EMAIL SEBAGAI MEDIA REPORTING AREK TV
(Studi Deskriptif Karyawan Arek TV Surabaya)

SKRIPSI

Diajukan Kepada Institut Agama Islam Negeri Sunan Ampel Surabaya
Guna Memenuhi Salah Satu Syarat Memperoleh Gelar Sarjana
Ilmu Sosial dalam Bidang Ilmu Komunikasi

PERPUSTAKAAN
IAIN SUNAN AMPEL SURABAYA
No. KLAS K D-2010 069 Kom
No. REG : D-2010/Kom/069
ASAL BUKU :
TANGGAL :

Oleh :

M. HABIBI
B36205008

INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI SUNAN AMPEL SURABAYA
FAKULTAS DAKWAH
PROGRAM STUDI KOMUNIKASI
2010

BETA
JL. KETINTANG 145 SBY
FOTO COPY
(031) 717 82976
(031) 8289289

PERSETUJUAN PEMBIMBING

Skripsi oleh M. Habibi ini telah diperiksa dan disetujui untuk diujikan

Surabaya, Agustus 2010

Pembimbing,

Nikmah Hadiati, S.Sip. M.Si
NIP. 150 291 150

PENGESAHAN TIM PENGUJI

Skripsi oleh M. Habibi ini telah dipertahankan di depan tim penguji

Skripsi

Surabaya, 22 Juli 2010

Mengesahkan,
Institut Agama Islam Negeri Surabaya
Fakultas Da'wah

Dekan,

Dr. Aswadi, M.Ag.
NIP 196004121994031001

Ketua,

Nikmah Hadiati, S.Sip. M.Si
NIP. 150 291 150

Sekretaris

Drs. Agoes Moefad, Sh. M.Si
NIP 197008252005011004

Penguji 1

M. Choirul Arief, S.Ag.M.Fil.I
NIP 197111017199800310 01

Penguji 2

Drs. H.M.Hamdun Sulhan, M.Si
NIP 195403121982031002

ABSTRAK

M. Habibi, B36205008, 2010. Email Sebagai Media Reporting Arek TV Surabaya (studi deskriptif karyawan Arek TV Surabaya). Skripsi Program Studi Komunikasi Fakultas Dakwah Institut Agama Islam Negeri Sunan Ampel Surabaya.

Kata Kunci : email, media komunikasi, Reportase arek TV Surabaya

Banyak cara yang dapat dilakukan untuk berkomunikasi diantaranya adalah *Mediated Communication* (media komunikasi) yakni penyampaian pesan *(message)* dari komunikator kepada komunikan dengan menggunakan (media) sebagai alat untuk menyampaikan pesan tersebut. Karena pada zaman modern sekarang ini media memegang peranan penting dalam penyebaran informasi untuk melancarkan komunikasi.

Dari permasalahan yang ditarik dari penelitian ini, maka data-data yang ada dikumpulkan dan di susun sistematis dengan menggunakan metode deskriptif kualitatif sebagai gambaran penggunaan email sebagai media komunikasi preusan, yang digambarakan sesuai dengan kenyataan yang ada dengan dipadukan berdasarkan teori yang dimaksudkan.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa teknologi dalam hal ini dianggap mampu meningkatkan efisiensi dalam proses produksi, sehingga manusia memperoleh kemudahan-kemudahan untuk mencapai atau mendapatkan apa yang diinginkan. Namun demikian pandangan ini banyak dikritik karena beberapa efeknya yang nyata mengkhawatirkan harkat manusia. Karena pola hidup, pemikiran dan penentuan referensi yang diciptakan oleh arus teknologi tersebut ternyata menggeser dimensi-dimensi pembangunan yang berpijak pada nilai-nilai moral. Oleh sebab itu maka dengan adanya kemajuan teknologi seyogyanya lebih menguntungkan dan dapat berpengaruh baik pada kehidupan manusia

Dari hasil penelitian yang dilakukan akhirnya dapat ditarik kesimpulan bahwa email sebagai media komunikasi karyawan perusahaan TV Arek Surabaya memebrikan kemudahan yang baik dan menyelesaikan tugas-tugas dalam pekerjaannya, selain itu juga dapat sebagai informasi bagi karyawan yang diinginkan untuk dipanggil oleh perusahaan dengan mudah dan cepat.

Seiring dengan kesimpulan diatas, maka disarankan kepada penggunaan teknologi modern dapat dilakukan dengan penggunaan yang tepat guna, dengan mengindahkan Porsi-porsi moral dan kaidah-kaidah moral bangsa.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

DAFTAR ISI

JUDUL i
PERSETUJUAN PEMBIMBING..... ii
PENGESAHAN TIM PENGUJI iii
HALAMAN MOTTO iv
KATA PENGANTAR..... v
ABSTRAK..... vi
DAFTAR ISI..... vii
DAFTAR BAGAN ix
DAFTAR LAMPIRAN x

BAB I : PENDAHULUAN
A. Latar Belakang Masalah 1
B. Rumusan Masalah 4
C. Tujuan Penelitian 4
D. Manfaat Penelitian 5
E. Definisi Konsep 5
F. Sistematika Pembahasan 7

BAB II : LANDASAN TEORI
A. Kajian Kepustakaan 9
B. Kerangka Teoritik 29
C. Kajian Penelitian Terdahulu..... 38

BAB III : METODE PENELITIAN
A. Pendekatan dan Jenis Penelitian 41
B. Lokasi dan Sasaran Penelitian 43
C. Jenis dan Sumber Data 43
D. Tahap-Tahap Penelitian 45
E. Teknik Pengumpulan Data 49
F. Teknik Analisa Data 51
G. Teknik Keabsahan Data..... 51

BAB IV DESKRIPSI LOKASI PENELITIAN
A. Deskpritptif Lokasi Penelitian..... 55
B. Kondisi Sarana Informasi dan Perhubungan 56
C. Dikripsi Infoman 57

BAB V PENYAJIAN DAN ANALISIS DATA
A. Penyajian Data 59
B. Analisis Data 65

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

BAB V PENUTUP
A. Simpulan 76
B. Saran 79

DAFTAR PUSTAKA 80
LAMPIRAN-LAMPIRAN..... 82

Judul

asi .....
Prinsip Komunikasi. .....
Fungsi Media . .....
Kepentingan Lingkungan .....
Kepentingan M .....
Kepentingan .....
Model Ge .....
Analisi Model Un .....

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Arek TV merupakan salah satu media elektoronik di kota Surabaya. Jangkauannya di wilayah surabaya dan sekitarnya seperti Jombang, Mojokerto, Kediri, Gembol, Madura, Gresik, Sidoarjo, Probolinggo, Nganjuk, Malang, Lamongan, Bojonegoro dan Tuban. Arek TV disiarkan melalui frekuensi 48 UHF. Teknologi komunikasi telah melaju sangat pesat, yang terkenal saat ini adalah internet. Dengan internet berbagai informasi di penjuru dunia bisa kita dapatkan. Internet juga memungkinkan digunakan untuk saling berkirim surat elektronik / Emil atau berkirim surat.

Banyak cara yang dapat dilakukan untuk berkomunikasi diantaranya adalah *Mediated Communication* (media komunikasi) yakni penyampaian pesan *(message)* dari komunikator kepada komunikan dengan menggunakan (media) sebagai alat untuk menyampaikan pesan tersebut. Karena pada zaman modern sekarang ini media memegang peranan penting dalam penyebaran informasi untuk melancarkan komunikasi. Media komunikasi banyak jumlahnya mulai dari yang tradisional sampai yang modern yang dewasa ini banyak dipergunakan. Mengenai fungsi yang melekat pada media dalam melakukan perannya sebagai saluran mediasi dalam beberapa kegiatan, misalnya: "menghubungkan", "menunjukkan arah", "menginterpretasikan", dan lain sebagainya. Sedangkan fungsi dasar dari

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

komunikasi bermedia yakni pertalian (korelasi) bagian-bagian masyarakat dalam memberikan respons terhadap lingkungannya.

Komunikasi modern dapat berupa email atau internet. Email adalah suat melalui media elektronik. Melalui email kita dapat mengirim surat elektronik baik berupa teks aupun gabungan dengan gambar, yang dikirimkan dari satu alamat email ke alamat lain di jaringan internet apapbila kita mengirim surat melalui email kita dapat memperoleh beberapa keuntungan. Antara lain, dengan menggunakan email, surat (informasi) yang kita kirim ke alamat email lain akan secara langsung diterima, selain itu biaya yang kita keluarkan cukup murah. Dengan email, karyawan Arek TV dapat saling bertukar informasi di belahan dunia manapun. Karyawan Arek TV juga bisa mengirim berita yang diperolehnya melalui email pada saat mereka sedang di luar kantor. Karena tugas karyawan Arek TV adalah mencari berita/informasi untuk disajikan di program siarannya, maka dengan email segalanya akan lebih mudah.

Sebagai makhluk sosial manusia senantiasa ingin berhubungan dengan manusia lainnya. Ingin mengetahui lingkungan sekitarnya, bahkan ingin mengetahui apa yang terjadi dalam dirinya. Karena setiap orang yang hidup dalam bermasyarakat sejak bangun tidur sampai tidur lagi, secara kodrati senantiasa terlibat dalam komunikasi. Terjadinya komunikasi adalah sebagai konsekuensi hubungan sosial *(social relations)* masyarakat paling sedikit terdiri dari dua orang yang saling berhubungan satu sama lain yang karena berhubungan menimbulkan

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

interaksi sosial (sosial interaksi). Terjadinya interaksi sosial disebabkan interkomunikasi.[1]

Nampaknya tak dapat dihindari lagi bahwa proses komunikasi ini sangat vital dan mendasar bagi kehidupan sosial. Dikatakan vital karena setiap individu memiliki kemampuan untuk berkomunikasi dengan individu-individu lainnya dengan begitu menetapkan kredibilitasnya sebagai seorang anggota masyarakat. Dan dikatakan mendasar karena setiap manusia baik yang primitif maupun yang modern berkeinginan mempertahankan suatu persetujuan mengenai berbagai aturan sosial melalui komunikasi.

