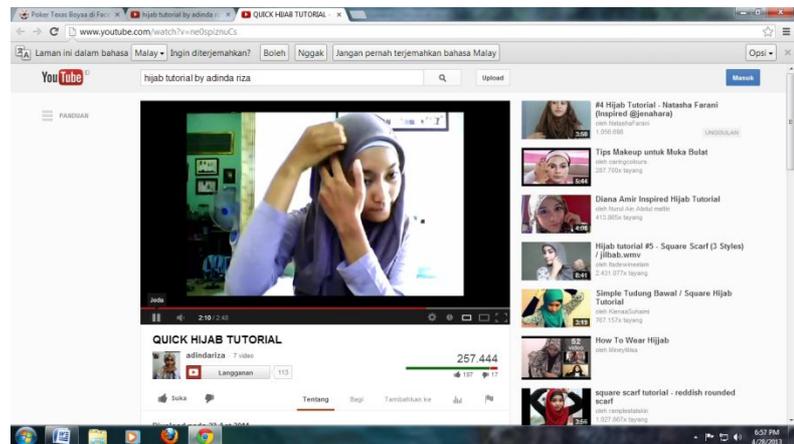
**Gambar 2.12.**  
**Video Hijab Tutorial by Adinda Riza:**

Pada gambar 2.12 Adinda Riza menyematkan jarum pentul pada jilbab sebelah kiri atas.



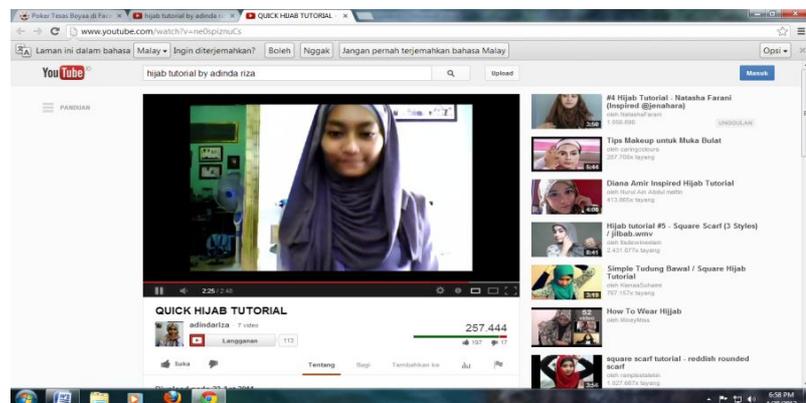
**Gambar 2.13.**  
**Video Hijab Tutorial by Adinda Riza:**

Pada gambar 2.13 Adinda Riza menunjukkan jarum pentul yang akan digunakan pada tahap selanjutnya.



**Gambar 2.14.**  
**Video Hijab Tutorial by Adinda Riza:**

Pada gambar 2.14 Adinda Ria menyematkan jarum pentul pada bagian atas jilbab sebelah kanan.



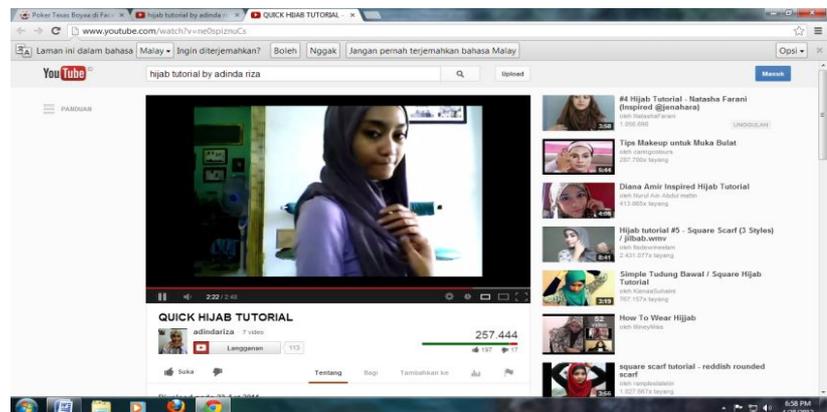
**Gambar 2.15.**  
**Video Hijab Tutorial by Adinda Riza:**

Pada gambar 2.15 Adinda Riza menunjukkan hasil kreasi hijabnya dilihat dari atau tampak depan.



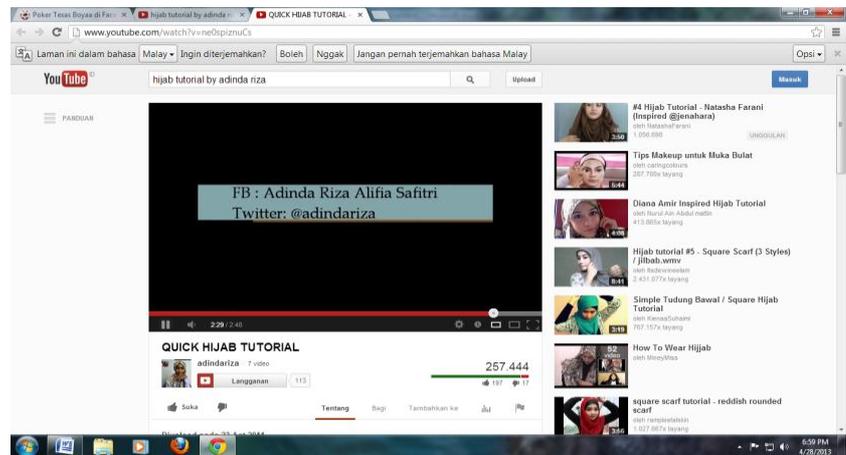
**Gambar 2.16.**  
**Video Hijab Tutorial by Adinda Riza:**