Untuk mencapai sasaran yang diinginkan dalam berkomunikasi dapat memilih salah satu dari beberapa media tersebut, tergantung pada tujuan yang akan dicapai, pesan yang akan disampaikan dan teknik yang akan dipergunakan. Dan tentunya tidak semua alat yang dipakai dapat dipergunakan sebagai media komunikasi. Mana yang terbaik dari sekian banyak macam media komunikasi itu tidak dapat ditegaskan dengan pasti sebab masing-masing mempunyai kekurangan dan kelebihan. Untuk keefektifan komunikasi bermedia tergantung proses penyandian yang dilakukan oleh komunikator, proses penyandian tersebut harus bertautan dengan proses pengawasan oleh komunikan.

Proses komunikasi (penyampaian pesan), terbagi menjadi 2 tahap yakni secara primer dan sekunder.[2] Secara primer adalah proses penyampaian pesan oleh komunikator kepada komunikan dengan menggunakan lambang (symbol)

---

[1] Onong Uchjana, *Dinamika Komunikasi*, (Bandung: PT. Remaja Rosdakarya, 1993), h. 3
[2] Onong Uchjana Effendi MA, *Ilmu Komunikasi Teori dan Praktek*, (Bandung: PT. Remaja Rosdakarya, 1997), h. 11

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

sebagai media seperti bahasa, kial, isyarat, gambar, dan lain-lain. Sedangkan secara sekunder yaitu yang mana proses penyampaian pesannya dengan menggunakan alat atau sarana sebagai media kedua setelah memakai lambang sebagai media pertama.

Dengan melihat fenomena sosial tersebut diatas, Mendorong peneliti untuk mengetahui bagaimana proses penggunaan media komunikasi perusahaan terutama pada pemakaian email pada karyawan Arek TV Surabaya. Sehingga hal ini merupakan langkah yang tepat bila diungkap lebih lanjut dalam suatu penelitian dengan judul: "email sebagai media reportase arek TV Surabaya (Studi deskriptif karyawan arek TV Surabaya)."

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang diatas, maka perumusan masalah adalah sebagai berikut :

Bagaimana proses arek TV Surabaya menggunakan email sebagai media komunikasi reportase ?

C. Tujuan Penelitian

1. Tujuan umum

   Untuk mengetahui arek TV Surabaya menggunakan email sebagai media komunikasi reportase

2. Tujuan khusus

   a. Untuk mengetahui peran dan fungsi email sebagai alat komunikasi perusahaan

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

b. Untuk menganalisa peran dan fungsi email sebagai alat komunikasi perusahaan

c. Untuk mengetahui arek TV Surabaya menggunakan email sebagai media komunikasi reportase

D. Manfaat Penelitian

1. Secara Teoritik

   Penelitian ini diharapkan bermanfaat serta memberikan konstribusi dengan temuan-temuan yang diteliti bagi pribadi maupun program studi sebagai pengembangan khazanah keilmuan terutama dalam ilmu komunikasi.

2. Secara Praktis

   Penelitian ini diharapkan bermanfaat bagi dan sebagian masyarakat luas khususnya pada perusahaan Arek TV Surabaya.

E. Definisi Konsep

Untuk menghindari kesalahpahaman dalam memahami konteks kalimat serta globalisasi makna dari judul diatas maka diperlukan adanya penjelasan serta penegasan istilah dalam judul. Adapun penjelasan judul skripsi ini adalah sebagai berikut :

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

l. Email

Email (elektronik mail) adalah surat elektronik, merupakan sarana untuk kirim mengirim surat melalui jalur internet. Fasilitas ini sangatlah popular di dunia maya yaitu internet.[3]

2. Media Komunikasi Perusahaan

Media komunikasi adalah alat-alat perantara dalam proses penyampaian isi pernyataan *(message)* dari komunikator kepada komunikan atau penyampaian umpan balik *(feedback)* dari komunikan sampai pada komunikator[4] karena pada zaman modern sekarang ini media memegang peranan penting dalam penyebaran informasi untuk melancarkan suatu proses komunikasi.

Dengan demikian media komunikasi adalah sarana atau wahana untuk bersosialisasi yang digunakan oleh komunikan kepada komunikator guna mewujudkan sebuah tujuan yang diharapkan satu sama lain.

Perusahaan adalah tempat terjadinya kegiatan produksi dan berkumpulnya semua faktor produksi.[5]

Dalam proses produksi perusahaan komunikasi atau perusahaan yang tergolong dan berkembang melalaui bidang jasa, maka kegiatan produksi yang dikembangkan berawal dan berakhir selalu berhubungan demgan media komunikasi seperti halnya perusahaan Arek TV Surabaya yang selalu berhubungan dengan komunikasi baik input maupun output yang diharapkan selalu berhubungan dengan media komunikasi.

---

[3] Rulianto Kurniawan, Internet Gaul Untuk Orang Awam (Palembang: Maxikom, 2008) hal. 2
[4] Hocta Sochoct A.M., *Media Komunikasi,* (Jakarta: Yayasan Kampus Tercinta-IISIP, 2003), h. 1
[5] http://id.wikipedia.org/wiki/Perusahaan

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

F. Sistematika Pembahasan

Untuk memudahkan dalam penulisan skripsi ini, dan untuk memudahkan pemahamannya. Maka penulisan skripsi ini dibagi menjadi enam bab dan tiap-tiap bab tersebut terdiri dari sub bab serta sebagai kejelasannya penulis uraikan sebagaimana terpapar berikut ini :

Bab pertama, yaitu Pendahuluan, Yang mengungkap masalah yang menjadi sebab judul skripsi ini, diawali dengan latar belakang masalah, kemudian dirangkum dalam rumusan masalah. Diungkap juga tujuan dan manfaat penelitian. Adapun untuk menghindari kesalahpahaman dalam memahami globalisasi makna, maka penulis memaparkan definisi konsep judul. Dan yang terakhir sistematika pembahasan.

Bab kedua, dipaparkan tentang kajian pustaka. Dalam hal ini dibagi dua sub bab. Sub A menjelaskan tentang kajian kepustakaan yang meliputi: pengertian komunikasi, macam-macam media komunikasi, dan dan sub B mengurai kajian penelitian terdahulu, dan yang terakhir kerangka teoritik.

Bab ketiga, yaitu Metode penelitian. Dalam bab ini menerangkan tentang metode-metode yang dilakukan dalam penelitian meliputi: Jenis penelitian, Lokasi penelitian, Jenis dan sumber data, Tahap-tahap penelitian, Teknik pengumpulan data, Teknik analisis data, serta Teknik keabsahan data.

Bab keempat, menggambarkan tentang deskripsi lokasi penelitian, yakni letak geografis, keadaan masyarakat yang dijadikan sebagai obyek penelitian.

Bab kelima, yakni menjelaskan penyajian data, dengan menguraikan faktor yang melatarbelakangi penggunaan kempul dan peran serta fungsi

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

kempul sebagai media komunikasi kemudian diakhiri dengan analisis data yang mengungkap hasil penemuan penelitian dan konfirmasi temuan dengan teori.

Bab keenam, merupakan penutup, dimana didalamnya dicantumkan kesimpulan dan rekomendasi untuk mengetahui secara ringkas hasil yang dicapai dalam skripsi yang telah dibuat.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

A. Kajian Kepustakaan

1. Pengertian Email

Surat elektronik (disingkat ratel atau surel atau surat-e) atau pos elektronik (disingkat pos-el) atau nama umumnya dalam bahasa Inggris "e-mail atau email" (ejaan Indonesila: imel) adalah sarana kirim mengirim surat melalui jalur Internet. Dengan surat biasa umumnya pengirim perlu membayar per pengiriman (dengan membeli perangko), tetapi surat elektronik umumnya biaya yang dikeluarkan adalah biaya untuk membayar sambungan Internet[6].

a. Sejarah email

Surat elektronik sudah mulai dipakai di tahun 1960-an. Pada saat itu Internet belum terbentuk, yang ada hanyalah kumpulan komputer yang terbentuk sebagai jaringan. Konsep e-mail sendiri pertama kali dikemukan oleh Ray Tomlinson, seorang computer engineer pada akhir tahun 1971. Ray Tomlinson saat itu bekerja pada Bolt, Beranek and Newman (BBN) milik lembaga pertahanan Amerika.

Awalnya Ray bereksperimen dengan sebuah program yang bernama SNDMSG yang bisa digunakan untuk meninggalkan pesan pada sebuah komputer, sehingga orang lain yang memakai komputer itu

[6]Ahmad Pengertian dan kegunaan email dalam era globalisasi, 21 Desember 2009

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

dapat membaca pesan yang ditinggalkan. Lalu ia melanjutkan eksperimennya dengan menggunakan file protocol yang bernama CYPNET sehingga program SNDMSG tadi bisa mengirim pesan ke komputer lain yang berada di dalam jaringan ARPAnet. Itulah awal terciptanya sebuah 'e-mail'. Pesan e-mail yang pertama kali dikirim Ray, dan merupakan e-mail yang pertama di dunia adalah "QWERTYUIOP".

Pada tahun 1972, Ray mengenalkan icon ' @ ' sebagai identitas e-mail untuk memisah user id dan domain sebuah alamat e-mail, yang berarti "at" atau "pada".

b. Kelebihan dan kelemahan email

Untuk mengirim surat tidak perlu ke kantor pos, cukup duduk di depan komputer yang terhubung Internet dan ketik pesan lalu dikirim ke alamat tujuan. Bahkan sekarang inie-mail bisa dikirim melalui media komunikasi mobile seperti ponsel dan PDA (Personal Assistant Data). Cepat. Hanya dengan hitungan detik e-mail dapat dikirimkan ke belahan dunia manapun.

Biaya pengiriman relatif sangat murah dibandingkan penggunaan telepon atau surat, terutama jika mengirim surat atau interlokal ke luar daerah atau luar negeri. Selain biaya pengiriman relatif dibanding manfaat penggunaannya, sumber daya penggunaannya juga hemat dalam penggunaan terutama pada pembelian kertas, pulpen, atau memboroskan tinta printer untuk digandakan lalu dikirimkan ke beberapa orang sekaligus yang tidak sedikit mengeluarkan biaya.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

E-mail bisa digunakan oleh siapa saja, di mana saja, dan kapan saja sebagai sarana komunikasi di seluruh penjuru dunia. Dengan menyimpan e-mail di server yang tidak akan hilang kecuali dihapus. Pesan yang dikirim tidak hanya sekedar teks (tulisan) saja. Isi e-mail dapat berupa gambar, foto, video, program, bahkan suara. Kelemahan Penggunaan E-Mail

Salah kirim bila sebuah e-mail yang berisi dokumen-dokumen penting salah alamat, maka ada kemungkinan dokumen tersebut disalahgunakan. Rawan penyadapan ada kemungkinan e-mail disadap oleh oknum tertentu, sehingga dibutuhkan kehati-hatian dalam mengirimkan pesan rahasia. Pemalsuan identitas Kita tidak bisa memastikan identitas seseorang hanya dengan mengetahui alamat e-mail yang dimilikinya. Kebanjiran e-mail hal ini bisa terjadi karena mailbox sudah terlalu lama tidak dibuka atau dihapus. Sampah e-mail banyak sekali e-mail sampah (junkmail/spam) yang berupa iklan komersial yang tidak kita harapkan. respon terlambat tidak semua orang membaca e-mail setiap hari sehingga ada kemungkinan balasan akan mengalami keterlambatan.

c. Fungsi Email Sebagai Alat Komunikasi

1. Alat komunikasi yang mudah, murah dan cepat.
2. Dapat mengirimkan file berupa program, gambar, grafik, dan file lainnya.
3. Dapat mengirim ke beberapa orang sekaligus secara bersamaan.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

4. Dapat digunakan untuk mengirimkan surat atau ucapan selamat kepada keluarga di kampung halaman atau di luar negeri.
5. Dalam bidang bisnis, untuk melakukan kesepakatan bisnis atau mengirimkan dokumen penting.

Dampak Negatif Email Sebagai Alat Komunikasi

1. Alat penyebaran firus komputer.
2. Alat komunikasi orang yang mempunyai tujuan buruk, seperti untuk kegiatan teroris.

Terdapat banyak cara untuk mendapatkan email :

1. Undangan dari teman

   Cara ini melalui teman yang telah memiliki account pada penyedia layanan email tersebut. Kamu tidak dapat mendaftarkan diri tanpa undangan dari salah seorang yang telah menjadi anggota. Contoh layanan ini : layanan email yang disediakan oleh Google (mail.gmail.com)

2. Dari Internet Service Provider (ISP)

   ISP adalah perusahaan yang melayani koneksi internet. Beberapa contoh ISP di Indonesia, antara lain Indosat NET, WasantaraNET, dan IndoNET. Koneksi internet dilakukan berdasarkan jumlah jam akses atau hak pakai selama 24 jam per hari. Kamu harus mandaftarkan diri kepada penyedia layanan tersebut untuk mendapatkan layanan email.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

3. Dari perusahaan

Email yang diperoleh dari perusahaan adalah email yang diberikan oleh suatu perusahaan. Ciri khasnya adalah alamat email ini memiliki identitas perusahaan dimana email tersebut terdaftar. Untuk mendapatkan email jenis ini, seseorang harus manjadi karyawan dari perusahaan tersebut.

4. Memesan sendiri

Cara ini bertujuan untuk mendapatkan alamat email khusus yang dapat kamu tentukan sendiri, mulai dari nama domain, identitas kamu, serta fasilitas yang ingin kamu dapatkan dari email tersebut. Untuk mendapatkannya, kamu harus memesan domain terlebih dahulu, kemudian memesan paket hosting untuk server kamu, baru kemudian kamu akan dapat menggunakan email tersebut.

5. Melalui penyedia email gratis

Cara ini merupakan cara paling mudah untuk mendapatkan email. Kamu tinggal mengunjungi web penyedia tersebut, mengisi data pribadi lalu kamu pun akan memiliki email secara instan.

2. Pengertian Komunikasi

Istilah komunikasi diambil dari bahasa Inggris *"Communication"*. Istilah ini bersumber dari bahasa latin *"Communicatio"* yang artinya pemberitahuan. Dan kata sifatnya *"Communis"* yang artinya bersifat umum dan terbuka. Sedangkan kata kerjanya adalah *"Communicare"* yang berarti bermusyawarah, berunding atau dialog.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

Dan pangkal dari kata komunikasi adalah kata latin *"Communis"* yang berarti membuat kebersamaan atau membangun kebersamaan antara dua orang atau lebih. Komunikasi juga berasal dari akar kata dalam bahasa latin *"Communico"* yang artinya membagi.[7]

Sebagai ilmu yang dapat diterapkan dalam hidup bermasyarakat, komunikasi telah lama menarik perhatian para ilmuan dari luar bidang komunikasi sendiri. Mereka pada umumnya adalah pakar yang punya nama dalam bidangnya, kemudian tertarik mempelajari aspek-aspek komunikasi. Hasil studi yang mereka lakukan selain mendukung bidang kepakarannya juga telah memberi sumbangan yang tidak kecil terhadap kelahiran ilmu komunikasi sebagai kajian ilmiah.

Beberapa pakar telah mendefinisikan Komunikasi, diantaranya:

a. Edward Depari, Ph.D

   Komunikasi adalah proses penyampaian gagasan, harapan, pesan yang disampaikan melalui lambang tertentu yang mengandung arti, dilakukan oleh penyampai pesan *(Source, Communicator, Sender)* ditujukan pada penerima pesan *(Receiver, Communican atau Audience)* dengan maksud mencapai kebersamaan *(Commonnes)*.[8]

b. Herbert W. Simon

   Dalam bukunya *Persuasion, Understanding, Practice and Analysis.* Mengungkapkan dengan *"Communication always involves at least one*

---

[7] Onong Uchajana, *Ilmu Komunikasi Teori dan Praktek,* (Bandung: PT. Remaja Rosdakarya, 1997) , h. 9

[8] Widjaja H.A.W, *Komunikasi dan Hubungan Masyarakat* , (Jakarta: PT. Bumi Aksara, 1997), h. 2

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

message, transmitted by a source via a medium to receiver within a situational context". Yang artinya komunikasi penyampaian pesan yang disampaikan oleh sumber melalui media untuk disampaikan kepada komunikan dalam suatu situasi atau kondisi.

c. William Albig

Komunikasi adalah proses pengoperan lambang-lambang yang berarti bagi individu-individu.[9]

d. Carl I. Hovland

Komunikasi adalah proses dimana seseorang memindahkan perangsang yang biasanya berupa lambang atau kata-kata untuk mengubah tingkah laku orang lain.

e. John R. Schemerhom

Dalam bukunya *"Managing Organizational Behavior"*, menyatakan komunikasi adalah proses antar pribadi dalam mengirim dan menerima simbol-simbol yang berarti bagi kepentingan mereka.

Dari beberapa definisi diatas dapat ditarik suatu kesimpulan bahwa komunikasi adalah proses penyampaian pesan, informasi, gagasan dari seseorang (komunikator) kepada orang lain (komunikan) baik secara langsung maupun melalui media atau alat bantu. Komunikasi akan berhasil apabila kedua belah pihak yakni komunikator dengan komunikan dapat saling memahami pesan yang dimaksudkan.

[9] Anwar Arifin, *Ilmu Komunikasi Sebuah Pengantar*, (Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada, 1998) h. 23

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

Proses terjadinya komunikasi dimulai dari pikiran orang yang akan menyampaikan pesan atau informasi, yang kemudian dilambangkan (symbol), baik berupa ucapan atau isyarat. Proses selanjutnya dengan melalui transmisi berupa media dan perantara atau *channel*, hingga pesan dapat diterima oleh komunikan. Pertama-tama komunikan menerima pesan lalu menafsirkannya *(decode)* dan akhirnya memahami pesan. Jawaban atau reaksi dari komunikan kepada komunikator merupakan umpan balik *(feed back)*. Apabila terjadi perubahan pada diri komunikan maka komunikasi dianggap berhasil.

Dari pernyataan diatas dapat kita simpulkan unsur-unsur yang ada dalam proses komunikasi antara lain, yaitu :

a) Sumber *(Source)*

   Semua peristiwa komunikasi akan melibatkan sumber sebagai pembuat atau pengirim informasi. Karena sumber adalah dasar yang digunakan dalam penyampaian pesan untuk memperkuat pesan itu sendiri.[10]

   Contoh: orang, lembaga, buku dan sejenisnya.

b) Komunikator *(Communicator)*

   Komunikator adalah orang yang menyampaikan pesan.

c) Pesan *(Message)*

   Pesan yang dimaksud dalam proses komunikasi adalah sesuatu yang disampaikan oleh komunikator kepada komunikan dan didukung oleh lambang.[11]

---

[10] Hafied Cangara, M.Sc, *Pengantar Ilmu Komunikasi*, (Jakarta: PT. Raja Grafindo, 2004), h. 23
[11] Ibid, h. 23

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

d) Saluran *(Channel)*

Saluran adalah sarana atau media yang akan membantu proses penyampaian pesan tersebut. Media yang dimaksud di sini adalah alat yang digunakan untuk memindahkan pesan dari sumber kepada penerima.