Pada gambar 2.16 Adinda Riza menunjukkan hasil kreasi hijabnya tampak dilihat dari samping kiri.



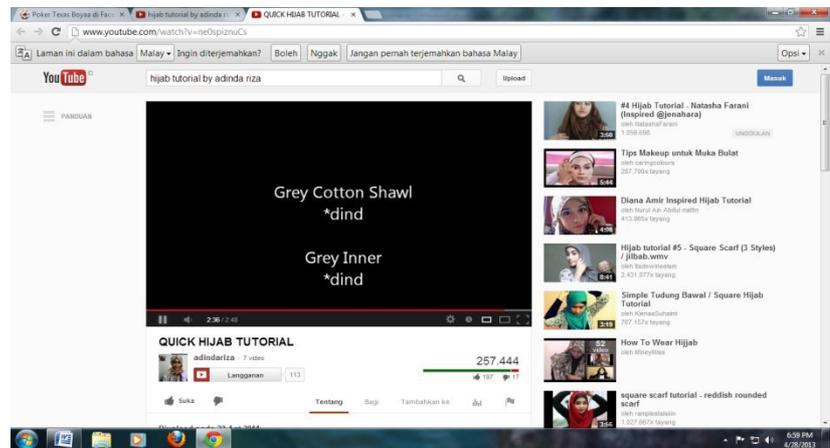
**Gambar 2.17.**  
**Video Hijab Tutorial by Adinda Riza:**

Pada gambar 2.17 Adinda Riza menunjukkan hasil kreasi hijabnya tampak dilihat dari kanan.



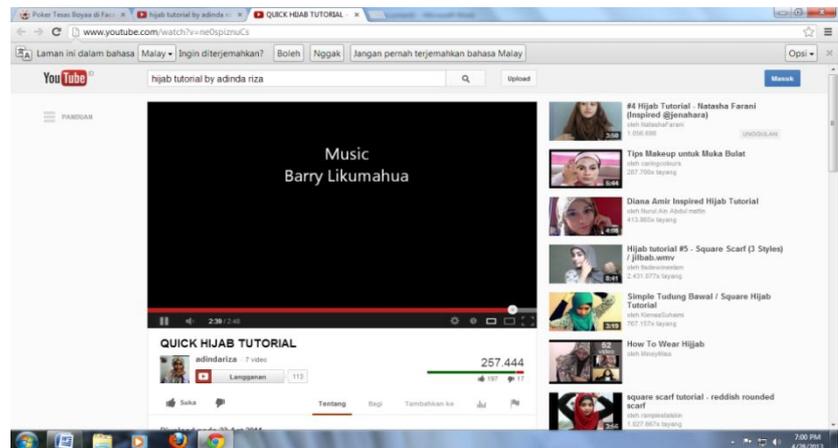
**Gambar 2.18.**  
**Video Hijab Tutorial by Adinda Riza:**

Pada gambar 2.18 merupakan teks yang berisi situs jejaring sosial Adinda Riza di Facebook dan Twitter.



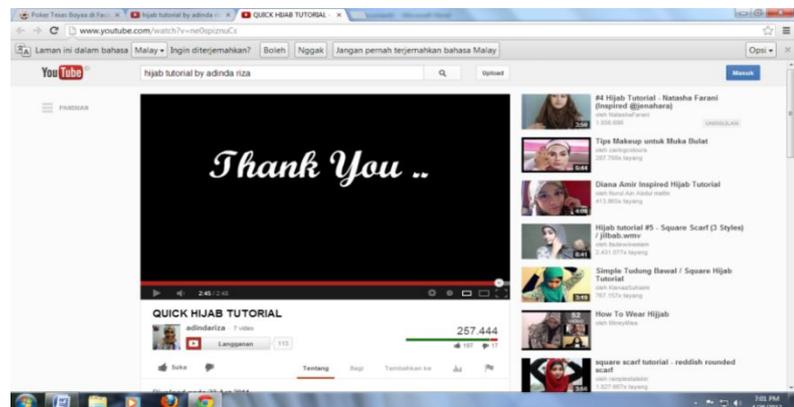
**Gambar 2.19.**  
**Video Hijab Tutorial by Adinda Riza:**

Pada gambar 2.19 teks yang berisi jenis *Cotton Shawl* by Adinda Riza.