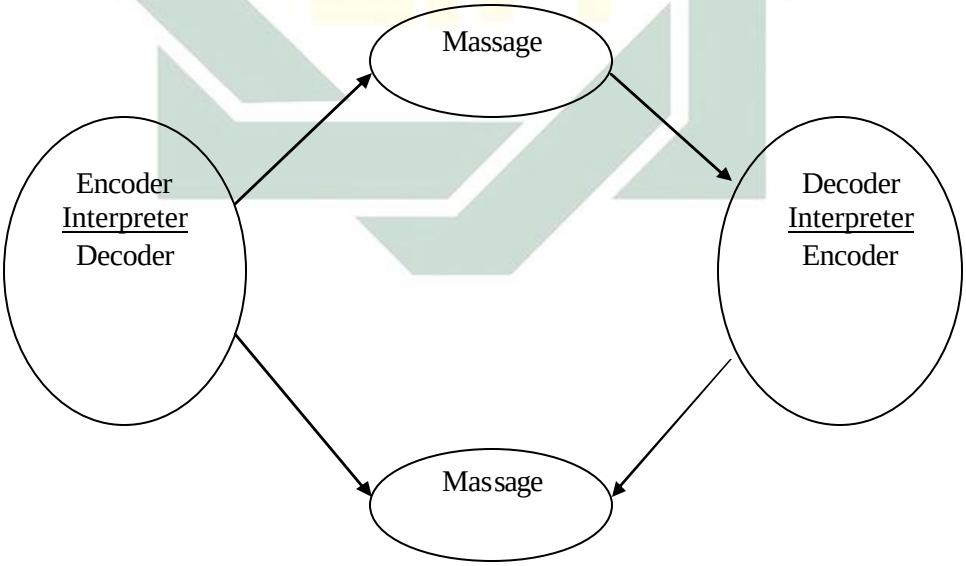
e) Komunikasi *(Communican)*

Komunikan atau penerima adalah pihak yang menjadi sasaran pesan yang dikirim oleh sumber.

f) Efek *(Effect)*

Efek adalah perubahan atau penguatan keyakinan pada pengetahuan, sikap dan tindakan seseorang sebagai akibat penerimaan pesan.[12]

Adapun proses dari komunikasi, Wilbur Schram telah menggambarkan proses jalannya komunikasi, sebagaimana gambar berikut.[13]



Bagan 2.1 Proses Komunikasi berdasarkan Wilbur Schram

[12] Ibid, h. 25
[13] Hafied Cangara, *Pengantar Ilmu Komunikasi*, (Jakarta: PT. Grafindo Persada, 1998), h. 46

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

Dari gambar di atas menunjukkan bahwa proses pesan yang dilakukan oleh komunikator ditranslit melalui proses encoder dan decoder. Sedangkan Encoder adalah translasi yang dilakukan oleh sumber alas sebuah pesan, dan decoder adalah translasi yang dilakukan oleh penerima terhadap pesan yang berasal dari sumber. Hubungan antara sumber dan penerima secara simultan dan saling mempengaruhi satu sama lain. Sebagai proses dinamis maka interpreter pada sirkulasi ini bisa berfungsi ganda sebagai pengirim dan penerima pesan. Pada tahap awal sumber berfungsi sebagai encoder dan penerima sebagai decoder. Tetapi pada tahap berikutnya penerima berfungsi sebagai pengirim (encoder) dan sumber sebagai penerima (decoder).

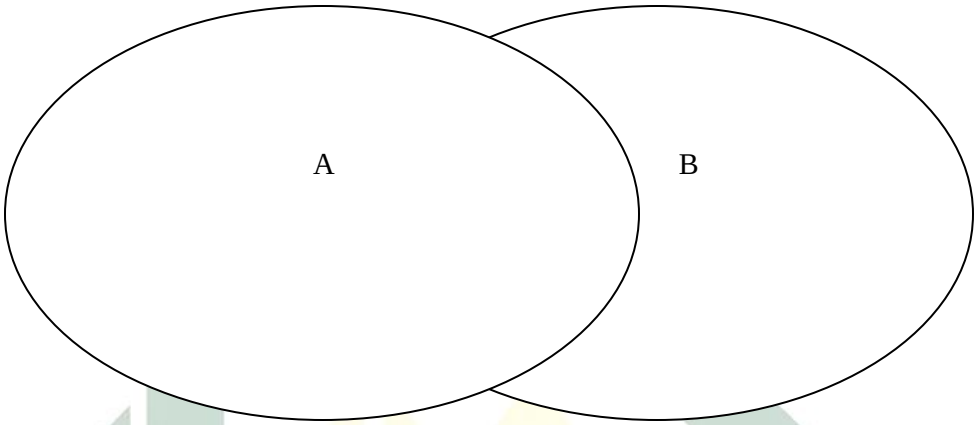
Untuk prinsip dari komunikasi dasar itu sendiri adalah[14]:

1. Komunikasi hanya bisa terjadi bila terdapat pertukaran pengalaman yang, sama antara pihak-pihak yang terlibat dalam proses komunikasi *(Sharing Similar Experience)*.
2. Jika daerah tumpang tertindih *(the field of experience)* menyebar menutupi lingkaran A atau B, menuju terbentuknya satu lingkaran yang sama, maka makin besar kemungkinannya tercipta suatu proses komunikasi yang mengena (efektif).
3. Tetapi kalau daerah tumpang tindih makin mengecil dan menjauhi sentuhan kedua lingkaran, atau cenderung mengisolasi lingkaran masing-masing, maka komunikasi yang terjadi sangat terbatas.

[14] Hafied Cangara, *Pengantar Ilmu Komunikasi*, (Jakarta: PT. Grafindo Persada, 2004), h. 20

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

Dari beberapa prinsip komunikasi diatas dapat digambarkan sebagaimana berikut:



Bagan 2.2 Prinsip Komunikasi Dasar Pada Proses Komunikasi

Sedangkan untuk fungsi dari komunikasi sendiri yaitu:

a. Sebagai informasi, yakni pengumpulan, penyebaran data, dan lain-lain.
b. Sosialisasi, yakni sebagai penyediaan sumber ilmu pengetahuan yang, memungkinkan seseorang bersikap dan bertindak sebagai anggota masyarakat yang sadar akan fungsi sosialnya.
c. Motivasi, yakni untuk mendorong seseorang menentukan pilihannya.
d. Perdebatan dan diskusi, yakni untuk menyediakan dan saling tukar menukar fakta / menyelesaikan perbedaan masalah publik.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

e. Pendidikan, yakni sebagai pengalihan ilmu pengetahuan yang dapat mendorong perkembangan intelektual.

f. Memajukan kehidupan, yakni sebagai penyebarluasan hasil budaya dan seni dengan maksud melestarikan warisan masa lalu. Dan mengembangkan kebudayaan.

g. Hiburan, yakni Sebagai penyebar luasan kesenangan kelompok / individu.

h. Integrasi, menyediakan bagi bangsa, kelompok, individu kesempatan untuk memperoleh informasi / pesan yang mereka perlukan agar dapat saling, kenal dan mengerti pandangan dari orang lain.

Komunikasi bukan hanya multi makna dan multi definisi, sebagaimana disajikan diatas, tetapi cara membaginya pun macam-macam. Dilihat dari segi media dan peserta komunikasi dibagi menjadi 3 macam[15], yaitu:

1. Komunikasi Persona

   Komunikasi persona disebut juga komunikasi antar individu, yaitu komunikasi yang berlangsung antara dua orang individu atau lebih.

2. Komunikasi Kelompok

   Komunikasi kelompok adalah komunikasi yang berlangsung antara beberapa orang dalam suatu kelompok "Kecil" seperti Rapat, pertemuan dan lain-lain.

3. Komunikasi Massa

   Komunikasi yang berlangsung antara individu atau kelompok (organisasi) dengan menggunakan media massa.

[15] Anwar Arifin, *Strategi Komunikasi*, (bandung: Armico, 1984), h. 4

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

Dalam perkembangan selanjutnya, dari segi media, komunikasi dibagi dalam 2 jenis[16], yaitu:

a. Komunikasi Sosial

Komunikasi yang terjadi secara langsung antar manusia, dimana komunikator dengan komunikan berhadapan langsung.

b. Komunikasi Media

Komunikasi yang lebih bersifat searah.

Dari segi sistem ada 2 komunikasi[17] yaitu :

a. Komunikasi modern

Proses penyampaian pesan dari komunikator kepada komunikator dengan melalui media modern atau teknologi canggih.

b. Komunikasi tradisional.

Proses penyampaian pesan dari komunikator kepada komunikan dengan media tradisional.

4. Pengertian Media Komunikasi

Untuk merealisasikan proses komunikasi membutuhkan media atau alat komunikasi dan sebelum menguraikan macam-macam dari media komunikasi tersebut, kita harus mengetahui terlebih dahulu makna dari media itu sendiri.

Media atau medium berasal dari bahasa latin, berarti saluran atau alat menyalurkan. Dalam pengertian jamak dipakai istilah media sedang dalam pengertian tunggal dipakai istilah medium. Medium pada prinsipnya ialah

[16] Ibid, h.
[17] Ibid, h.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

segala sesuatu yang merupakan alat dengan mana orang menyatakan isi jiwa atau kesadarannya, atau dengan kata lain medium adalah alat untuk menyampaikan isi jiwa manusia (pesan).[18]

Dr. Astrit Susanto mengatakan: "Media adalah saluran yang digunakan dalam pengoperan proses lambang-lambang".[19] Dari pengertian tersebut dapatlah dipahami bahwa media komunikasi merupakan elemen yang sangat penting dalam poses komunikasi yang menjadi saluran *(channel)* antara subjek dan obyek komunikasi, oleh karena itu media komunikasi tak dapat dipisahkan dari unsur komunikasi yang lain karena dapat menentukan keberhasilan yang sukses.

Sedangkan istilah media dari kata asalnya latin "Median" berarti alat perantara, sedangkan media jamak dan' median.[20]

Pengertian semantic dari media adalah segala sesuatu yang dapat dijadikan sebagai perantara untuk mencapai tujuan. Dengan demikian media komunikasi adalah segala sesuatu yang dapat dijadikan sebagai alat untuk mencapai tujuan komunikasi yang telah ditentukan, media komunikasi ini dapat berupa barang (Materiil), Orang, Tempat, kondisi tertentu dan sebagainya. Adapun yang dapat dijadikan sebagai media komunikasi sangat banyak.

Dari beberapa pengertian diatas maka penulis menyimpulkan bahwa media adalah alat atau sarana dan wahana sosialisasi yang digunakan untuk penyampaian pesan dari komunikator kepada komunikan. Karena media

[18] Ibid, h.
[19] Astrid S. Susanto, *Komunikasi dalam Teori dan Praktek*, (Bandung: Bina Cipta, 1988), h. 31
[20] Asmuni Syukir, *Dasar-dasar Strategi Dakwah Islam*, (Surabaya, Al-Ikhlas, 1983), h. 163

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

merupakan alat yang paling dominant dalam berkomunikasi, akan tetapi komunikasi bermedia pada umumnya banyak digunakan untuk komunikasi informatif karena tidak begitu ampuh untuk mengubah tingkah laku.

Berpijak dari uraian diatas para al-ill berpendapat bahwa antara media, metode, tehnik berkomunikasi ada kesamaan. Sehingga antara ketiganya tidak dapat dipisahkan. Dari istilah-istilah tersebut terdapat pengertian yang berbeda-beda. Media merupakan saluran yang dipergunakan dalam proses atau pengoperasian materi, metode merupakan rencana yang tersusun dan teratur yang berhubungan dengan cara penyajian dan teknik merupakan operasional dari metode tersebut dengan menggunakan alat atau saran komunikasi.

Selain media komunikasi itu penting dalam penyampaian pesan. Komunikasi subjek tidak kalah pentingnya, sebab pelaksanaan proses suatu komunikasi tidak akan berjalan lancar tanpa adanya subjek komunikasi tersebut. Demikian juga subjek komunikasi juga mempunyai peranan yang besar dalam menentukan kebutuhan suatu mist komunika si.

Ada berbagai macam fungsi dari media, dilihat dari segi yang mana media tersebut digunakan, diantaranya:[21]

Dilihat dari segi media bagi individu, yaitu:

1) ***Supplementer***, media berfungsi supplementer apabila keperluan untuk menggunakan media sekedar merupakantambahan informasi.

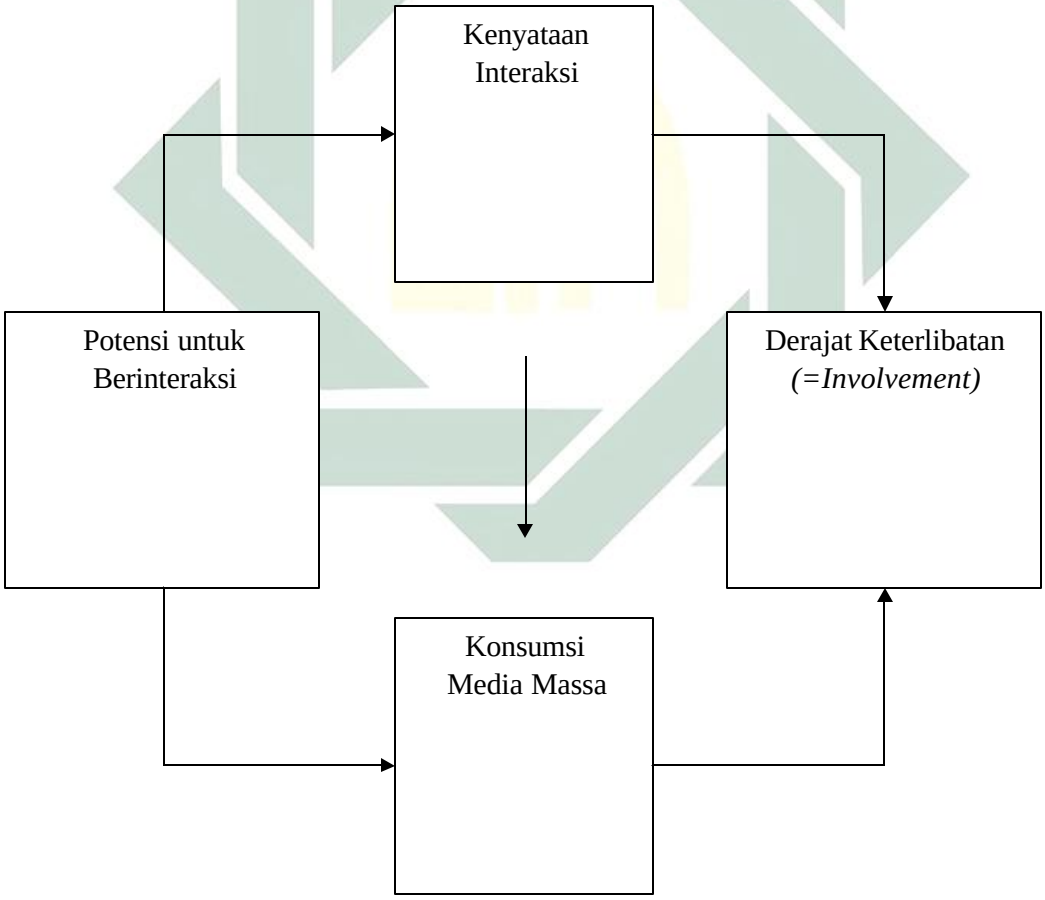
[21] Idem, *Filsafat Komunikasi*, (Bandung: Bina Cipta, 1986), h. 202

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

2) ***Komplementer,*** media berfungsi komplementer apabila penggunaannya adalah untuk melengkapi dan merupakan unsur penyempurna sebagai sumber dan sarana komunikasi.

3) ***Substitusi,*** media berfungsi substitusi apabila penggunaannya adalah memenuhi suatu keperluan pengisian suatu kekosongan sumber informasi.

Pernyataan fungsi media diatas dapat digambarkan sebagaimana dibawah ini:



Bagan 2.1 Fungsi Media Bagi Individu

Sumber Wijaya , (1997 : 202)

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

Dengan demikian fungsi media ditinjau dari segi kepentingan individu dan kepentingan masyarakat.[22] Berikut bagan situasinya adalah :

		Memenuhi	Tidak memenuhi
Kepentingan individu	Memenuhi	Kasus 1	Kasus 2
	Tidak memenuhi	Kasus 3	Kasus 4

Bagan 2.2 Fungsi Media Bagi Kepentingan Lingkungan individu dan masyarakat

Sumber : Wijaya (1997 : 203)

[22] Ibid, h. 203

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

Dilihat dari segi ini maka penggunaan media dalam keadaan ideal sekaligus memenuhi fungsi individu dan masyarakat (kasus 1). sebaliknya penggunaan media bisa juga kadang-kadang tidak memenuhi kepentingan individu maupun masyarakat (kasus 4). Biasanya penggunaan media hanya menguntungkan satu pihak, yakni salah satu antara individu atau masyarakat.

Selain itu fungsi media dapat dilihat dari segi derajat pemenuhan fungsi, apabila dihubungkan dengan kepentingan masyarakat dan individu maka dapat digambarkan sebagaimana berikut :

Kepentingan individu

Kasus 1 Supplementer	Kasus 2 Komplementer
Kasus 3 Komplementer	Kasus 4 Substitusi

Bagan 2.3 Fungsi Media Dilihat Dari Segi Derajat Pemenuhan Fungsi Bagi Kepentingan Masyarakat

Sumber : Wijaya (1997 : 204)

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

Dari gambar di atas dapat dikatakan bahwa penggunaan media dapat sekaligus supplementer bagi individu maupun masyarakat (dalam masyarakat modern) atau untuk satu pihak bersifat substitusi dan pihak lain komplementer.

Sedangkan fungsi media ditinjau dari segi efektivitas pesannya maka digambarkan sebagai berikut :

	Kasus 1 Perubahan	Kasus 2 Kompensasi
Kepentingan individu	Kasus 3 Pelayanan	Kasus 4 Pengalaman baru

Bagan 2.4 Fungsi Media Dilihat Dari Segi Derajat Pemenuhan Fungsi Bagi Kepentingan Masyarakat

Sumber : Wijaya (1997 : 204)

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

Keterangan bagan di atas adalah menjelaskan bahwa apabila media berfungsi hiburan dan memenuhi "sozius"nya (PRAKKE) maka fungsi media adalah kasus 3 (pelayanan untuk individu dalam masyarakat yang berubah).[23]

5. Macam-macam Media Komunikasi

Untuk mencapai tujuan komunikasi secara efektif, perlu dipahami sifat-sifat komunikasi dan pesan, guna dapat menentukan jenis media yang akan diambil dan tehnik komunikasi yang akan ditetapkan.

Ada puluhan jenis media komunikasi, dilihat dari segi eksistensinya dapat digolongkan menjadi dua jenis[24] yaitu:

a. Media tradisional

yang meliputi tong-tong, kentongan atau kempul, gambar-gambar pada batu, wayang, ludruk dan sebagainya.

b. Media modern

Media modern meliputi: Telephone, Telegraph, Pers, Radio, Film, internet, televisi dan lain-lain.

Sedangkan dilihat dari segi sifat dan jangkauannya media terbagi atas:

1) Media individual

Media individual terdiri dari surat, telepon, telegram, dan sebagainya yang digunakan dalam proses komunikasi persona atau komunikasi antar individu.

---

[23] Astrid S. Susanto, *Filsafat Komunikasi*, (bandung: Bina Cipta, 1986), h. 204
[24] Anwar Arifin, *Strategi Komunikasi*, (bandung: Armico, 1984), h. 24

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

2) Media massa

Media Massa terdiri dari pers, radio, film dan televisi. Alat-alat ini digunakan dalam proses komunikasi massa. Selain berfungsi sebagai media keempat alat tersebut juga memiliki fungsi sosial yang kompleks.

Selain itu berbagai pendapat dikemukakan mengenai media yang dapat digunakan dalam kegiatan hubungan masyarakat[25], antara lain:

A. *The Printed Word*

Yang termasuk didalamnya yaitu majalah, surat kabar, pamflet, papan pengumuman, poster, iklan dan sebagainya. Karena hanya dapat ditangkap oleh mata saja, maka disebut juga *"The Visual Media"*.