**Gambar 2.20.**  
**Video Hijab Tutorial by Adinda Riza:**

Pada gambar 2.20 merupakan musik yang digunakan sebagai backsound video Hijab Tutorial by Adinda Riza.



**Gambar 2.21.**  
**Video Hijab Tutorial by Adinda Riza:**

Pada gambar 2.21 merupakan akhir dari video dengan berisi teks “*Thank You*” yang ditulis Adinda Riza untuk mengucapkan terima kasih kepada para pengunduh karena telah melihat video Hijab Tutorialnya.

## 2. Kreativitas Anak Muda

### a) Pengetian Kreativitas

Kreativitas adalah hasil dari interaksi antara individu dan lingkungannya, sumber kreativitas adalah kecenderungan untuk mengaktualisasi diri, mewujudkan potensi, dorongan untuk berkembang dan menjad matang, kecenderungan untuk mengekspresikan dan mengaktifkan semua kemampuan organisme<sup>47</sup>.

Kreativitas juga diartikan sebagai kemampuan seseorang untuk melahirkan sesuatu yang baru baik berupa gagasan maupun karya nyata, yang relatif berbeda dengan apa yang telah ada sebelumnya.

Sedangkan proses belajar kreatif menurut Torrance dan Myres berpendapat bahwa proses belajar kreatif sebagai: “keterlibatan dengan sesuatu yang berarti, rasa ingin tahu dan mengetahui dalam kekaguman, ketidak lengkapan, kekacauan, kerumitan, ketidak selarasan, ketidak teraturan dan sebagainya.

Dengan demikian dalam belajar kreatif harus melibatkan komponen-komponen pengalaman belajar yang paling menyenangkan dan paling tidak menyenangkan lalu menemukan bahwa pengalaman dalam proses belajar kreatif sangat mungkin berada di antara pengalaman-pengalaman belajar yang sangat

---

<sup>47</sup> *Ibid.* Utami Munandar

menenangkan, pengalaman-pengalaman yang sangat memberikan kepuasan kepada kita dan yang sangat bernilai bagi kita.

### **1. Ciri-ciri Anak Kreatif**

Individu dengan potensi kreatif dapat dikenal melalui pengamatan ciri-ciri sebagai berikut<sup>48</sup> :

- a. Hasrat keingintahuan yang cukup besar
- b. Bersifat terbuka terhadap pengalaman baru
- c. Panjang akal
- d. Keingintahuan untuk menemukan dan meneliti
- e. Cenderung lebih menyukai tugas yang berat dan sulit
- f. Cenderung mencari jawaban yang luas dan memuaskan
- g. Memiliki dedikasi bergairah serta aktif dalam melaksanakan tugas
- h. Berfikir fleksibel
- i. Menanggapi pertanyaan yang diajukan serta cenderung memberi jawaban lebih banyak
- j. Kemampuan membuat analisis dan sintesis
- k. Memiliki semangat bertanya serta meneliti
- l. Memiliki daya abstraksi yang cukup baik
- m. Memiliki latar belakang membaca yang cukup luas

---

<sup>48</sup> <http://pengertian-kreativitas-belajar-menurut-para-ahli.com/> (diunduh 30 April 2013)

## 2. Faktor Anak Menjadi Kreatif

Ada beberapa faktor yang menentukan kreativitas anak adalah sebagai berikut:

### 1. Kebebasan

Orang tua yang percaya untuk memberikan kebebasan kepada anak cenderung mempunyai anak kreatif. Mereka tidak otoriter, tidak selalu mau mengawasi dan mereka tidak terlalu membatasi kegiatan anak.

### 2. Aspek

Anak yang kreatif biasanya mempunyai orang tua yang menghormati mereka sebagai individu, percaya akan kemampuan mereka dan menghargai keunikan anak.

### 3. Kedekatan emosional yang sedang

Kreativitas anak dapat dihambat dengan suasana emosional yang mencerminkan rasa permusuhan, penolakan dan terpisah.

### 4. Prestasi Bukan Angka

Orang tua anak kreatif menghargai prestasi anak, mereka mendorong anak untuk berusaha sebaik-baiknya dan menghasilkan karya-karya yang baik.

### 5. Menghargai Kreativitas

Anak yang kreatif memperoleh dorongan dari orang tua untuk melakukan hal-hal yang kreatif.

Metode dan tehnik-tehnik belajar kreatif membantu anak didik berfikir dan mengungkapkan diri secara kreatif, yaitu mampu memberikan macam-macam gagasan dan macam-macam jawaban dalam pemecahan masalah.

### **3. Metode dan Tehnik Belajar Kreatif**

Metode dan tehnik-tehnik belajar kreatif membantu anak berfikir dan mengungkapkan diri secara kreatif, yaitu mampu memberikan macam-macam gagasan dan macam-macam jawaban dalam pemecahan masalah.

Adapun tehnik-tehnik belajar kreatif yaitu<sup>49</sup>:

#### **a. Pemikiran dan Perasaan Terbuka**

Pemikiran yang paling sederhana untuk merangsang pemikiran kreatif ialah dengan mengajukan pertanyaan yang memberikan kesempatan timbulnya berbagai macam jawaban sebagai ungkapan pikiran dan perasaan serta dengan membantu anak mengajukan pertanyaan. Contohnya dengan kegiatan pemikiran dan perasaan terbuka.