B. *The Spoken Word*

Didalamnya meliputi: rapat, pertemuan-pertemuan, konferensi, dan sebagainya. Karena hanya dapat ditangkap oleh indera telinga maka disebut sebagai *"The Audio Media"*. Ucapan secara langsung *(Face to Face Communication)* yang digunakan dalam kehidupan sehari-hari juga digolongkan dalam *The Spoken Word*. Sehingga golongan ini disebut sebagai *"The Chief Medium"* kemudian diikuti yang lainnya diantaranya Tong-tong, kempul, kendang, sirene, telephone, telegram dan di zaman mutakhir saat ini ialah radio.

C. *The Audiovisual Media* (berbentuk gambar hidup)

Golongan ini baru dijumpai pada zaman abad kedua puluh ini, meliputi: film & televisi (media elektornik lainnya). Golongan ini merupakan

[25] Widjaja H.A.W, *Komunikasi dan Hubungan Masyarakat* , (Jakarta: PT. Bumi Aksara, 1997), h. 76

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

penggabungan dari golongan pertama dan kedua yaitu serentak dapat ditangkap oleh indera mata dan telinga.

Kalau dilihat dari lingkup komunikasi, maka media yang dapat digunakan pada umumnya adalah sama yakni: media umum dan media masa.

Akan tetapi tidak semua media perlu digunakan, sebab kalau demikian halnya tidaklah efisien. Dari alternative banyak jenis media seperti yang telah disebutkan diatas diambil media yang paling tepat untuk jenis pesan tertentu dan komunikan tertentu. Jika kita sudah tahu jenis pesan, sifat-sifat komunikan dan efek apa yang kita kehendaki dari mereka, maka pemilihan media yang akan kita gunakan untuk berkomunikasi sangatlah penting, karena ini ada kaitannya dengan media yang kita gunakan dalam kegiatan hubungan masyarakat agar seefisien mungkin tercapai hasil yang efektif sehingga tujuan dari kegiatan hubungan masyarakat yang dilakukan tercapai.

B. Kerangka Teoretik

Salah satu teori yang digunakan dalam menjelaskan penelitian ini adalah teori determinisme teknologi. Determinisme adalah pemikiran yang menganggap sesuatu hal sebagai hal yang terpenting, pokok, atau sangat menentukan. Ada beberapa determininisme sebagai proses sosial diantaranya determinisme informasi dan teknologi. Determinisme informasi merupakan keharusan yang mau tidak mau pasti akan datang dengan sendirinya melanda.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

Karena informasi adalah kebutuhan yang akan menginduksi bidang-bidang lain. Dengan kata lain, ketergantungan masyarakat terhadap informasi sangat tinggi dalam bahasa tehnik komunikasi disebut masyarakat informatif.

Dalam determinisme teknologi mempunyai asumsi bahwa yang terpenting dalam pembangunan adalah teknologi. Teknologi dianggap mampu meningkatkan efisiensi dalam proses produksi, sehingga manusia memperoleh kemudahan-kemudahan dalam mencapai atau mendapatkan yang diinginkan.

Teori determinisme teknologi yang berkaitan dengan fokus penelitian ini berbicara mengenai media komunikasi, teori ini dikemukakan oleh Marshall McLuhan pertama kali pada tahun 1962 dalam tulisannya *The Guttenberg Galaxy: The Making Of Typographic Man*. Ide dasar teori ini adalah bahwa perubahan yang terjadi pada berbagai macam cara berkomunikasi akan membentuk pula keberadaan manusia itu sendiri.[26] McLuhan berpikir bahwa budaya kita dibentuk oleh bagaimana cara kita berkomunikasi. Bagaimana suatu pesan disampaikan dan akan diterima oleh komunikan tergantung dari medianya sehingga ia mengambil kesimpulan bahwa *"The Medium is the Message"*, yang artinya media adalah pesan itu sendiri.

Adapun menurut McLuhan tahapan dari komunikasi dimulai dari penemuan teknologi komunikasi yang menyebabkan perubahan budaya, kemudian yang kedua perubahan dari jenis-jenis komunikasi dan yang terakhir adalah membentuk alat komunikasi, dimana alat atau media komunikasi tersebut akan mempengaruhi kehidupan manusia. Sama halnya dengan

[26] Nurudin, *Komunikasi Massa*, (Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 2003), h. 174

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

pendapat Innis bahwa dilihat dari segi peralatan yang dipergunakan dalam berkomunikasi, justru unsur teknologi dalam berkomunikasi yang menyebabkan kehidupan manusia berubah dengan pesatnya.[27]

Menurut McLuhan ada beberapa era dalam perubahan bentuk komunikasi yaitu: pertama adalah era kesukuan, dimana pada era ini pendengaran adalah hal yang lebih penting. Kemudian lambat laun dengan pengenalan huruf masyarakat berubah menjadi era yang kedua yaitu era tulisan, yang mana pada era ini penglihatan lebih penting dan penggunaan tulisan dijadikan sebagai media komunikasi dan selanjutnya berubah menjadi era mesin cetak, pada era mesin cetak ini manusia menjadi lebih modern dan peranan media komunikasi sangat besar dalam mempengaruhi kehidupan masyarakat.[28] Karena media tak lain adalah alat untuk memperkuat, memperkeras dan memperluas fungsi dan perasaan manusia. Dengan kata lain masing-masing penemuan baru yang kita betul-betul dipertimbangkan untuk memperluas beberapa kemampuan dan kecakapan manusia. Media juga mempunyai kemampuan-kemampuan penyebarluasan informasi, akhirnya media dapat mempunyai akibat yang sangat luas atas kehidupan manusia.

Lain halnya dengan ungkapan Harold Innis tokoh determinasi media ini mengkaitkan bentuk karakteristik peradaban purba secara berturut-turut pada mode komunikasi yang umum dan dominan, yang masing-masing mengandung "biasnya" sendiri dalam hubungannya dengan bentuk sosial.[29] Dengan

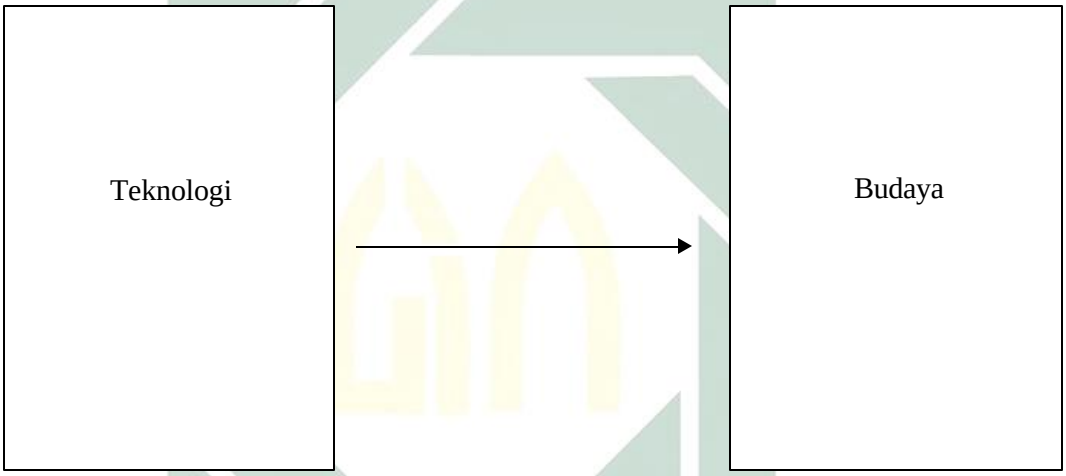
---

[27] Astrid S. Susanto, *Komunikasi dalam Teori dan Praktek*, (Bandung: Bina Cipta, 1988), h. 6
[28] Nurudin, op.cit, h. 174
[29] Dennis Mequil, *Teori Komunikasi*, (Jakarta: PT. Airlangga, 1996), h. 97

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

demikian, Innis memandang perubahan dari batu ke daun lontar sebagai penyebab peralihan dari kekuasaan kerajaan ke kekuasaan iman.

Menurut Innis, media komunikasi secara prinsip mempengaruhi organisasi sosial, sedangkan McLuhan mengatakan media komunikasi mempengaruhi organisasi, indra pemikiran.[30] Model teori ini dapat digambarkan sebagai berikut:



Bagan 2.3 Media Komunikasi Yang Mempengaruhi Media Komunikasi

Sumber AloLiliveri, (2001: 72)

Karena media mempengaruhi bentuk-bentuk organisasi sosial. Maka setiap media memiliki bias waktu dan bias ruang. Seperti contoh media kuno seperti batu, tanah hat, meskipun merupakan rekaman pesan yang sangat

[30] Alo Liliweri M.S, *Gatra-gatra Komunikasi Antar Budaya*, (Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 2001), h. 72

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

permanen sangatlah sukar diangkat ke tempat yang jauh. Oleh sebab itu media tersebut memiliki bias waktu yang melebihi bias ruang.

Dalam teori ini Innis mengemukakan pula bahwa dampak sosial komunikasi berfokus pada dua saluran komunikasi ulama, yaitu komunikasi lisan dan komunikasi tertulis.[31] Masing-masing memiliki tipe budaya yang sangat berbeda. Budaya lisan diatur oleh tradisi, golongan elit, dan orang-orang tua suku.

Budaya ini adalah budaya dengan bias waktu karena komunikasi lisan menyampaikan pesan-pesan dengan lambat, menempuh jarak yang dekat (jarak dibatasi oleh kemampuan suara manusia). Cerita dongeng rakyat dan mitologi melestarikan cara-cara yang telah teruji dan benar serta mempertahankan otoritas golongan elit yang memerintah. Sebaliknya, budaya tertulis menunjukkan penyebaran pesan yang lebih jauh.

Dari teori ini, ada beberapa perubahan besar yang mengikuti perkembangan teknologi dalam berkomunikasi. Masing-masing periode sama-sama memperluas perasaan dan pikiran manusia.