1. Menyelesaikan sesuatu yang telah dimulai
2. Mencari penggunaan baru dari benda sehari-hari

---

<sup>49</sup> <http://tehnik-tehnik-belajar-kreatif.com/> (diunduh pada tanggal 30 April 2013)

3. Meningkatkan atau memperbaiki suatu produk atau benda

b. Sumbang Saran

Teknik yang dikembangkan oleh Osborn ini dapat diterapkan untuk memecahkan suatu masalah dalam kelompok kecil (8 sampai 10 orang) dengan “menggali” gagasan-gagasan sebanyak mungkin dari anggota kelompok.

Hal-hal yang perlu diperhatikan meliputi:

1. Kebebasan dalam memberikan gagasan
2. Penekanan pada kuantitas
3. Kritik ditangguhkan
4. Kombinasi dan peningkatan gagasan
5. Mengulangi gagasan

c. Daftar Pertanyaan yang Memacu Gagasan

Teknik ini bertujuan melancarkan arus pencetus gagasan dalam pemecahan masalah, seperti mengembangkan, meningkatkan, dan memperbaiki suatu subyek atau situasi dengan meninjau daftar pertanyaan yang membantu melihat hubungan-hubungan baru.

d. Menyimak Sifat Benda atau Keadaan

Teknik ini digunakan untuk merubah gagasan untuk meningkatkan atau memperbaiki suatu subyek atau

situasi. Pertama-tama semua atribut (sifat) dari suatu subyek atau situasi dicatat, kemudian masing-masing ciri ditinjau satu persatu untuk mempertimbangkan kemungkinan merubah atau memperbaiki obyek atau situasi tersebut.

e. Hubungan yang Dipaksakan

Teknik lain untuk merangsang gagasan-gagasan kreatif ialah dengan cara “memaksakan” suatu hubungan antara obyek atau situasi yang dimasalahkan dengan unsure-unsur lain untuk menimbulkan gagasan-gagasan baru. Maksud dari “memaksakan hubungan” adalah agar kita dapat melepaskan diri dari hubungan-hubungan yang lazim atau sudah menjadi tradisi (kebiasaan) untuk menjajaki kemungkinan-kemungkinan baru.

f. Pendekatan Morfologis

Pada tehnik pendekatan atau analisis morfologis kita berusaha memecahkan suatu masalah atau memperoleh ide-ide baru dengan cara mengkaji dengan cermat bentuk struktur masalah.

Langkah-langkahnya adalah sebagai berikut:

1. Kita mulai dengan menentukan komponen-komponen dasar dari masalah atau situasi
2. Dari setiap komponen kita tetapkan sifatnya

3. Dengan meninjau setiap kemungkinan kombinasi, dari sifat-sifat setiap komponen kita mendapatkan gagasan baru dan kombinasi baru.

g. Pemecahan masalah secara kreatif

Parners, Noller dan Biondi mengajukan suatu model pemecahan masalah secara kreatif (PMK) meliputi:

1. Tahap mengumpulkan fakta
2. Tahap menemukan masalah
3. Tahap menemukan gagasan
4. Tahap menemukan jawaban
5. Tahap menemukan penerimaan

**b) Media Kreativitas**

Keberadaan media tidak bisa lepas dari perkembangan teknologi dan komunikasi yang begitu cepat. Internet sebagai sebuah produk teknologi komunikasi, meski sudah berkembang beberapa puluh tahun yang lalu, namun masih menjadi perbincangan publik hingga sekarang<sup>50</sup>.

Teknologi komunikasi adalah peralatan yang berbentuk struktur organisasi, dan nilai-nilai sosial yang dapat dimanfaatkan oleh individu untuk mengumpulkan, memproses, dan mempertukarkan dengan individu lain.

---

<sup>50</sup> *Ibid.*.Elvinaro Ardianto, hlm. 7.

Sebagai media *online*, teknologi internet dapat dengan mudah diakses, memiliki konektivitas, dan jangkauan secara global. Dalam menggunakan media *online* membutuhkan kreativitas ketika menghadapi berbagai persaingan yang ada.

Dalam kajian Ilmu Komunikasi fenomena media sosial dilihat sebagai suatu era media baru atau yang dikenal dengan istilah *new media*. Konsep media baru adalah pemahaman suatu kebaruan dari penemuan atau pengembangan suatu teknologi.

Media sosial bisa dipakai untuk menunjang aktivitas rutin pengguna atau aktivitas lainnya. Beberapa perusahaan dan individu menggunakan media sosial untuk melancarkan aktivitas bisnisnya. Untuk media sosial yang berbasis bakat dan minat, media sosial bisa dipakai sebagai wadah untuk saling berbagi karya dan memberi masukan.

Media sosial adalah media yang memfasilitasi keinginan dan kepentingan kelompok atau individu, dapat memilah informasi tentang apa yang kita perlukan dari pihak mana yang terlibat dalam komunikasi<sup>51</sup>.

Dengan menggunakan media massa yang berbasis internet dan serba digital informasi dapat berjalan dengan sangat cepat.

---

<sup>51</sup> *Ibid.* Elvinaro Ardianto, hlm. 36.

### c) **Bentuk-bentuk Kreativitas Anak Muda**

Pada dasarnya, setiap orang memiliki langkah-langkah khusus dalam mempresentasikan dirinya kepada orang lain. Erving Goffman menyatakan bahwa individu disebut actor, mempresentasikan dirinya secara verbal maupun non-verbal kepada orang lain yang berinteraksi dengannya<sup>52</sup>.

Jika presentasi diri ini dibawa dalam kehidupan virtual, dalam hal ini di *World Wide Web*, maka terbentuk sebuah identitas virtual (*virtual identity*). Presentasi diri di dalam media akan berbeda-beda berdasarkan jenis mediumnya. Contohnya pada kondisi medium youtube. Pengguna youtube mempresentasikan dirinya melalui video-video dari hasil karya mereka.

Seseorang dapat mengakses [www.youtube.com](http://www.youtube.com) untuk melihat berbagai macam video yang mereka inginkan, contohnya seperti video Hijab Tutorial, video Merias wajah, video Menghias Kuku, video Menghias Rambut dan yang lainnya.

Berikut contoh bentuk-bentuk kreativitas di [www.youtube.com](http://www.youtube.com):

---

<sup>52</sup> Erving Giffman, dalam karyanya berjudul "*The Presentation of Self in Everyday Life*", 1959.



**Gambar 3.1**  
Video Hijab Tutorial by Adinda Riza<sup>53</sup>:

Pada gambar 3.1 merupakan contoh bentuk kreativitas anak muda yaitu Adinda Riza dalam bentuk video Hijab Tutorial di [www.youtube.com](http://www.youtube.com).



**Gambar 3.2**  
Video Tutorial ber-Make Up<sup>54</sup>:

Pada gambar 3.2 merupakan contoh bentuk kreativitas anak muda dalam bentuk video Tutorial ber-Make Up di [www.youtube.com](http://www.youtube.com).

<sup>53</sup> Disarikan dari [www.youtube.com](http://www.youtube.com) (diunduh pada tanggal 3 Mei 2013).

<sup>54</sup> Disarikan dari [www.youtube.com](http://www.youtube.com) (diunduh pada tanggal 3 Mei 2013).



**Gambar 3.3**  
**Video Tutorial Menghias Jari Kuku<sup>55</sup>:**

Pada gambar 3.3 merupakan contoh bentuk kreativitas anak muda dalam bentuk video Tutorial Menghias Jari Kuku di [www.youtube.com](http://www.youtube.com).

#### **d) Kreativitas Anak Muda di Media Online**

Di era digital saat ini kreativitas dalam menciptakan sesuatu sangatlah penting dan bermanfaat sekali untuk bisa bertahan dan berkembang maju dalam berbagai hal apapun.

Kreativitas dapat dikembangkan dan ditingkatkan serta memiliki peran sebagai sumber yang penting dari kekuatan persaingan karena lingkungan yang cepat berubah. Kreativitas Anak Muda di Media Online dapat kita jumpai dalam berbagai macam bentuk, contohnya seperti Hijab Tutorial yang merupakan hasil karya dari seorang *uploader* yang memiliki kreativitas dalam membentuk berbagai model kudung (hijab).

<sup>55</sup> Disarikan dari [www.youtube.com](http://www.youtube.com) (diunduh pada tanggal 3 Mei 2013).

Kreativitas juga berkaitan dengan inovasi, inovasi merupakan penerapan secara praktis mengenai gagasan kreatif. Kreativitas dapat mendorong dan merombak pengembangan lingkungan menjadi berhasil<sup>56</sup>.

Ketatnya persaingan menjadikan kita harus semakin kreatif dalam menciptakan ide-ide baru yang mampu diterima masyarakat dengan baik. Persaingan di dunia media online melahirkan berbagai inovasi. Tujuannya jelas, yaitu untuk terus dapat menarik perhatian khalayak agar mengakses berita melalui situs resmi media mereka. Inovasi tersebut terus berkembang, mencakup berbagai elemen.

Melihat berbagai inovasi yang berkembang dari dunia media online saat ini, menunjukkan peran media online begitu diminati. Persaingan yang semakin kompetitif memaksa industri media menjadi lebih kreatif dalam menghasilkan produk-produk pemberitaan.

Seluruh inovasi tersebut tetap berujung pada tujuan yang sama, yakni dapat memanjakan khalayak akan kemudahan akses informasi. Dengan inovasi yang terus ditingkatkan, media online dapat bersaing menjadi yang terdepan dalam memberikan informasi bagi masyarakat luas.

---

<sup>56</sup> Goman, 1991. [www.kreativitas-dan-inovasi](http://www.kreativitas-dan-inovasi) (diakses 17 Mei 2013).