Selain dari teori diterminasi tersebut diatas, teori yang dapat dikemukakan juga adalah pada teori uses dan gratification. Dalam pemikiran teori ini tertekan pada apa yang dilakukan oleh media terhadap pemenuhan kepuasan. Teori ini juga mempertimbangkan apa yang dilakukan orang pada media, yaitu menggunakan media untuk pemuas kebutuhannya. Penganut teori ini meyakini bahwa individu sebagai mahluk supra-rasional dan sangat selektif.

[31] Ibid, h. 71

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

Menurut para pendirinya, Elihu Katz; Jay G. Blumler; dan Michael Gurevitch[32], uses dan gratifications meneliti asal mula kebutuhan secara psikologis dan sosial, yang menimbulkan harapan tertentu dari media massa atau sumber-sumber lain, yang membawa pada pola terpaan media yang berlainan (atau keterlibatan pada kegiatan lain), dan menimbulkan pemenuhan kebutuhan dan akibat-akibat lain. Perkembangan teori uses dan gratification Media dibedakan dalam tiga fase[33], yaitu:

Fase pertama ditandai oleh Elihu Katz dan Blumler (1974) memberikan deskripsi tentang orientasi subgroup audiens untuk memilih dari ragam isi media. Dalam fase ini masih terdapat kelemahan metodologis dan konseptual dalam meneliti orientasi audiens.

Fase kedua, Elihu Katz dan Blumler menawarkan operasionalisasi variabel-variabel sosial dan psikologis yang diperkirakan memberi pengaruh terhadap perbedaan pola–pola konsumsi media. Fase ini juga menandai dimulainya perhatian pada tipologi penelitian gratifikasi media.

Fase ketiga, ditandai adanya usaha menggunakan data gratifikasi untuk menjelaskan cara lain dalam proses komunikasi, dimana harapan dan motif audiens mungkin berhubungan.

Kristalisasi dari gagasan, anggapan, temuan penelitian tentang Uses dan Gratification Media mengatakan, bahwa kebutuhan social dan psikologis menggerakkan harapan pada media massa atau sumber lain yang membimbing

---

[32] Dikutip dalam bukunya Jalaluddin Rakhmat, 1984 http://kuliahkomunikasi.com/2008/11/penerapan-teori-uses-gratification-pada-internet/

[33] Perkembangan Teori uses dan gratifikasion dalam Rosengren dkk., 1974

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

pada perbedaan pola-pola terpaan media dalam menghasilkan pemuasan kebutuhan dan konsekuensi lain yang sebagian besar mungkin tidak sengaja.

Pemuas kebutuhan yang berupa komunikasi dapat diuraikan menjadi lima elemen atau asumsi-asumsi dasar dari Uses and Gratification Media[34] sebagai berikut:

1. Audiens adalah aktif, dan penggunaan media berorientasi pada tujuan.
2. Inisiative yang menghubungkan antara kebutuhan kepuasan dan pilihan media spesifik terletak di tangan audiens
3. Media bersaing dengan sumber-sumber lain dalam upaya memuaskan kebutuhan audiens
4. Orang-orang mempunyai kesadaran-diri yang memadai berkenaan penggunaan media, kepentingan dan motivasinya yang menjadi bukti bagi peneliti tentang gambaran keakuratan penggunaan itu.
5. Nilai pertimbangan seputar keperluan audiens tentang media spesifik atau isi harus dibentuk.

Pengujian-pengujian terhadap asumsi-asumsi Uses dan Gratification Media menghasilkan enam (6) kategori identifikasi dan temuan-temuannya[35], sebaga berikut:

1. Asal usul sosial dan psikologis gratifikasi media.

   Anggota audiens tidak anonimous dan sebagai individu yang terpisah, tetapi sebagai anggota kelompok sosial yang terorganisir dan sebagai partisipan dalam sebuah kultur. Sesuai dengan anggapan ini,

[34] Elihu Katz;Jay G. Blumler; dan Michael Gurevitch (dalam Baran dan Davis, 2000)
[35] Rosengren dkk., Identifikasi Media 1974,

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

media berhubungan dengan pemenuhan kebutuhan dan keperluan individu-individu, yang tumbuh didasarkan lokalitas dan relasi sosial individu-individu tersebut[36].

Faktor-faktor psikologis juga berperan dalam memotivasi penggunaan media. Konsep-konsep psikologis seperti kepercayaan, nilai-nilai, dan persepsi mempunyai pengaruh dalam pencarian gratifikasi dan menjadi hubungan kausal dengan motivasi media.

2. Pendekatan nilai pengharapan.

Konsep pengharapan audiens yang perhatian (concern) pada karakteristik media dan potensi gratifikasi yang ingin diperoleh merupakan asumsi pokok Uses and Gratification Media mengenai audiens aktif. Jika anggota audiens memilih di antara berbagai alternatif media dan non media sesuai dengan kebutuhan mereka, mereka harus memiliki persepsi tentang alternatif yang memungkinkan untuk memperoleh kebutuhan tersebut. Kepercayaan terhadap suatu media tertentu menjadi faktor signifikan dalam hal pengharapan terhadap media itu.

3. Aktifitas audiens.

Menyusun tipologi aktifitas audiens yang dibentuk melalui dua dimensi[37]:

a. Orientasi audiens: selektifitas; keterlibatan; kegunaan.
b. Skedul aktifitas: sebelum; selama; sesudah terpaan (baca handsout "audiens")

[36] John W.C. Johnstone (1974)
[37] Levy dan Windahl (1984)

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

Dalam penelitian tentang penggunaan media, menemukan perbedaan anggota audiens berkenaan dengan basis gratifikasi yang dirasakan[38]. Dipengaruhi beberapa faktor. Yaitu: struktur media dan teknologi; isi media; konsumsi media; aktifitas non media; dan persepsi terhadap gratifikasi yang diperoleh.

Secara eksperimental menggali pengaruh "rangkaian motivasi pada proses komersialisasi politik melalui TV[39]. Ia menemukan bahwa anggota audience secara aktif memproses/mencerna isi media, dan pemrosesan ini dipengaruhi oleh motivasi.

4. Gratifikasi yang dicari dan yang diperoleh.

Pada awal sampai pertengahan 1970-an sejumlah ilmuwan media menekankan perlunya pemisahan antara motif konsumsi media atau pencarian gratifikasi (GS) dan pemerolehan gratifikasi (GO). Penelitian tentang hubungan antara GS dan GO, menghasilkan temuan sebagai berikut GS individual berkorelasi cukup kuat dengan GO terkait. Di lain pihak GS dapat dipisahkan secara empiris dengan GO, seperti pemisahan antara GS dengan GO secara konseptual, dengan alasan sebagai berikut:

a. GS dan GO berpengaruh, tetapi yang satu bukan determinan bagi yang lain.
b. Dimensi-dimensi GS dan GO ditemukan berbeda dalam beberapa studi.
c. Tingkatan rata-rata GS seringkali berbeda dari tingkatan rata-rata GO.

[38] Katz, Gurevitch, dan Haas (1973)
[39] Garramore (1983) Media Sebagai Alat Komunikasi

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

d. GS dan GO secara independen menyumbang perbedaan pengukuran konsumsi media dan efek.

Penelitian GS dan GO menemukan bahwa GS dan GO berhubungan dalam berbagai cara dengan variabel-variabel: terpaan; pemilihan program dependensi media; kepercayaan; evaluasi terhadap ciri-ciri atau sifat-sifat media.

5. Gratifikasi dan konsumsi media.

Penelitian mengenai hubungan antata gratifikasi (GS-GO) dengan konsumsi media terbagi menjadi dua kategori utama, yaitu:

a. Studi tipologis mengenai gratifikasi media.
b. Studi yang menggali hubungan empiris antara gratifikasi di satu sisi dengan pengukuran terpaan media atau pemilihan isi media di sisi lain.

Studi-studi menunjukkan bahwa gratifikasi berhubungan dengan pemilihan program. Becker dan Fruit memberi bukti bahwa anggota audiens membandingkan GO dari media yang berbeda berhubungan dengan konsumsi media. Studi konsumsi media menunjukkan terdapat korelasi rendah sampai sedang antara pengukuran gratifikasi dan indeks konsumsi.

6. Gratifikasi dan efek yang diperoleh.

Windahl memebri penejlasan bahwa model uses and effects, menunjukkan bahwa bermacam-macam gratifikasi audiens berhubungan dengan spectrum luas efek media yang meliputi pengetahuan, dependensi,

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

sikap, persepsi mengenai realitas social, agenda setting, diskusi, dan berbagai efek politik.

Blumer mengkritisi studi uses and effects sebagai kekurangan perspektif. Dalam usaha untuk menstimulasi suatu pendekatan yang lebih teoritis, Blumer menawarkan tiga hipotesis sebagai berikut:

a. Motivasi kognitif akan memfasilitasi penemuan informasi.
b. Motivasi pelepasan dan pelarian akan menghadiahi penemuan audiens terhadap persepsi mengenai situasi sosial.
c. Motivasi identitas personal akan mendorong penguatan efek.

C. Kajian Penelitian Terdahulu

Sebagai alat atau media komunikasi email merupakan perkembangan teknologi yang modern untuk mempermudah manusia dalam melakukan pergaulan berupa komunikasi .

Damanhuri Halim adalah seorang mahasiswa IAIN Sunan Ampel Surabaya. Dalam penelitiannya dilakukan di Desa Genteng Kecamatan Genteng Kabupaten Banyuwangi dengan narasumber dari dalang pemain Kendang kempul beserta para timnya. Judul skripsi yang dibuat adalah "Dakwah Melalui Media Kesenian Kendang Kempul Di Desa Genteng Kecamatan Genteng Kabupaten Banyuwangi". Mengungkapkan bahwa kesenian tradisional kempul adalah salah satu bentuk seni yang dapat dijadikan sebagai media dakwah, karena kendang kempul menyimpan dan memiliki nilai-nilai yang spiritual. Lebih khusus lagi seni kendang kempul

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

sering menyikapi masalah-masalah sosial yang terjadi di kalangan masyarakat. Fokus masalah yang pada penelitian ini pada dasarnya seni tradisional kendang kempul adalah salah satu bentuk kesenian yang berada di Indonesia yang memiliki ciri-ciri khusus.