## B. Kajian Teori

### 1. Teori Ekologi Media

#### a) Pengertian Teori Ekologi Media

Teori Ekologi Media adalah teori yang menjadikan media membentuk dan mengorganisasikan sebuah budaya, teori ini membahas mengenai lingkungan media, ide dan teknik, cara penyampaian informasi, dan kode komunikasi memainkan peran utama dalam kehidupan manusia<sup>57</sup>.

McLuhan mengatakan bahwa ekologi media berarti menyusun beberapa media yang beragam guna membantu sesama sehingga mereka tidak mau untuk keluar dari rangkaian tersebut atau tatanan yang telah terbentuk tersebut, karena pada hakikatnya mereka saling menunjang satu sama lainnya. Misalnya, radio mungkin memiliki peranan yang lebih besar daripada televisi dalam membantu kita dalam hal yang berhubungan dengan kemampuan literasi, akan tetapi televisi mungkin juga memberikan bantuan yang sangat besar dalam mengajarkan kita tentang masalah kebahasaan<sup>58</sup>.

Teori Ekologi Media dikenal karena slogan: medium adalah pesan. Frase tersebut merujuk pada kekuatan dan pengaruh medium terhadap masyarakat, bukan isi pesannya. Medium mampu mengubah bagaimana kita berpikir mengenai

---

<sup>57</sup> *Ibid.*.Richard West dan Lynn H. Turner, *edisi 3*.

<sup>58</sup> Richard West dan Lynn H. Turner, *Teori Komunikasi: Analisis dan Aplikasi: Buku 2*, (Jakarta: Salemba Humaika, 2008), hlm. 137-153.

orang lain, diri kita sendiri, dan dunia di sekeliling kita. Akan tetapi McLuhan tidak mengesampingkan pentingnya isi. McLuhan merasa bahwa isi mendapatkan perhatian lebih dari kita dibandingkan dengan yang didapat medium. Walaupun sebuah pesan mempengaruhi keadaan sadar kita, medium lebih besar mempengaruhi keadaan bawah sadar kita<sup>59</sup>.

Pengaruh teknologi media terhadap masyarakat merupakan gagasan utama dari teori ekologi media<sup>60</sup>. Tema-tema yang dibahas dalam Teori Ekologi Media mencakup beberapa bidang, yaitu kekuasaan dan ketidaksetaraan, integrasi sosial dan identitas, dan perubahan sosial dan pembangunan.

Dengan putranya, Eric McLuhan, McLuhan mengembangkan sebuah cara untuk melihat lebih jauh ke dalam efek teknologi terhadap masyarakat. Perluasan teorinya mencakup hukum media. Hukum media adalah perluasan lebih jauh dari Teori Ekologi Media dengan fokus pada dampak teknologi terhadap masyarakat.

Karya McLuhan dan putranya yang terakhir mempertimbangkan dampak dari internet dan membawa teori ini pada suatu lingkaran yang sempurna. Teknologi mempengaruhi komunikasi melalui teknologi baru, dampak dari teknologi baru mempengaruhi masyarakat, dan perubahan dalam masyarakat

---

<sup>59</sup> *Ibid.*

<sup>60</sup> *Ibid.* Elvinaro Ardianto, hlm. 18.

menyebabkan perubahan lebih jauh dalam teknologi. Mereka mengajukan tetrad sebagai konsep organisasi yang memungkinkan para ilmuwan untuk memahami dampak masa lalu, masa kini, dan terkini dari media. Mereka menawarkan empat hukum media yang dikemukakan dalam bentuk pertanyaan<sup>61</sup>:

1. Apakah yang ditingkatkan oleh media?

Peningkatan (*enhancement*) adalah hukum yang menyatakan bahwa media menegaskan atau memperkuat masyarakat. Contohnya, telepon meningkatkan kata-kata lisan yang ditemukan dalam percakapan tatap muka. Radio memperkuat suara melampaui jarak. TV memperkuat kata-kata dan gambar visual melampaui benua. Internet meningkatkan beberapa fungsi indra sekaligus.

2. Apakah yang dibuat ketinggalan zaman oleh media?

Ketinggalan zaman adalah hukum yang menyatakan bahwa media menyebabkan sesuatu menjadi ketinggalan zaman. Contohnya TV membuat radio ketinggalan zaman, walaupun banyak dari kita terus mendengarkan radio saat berkendara di mobil.

---

<sup>61</sup> *Ibid.*. Richard West dan Lynn H. Turner, *buku 2*.

3. Apakah yang diambil kembali oleh media?

Pengambilan kembali adalah hukum yang menyatakan bahwa media menyelamatkan sesuatu yang tadinya hilang. Contohnya, TV membawa kembali pentingnya unsur visual yang tidak dapat dicapai oleh radio, tetapi yang dulunya ada di dalam percakapan tatap muka.

4. Apakah yang diputarbalikkan oleh media?

Pemutarbalikkan adalah hukum yang menyatakan bahwa media akan menghasilkan atau menjadi sesuatu yang lain jika didorong mencapai batasnya. Contohnya, keinginan publik untuk memiliki akses terhadap hiburan dalam medium yang relatif murah mendorong terciptanya drama dan program komedi.

Neil Postman diakui telah memperkenalkan secara formal istilah ekologi media. Karyanya memunculkan sisi gelap dari McLuhan. Ia berhipotesis bahwa teknologi mengubah struktur masyarakat secara negatif. Alat-alat teknologi berfungsi untuk mengambil alih budaya di mana mereka berada. Akibatnya, tradisi, adat-istiadat sosial, mitos, politik, ritual, dan agama harus berjuang demi kehidupan mereka.

## b) Preposisi (asumsi)

Asumsi Teori Ekologi Media, antara lain<sup>62</sup>:

1. Media melingkupi setiap tindakan di dalam masyarakat  
 Kita tidak dapat melarikan diri dari media. Bahkan McLuhan menyebut angka, permainan, dan uang sebagai mediasi. Media-media ini mentransformasi masyarakat kita melalui permainan yang dimainkan, radio yang didengarkan, atau TV yang ditonton. Pada saat bersamaan, media bergantung pada masyarakat untuk “pertukaran dan evolusi”.
2. Media memperbaiki persepsi kita dan mengorganisasikan pengalaman kita  
 Kita secara langsung dipengaruhi oleh media. Media cukup kuat dalam pandangan kita mengenai dunia. Kita tanpa sadar termanipulasi oleh TV. Sikap dan pengalaman kita secara langsung dipengaruhi oleh apa yang kita tonton di TV, dan sistem kepercayaan kita dapat dipengaruhi secara negatif oleh TV. McLuhan mempersepsikan TV sebagai hal yang memegang peranan penting dalam pengikisan nilai-nilai keluarga.
3. Media menyatukan seluruh dunia  
 Media menghubungkan dunia. McLuhan menggunakan istilah desa global (*global village*) untuk mendeskripsikan

---

<sup>62</sup> *Ibid.*. Richard West dan Lynn H. Turner, *buku 2*.

bagaimana media mengikat dunia menjadi sebuah sistem politik, ekonomi, sosial, dan budaya yang besar. Manusia tidak lagi dapat hidup dalam isolasi, melainkan akan selalu terhubung oleh media elektronik yang bersifat instan dan berkesinambungan. Media elektronik memiliki kemampuan untuk menjembatani budaya-budaya yang tidak akan pernah berkomunikasi sebelum adanya koneksi ini.

Implikasi dari teori tersebut adalah bahwa medium mampu mengubah bagaimana kita berpikir mengenai orang lain, diri kita sendiri, dan dunia di sekeliling kita. Akan tetapi McLuhan tidak mengesampingkan pentingnya isi. McLuhan merasa bahwa isi mendapatkan perhatian lebih dari kita dibandingkan dengan yang didapat medium. Walaupun sebuah pesan mempengaruhi keadaan sadar kita, medium lebih besar mempengaruhi keadaan bawah sadar kita.

### c) Relevansi Tertentu

McLuhan mengatakan bahwa ekologi media berarti menyusun beberapa media yang beragam guna membantu sesama sehingga mereka tidak mau untuk keluar dari rangkaian tersebut atau tatanan yang telah terbentuk tersebut, karena pada hakikatnya mereka saling menunjang satu sama lainnya<sup>63</sup>.

---

<sup>63</sup> *Ibid.*.Richard West dan Lynn H. Turner, *buku 2*.

Artinya, media *online* lebih memiliki peranan yang lebih besar daripada media komputer dalam membantu kita dalam hal yang berhubungan dengan kemampuan pencarian data (*browsing*), akan tetapi komputer mungkin juga memberikan bantuan yang sangat besar dalam mengajarkan kita tentang masalah penyimpanan data. Jadi, antara komputer dan media online pada kakikatnya mereka saling berhubungan antara satu sama lain.

Teori Ekologi Media dikenal karena slogan: medium adalah pesan. Frase tersebut merujuk pada kekuatan dan pengaruh medium terhadap masyarakat. Artinya, pesan yang disampaikan dalam Hijab Tutorial oleh Adinda Riza yaitu untuk memberi contoh bentuk model Hijab dan dapat mempromosikan produk Khayla.

Akan tetapi McLuhan tidak mengesampingkan pentingnya isi. Artinya, video Hijab Tutorial by Adinda Riza di [www.youtube.com](http://www.youtube.com) memuat isi yang dapat menghasilkan banyak menarik perhatian dari masyarakat luas.

Sehingga Adinda Riza dapat mempromosikan produk Khayla secara luas dan mendapat banyak perhatian dari masyarakat.

#### d) Ekonomi Media dalam Teori Ekologi Media

Ekonomi media adalah suatu studi atau pembahasan tentang bagaimana suatu industri khususnya media massa yang menggunakan sumber daya tertentu dapat menghasilkan komoditas berharga seperti konten media yang kemudian disalurkan diantara konsumen dalam sebuah masyarakat untuk memuaskan berbagai keinginan, tujuan, dan kebutuhan<sup>64</sup>.

Konsep ekonomi dalam media massa ini adalah untuk mengetahui dengan jelas sekaligus sebagai alat yang membantu memahami hubungan ekonomi antara produsen (pemilik media dengan pengiklan), konsumen, dan masyarakat secara keseluruhan.

Dalam memahami konsep ekonomi akan sangat berguna dalam mengetahui seluk beluk bisnis di Industri media massa, karena sebuah Industri media massa tidak pernah lepas dari faktor ekonomi yang mencari *profit* (keuntungan).

Keuntungan tersebut dapat diperoleh dari beberapa faktor produksi, antara lain<sup>65</sup>:

##### 1. *Media Firm* (perusahaan media)

Suatu perusahaan media tidak akan pernah lepas dari kepentingan pemilik modal sebagai penggerak ekonomi sekaligus dapat menjadi pembentuk ideologi dari media

---

<sup>64</sup> Agus Sudibyo, *Ekonomi Politik Media Penyiaran*, (Yogyakarta: LKiS, 2004), hlm. 1-3.

<sup>65</sup> *Ibid.*

massa tersebut. Artinya mayoritas negara maju dan berkembang saat ini, industri media massa-nya didominasi oleh pihak swasta yang bebas. Sebagai pemilik modal yang kuat secara ekonomi dalam mengatur arah kebijakan perusahaan media maka pemilik modal tersebut dapat leluasa mengatur pola-pola dan kebijaksanaan produksi, serta dapat mengatur distribusi konten media. Fungsi pemerintah dan regulasi ada, tetapi tidak terlalu mengikat.

## 2. *Media Markets* (pasar media)

Pasar media akan dipengaruhi oleh sistem politik dan ekonomi dimana industri media massa itu berasal. Misalnya yang dianut adalah kapitalis, pihak yang lemah akan kalah dan pihak yang kuat akan terus berkembang. Praktek-praktek yang dilakukan oleh pemilik modal akan terus berlangsung guna untuk mencapai keuntungan yang setinggi-tingginya. Bahkan praktek seperti itu akan menimbulkan konglomerasi media, dimana bisa saja sebuah perusahaan di Industri media massa menguasai konten-konten informasi dari hulu sampai hilir dan juga lintas karakteristik media.

## 3. Konsumen

Suatu konsep pergerakan ekonomi bisnis industri media tidak akan pernah lepas dari peran konsumen sebagai tujuan dari adanya suatu gerak ekonomi. Konsumen dalam hal ini bisa

juga disebut juga sebagai masyarakat. Suatu konten media yang dianggap tidak sesuai dengan nilai dan budaya suatu kelompok sasaran dari bisnis media tersebut, maka akan mengakibatkan pesan-pesan komersial maupun informatif akan menjadi bias (tidak jelas) dan itu merupakan suatu kesalahan. Seorang pebisnis industri media harus ahli mempelajari perilaku dari konsumen atau masyarakat sebagai pasar bisnisnya.

Sedangkan konsep ekonomi media massa ada tiga konsep, yaitu<sup>66</sup>:

1) Komodikasi

Komodikasi ialah suatu istilah yang mendeskripsikan cara-cara kapitalisme dan mentransformasi suatu nilai guna menjadi nilai tukar. Oleh sebab itu komodifikasi dapat menjadi ukuran untuk kapitalisme global.

Contoh yang paling mudah adalah pada kasus ini hal yang mengalami komodikasi adalah komodikasi isi. Saat ini bentuk penyiaran televisi dimodifikasi sedemikian rupa semata-mata untuk menyaring khalayak atau konsumen sebanyak-banyaknya. Terkadang produsen media massa menghalalkan segala cara dalam memodifikasi isi untuk kemudian menguasai pasar konsumen.

---

<sup>66</sup> *Ibid.*. Agus Sudibyo

## 2) Spesialisasi

Spesialisasi diartikan sebagai segala bentuk usaha yang dilakukan oleh produsen media untuk memasarkan produk mereka kepada khalayak yang seluas-luasnya untuk mendapatkan keuntungan secara ekonomi. Akibat dari spesialisasi adalah dengan adanya perkembangan korporasi yang dapat dilihat dari aset dan keuntungan.

## 3) Strukturisasi

Strukturisasi sendiri dalam konteks konsep ekonomi media adalah suatu kondisi dimana media massa atau bisa juga disebut sebagai sebuah strukturlah yang dapat mempengaruhi individu-individu atau konsumen. Namun, ada juga yang berpendapat bahwa individu atau konsumen yang dapat membentuk suatu struktur secara lebih luas.

Dalam konteks ini Adinda Riza mendapatkan keuntungan saat dia membuat video Hijab Tutrial di [www.youtube.com](http://www.youtube.com), keuntungan tersebut seperti, bisa mempromosikan produk Khayla secara luas dan dapat menarik perhatian masyarakat. Dengan demikian Adinda Riza bisa mendapatkan pemasukan ekonomi yang cukup memuaskan.