Permasalahan yang diangkat dalam penelitiannya adalah bagaimana seni tradisional Kendang Kempul dalam menyampaikan dakwah islamiyah di Desa Genteng Kecamatan Genteng Kabupaten Banyuwangi. Dan dapatkah seni tradisional Kendang Kempul dijadikan sebagai sarana (media) dakwah islamiyah serta bagaimana pula prospek dimasa mendatang. Kesimpulan yang dapat diambil antara lain bahwa seni kendang kempul dapat dijadikan sebagai media dakwah khususnya di Desa Genteng kecamatan Genteng Kabupaten Banyuwangi. Namun untuk mengembangkan dan menyampaikan ajaran Islam masih kurang maksimal, walaupun seni tradisional ini sudah sangat popular. Sedangkan untuk sisi lainnya untuk kehidupan dan hiburan masyarakat relatif cukup berhasil. Dengan demikian perkembangan sent kendang kempul sudah mendapatkan tempat tersendiri di Desa Genteng. Sehingga seni kendang kempul dapat dioptimalkan kembali sebagai media dakwah di Desa Genteng Kecamatan Genteng Kabupaten Banyuwangi.

Mahasiswa IAIN Sunan Ampel [40], dalam skripsinya berjudul tari jaranan menyebutkan bahwa kempul adalah suatu alat yang terbuat dari logam berbentuk seperti gong kecil, satu keistimewaan kempul dapat dipakai dalam segala macam gending, baik irama keras atau cepat maupun halus dan

[40] Muhammad Muslim, 2003, Skripsi judul tari jaranan sebagai alat media komunikasi, tidak dipublikasikan IAIN Sunan Ampel

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

Pelan. Ia juga mengungkapkan kata lain dari kempul adalah bonang. Istilah bonang tersebut berasal dari kata *"Nong-Nang"* sesuai dengan bunyinya, kata *nong* berarti menunjukkan arah, yaitu *nangkono* (jawa) artinya situ. Demikian pula *"nang"* berarti *nangkene* (jawa) yang artinya sini. Jadi *"Nong-Nang"* berarti menunjukkan arah disitu dan disini.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

BAB III

METODE PENELITIAN

A. Pendekatan dan Jenis Penelitian

Adapun pendekatan yang digunakan oleh peneliti adalah pendekatan atau paradigma naturalistik atau disebut juga paradigma definisi sosial *(Social Definition)* yaitu menekankan pada hakikat kenyataan sosial yang didasarkan pada definisi subjective dan penilaiannya. Paradigma naturalistik terbagi atas beberapa aliran antara lain: fenomenologis, interaksionisme simbolik, kebudayaan, dan etnometodologi. Tapi disini peneliti menggunakan aliran fenomenologis, dimana peneliti berusaha memahami arti dan kaitan-kaitannya terhadap orang-orang biasa dalam situasi-situasi tertentu. Peneliti menggunakan aliran fenomenologis karena media komunikasi merupakan kebutuhan yang sering digunakan oleh orang-orang dalam kehidupan sosial.

Jenis penelitian ini adalah kualitatif, kualitatif yaitu sebagai prosedur penelitian yang menghasilkan data deskriptif berupa kata-kata tertulis atau lisan dari orang-orang dan perilaku yang dapat diamati.[41]

Penelitian kualitatif mempunyai ciri lebih menekankan pada makna dan proses daripada hasil suatu aktivitas. Ketika melakukan penelitian, maka peneliti bukan sebagai orang yang ahli, tetapi orang yang sedang belajar mengenai sesuatu dari subyek yang diteliti. Didalam analisisnya bukan menggunakan statistik akan tetapi pemahaman *(understanding).* Dalam

[41] Lexy J. Moleong, *Metodologi Penelitian Kualitatif,* (Bandung: PT. Remaja Rosdakarya, 2002), h. 225

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

penelitian ini data-data yang terkumpul berupa kata-kata yang tertulis, tergambar dan bukan merupakan angka-angka. Jenis penelitian ini menekankan pada cara berpikir lebih mendalam yang bertitik tolak dari paradigma fakta sosial yang obyektivitasnya dibangun atas dasar rumusan tentang situasi tertentu. Penelitian deskriptif merupakan penelitian untuk memaparkan suatu fakta melalui sajian data tanpa menguji hipotesis, mencari hubungan-hubungan dan membuat prediksi. Jadi penelitian ini diusahakan untuk mencari data secara sistematik, faktual, dan akurat mengenai fakta-fakta dari daerah tertentu.

Dari penjelasan tersebut diatas maka dapat diambil kesimpulan bahwa penelitian deskriptif bertujuan untuk mendeskriptifkan atau melukiskan dan menganalisa suatu realita gejala sosial tertentu secara rinci. Dengan kata lain dapat menerangkan dan menjawab segala permasalahan penelitian ini. Dan penelitian kualitatif adalah penelitian yang berdasarkan pada kasus-kasus terbatas secara mendalam dan menyeluruh, tidak mengenal pemilihan-pemilihan gejala secara konseptual. Hal ini diperlukan untuk menemukan teori-teori baru yang berhubungan dengan setting yang sedang diteliti. Jadi penelitian ini tidak direduksi dan tidak pula didasarkan pada hipotesa yang telah direncanakan sebelumnya. Akan tetapi dilihat sebagai bagian yang utuh, sesuai dengan data yang didapatkan di lapangan.

Alasan penulis memilih jenis data kualitatif, karena dalam penelitian kualitatif pemalsuan data dapat dihindari, hal ini disebabkan adanya tehnik menguji keabsahan data pada data yang diragukan sebagaimana yang akan

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

peneliti paparkan pada halaman berikut. Pada penelitian jenis kualitatif ini peneliti dapat dengan mudah menggali data dengan cara menyatu atau berbaur dengan obyek penelitian. Dan dapat secara langsung terjun ke lapangan guna menggali lebih dalam lagi data yang dibutuhkan.

B. Lokasi dan Sasaran Penelitian

Penelitian ini dilakukan di perusahaan Arek TV Surabaya. Adapun sasaran penelitian adalah reportase Arek TV Surabaya yang dibatasi melalui jumlah subjek penelitian dari kesamaan posisi atau kedudukan dalam perusahaan Arek TV Surabaya.

C. Jenis dan Sumber Data

1. Jenis data penelitian

Untuk jenis data dalam penelitian ini menggunakan jenis data dengan kata-kata, ucapan dan tindakan dari orang-orang yang diamati atau diwawancarai. Yang dimaksud dengan jenis data kata-kata disini adalah diperoleh dari kata-kata yang dikemukakan para informan dari hasil wawancara yang dilakukan oleh peneliti. Untuk data ucapan diperoleh peneliti dari ungkapan-ungkapan ataupun keterangan yang dikemukakan oleh para karyawan yang menjadi obyek penelitian.

Setelah jenis-jenis data tersebut diperoleh, penelitian juga membutuhkan jenis data tambahan sebagai pelengkap data penelitian. Jenis data tambahan yang dibutuhkan disini berupa sumber tertulis yakni;

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

hasil email yang diberikan berupa berita yang akan disampaikan dari karyawan luar ke karyawan dalam untuk diolah sebagai berita secara langsung.

Selain itu jenis data yang diperoleh dalam penelitian ini juga dihasilkan pada pelaksanaan observasi yang dilakukan oleh peneliti baik di luar perusahaan maupun di dalam perusahaan. Observasi penelitian yang dilakukan diluar perusahaan adalah mengetahui jenis data yang digunakan oleh karyawan saat mengirimkan berita kepada perusahaan sebagai alat komunikasi yang berupa media email. Selain itu data yang diperoleh dari observasi dalam perusahaan Arek TVSurabaya juga diperoleh berdasarkan pada penyampaian kritik dan saran perusahaan setelah email atau proses pengiriman berita yang didapatkan layak digunakan sebagai berita atau tidak atau data tersebut masih kurang bagi perusahaan, maka sumber data dari observasi yang ebrupa email yang digunakan oleh perusahaan Arek TV Surabaya yang terdapat di dalam perusahaan juga menggunakan Email sebagai alat komunikasi, selain HP yang digunakan.

2. Sumber data penelitian

Sumber data dalam penelitian ini dapat dibedakan menjadi dua macam, yaitu sumber data primer dan sumber data sekunder.

Yang menjadi sumber data primer dalam penelitian ini adalah penggunaan atau keberadaan email yang terdapat di perusahaan Arek TV Surabaya sebagai alat komunikasi karyawan. Serta dengan cara wawancara (interview). Dari sumber data ini diperoleh tentang semua data yang

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

diperlukan. Sumber data ini disebut sebagai informan. Dari sumber data ini diharapkan akan memperoleh data tentang penggunaan email, sikap atau tanggapan karyawan memebrikan arah tujuan yang diinginkan peneliti. Sedang yang menjadi sumber data sekunder ialah dokumen yang berkenaan dengan obyek penelitian.

D. Tahap-tahap Penelitian

Sistem penggarapan penelitian ini dengan beberapa tahap yang harus ditempuh oleh peneliti antara lain :

1. Tahap pra penelitian

   Pada tahap ini peneliti harus mempersiapkan apa saja yang diperlukan saat peneliti akan terjun dalam lapangan, dan persiapan yang harus dilakukan peneliti antara lain:

   a. Menyusun rancangan penelitian

      Dalam penyusunan rancangan penelitian ini, peneliti menyusun rencana penelitian mulai dari pencarian fenomena yang menarik, memilih judul yang tepat sehingga ada persetujuan dari ketua jurusan serta pembuatan proposal, dimana isi dari proposal tersebut memilih lokasi, memilih informan, dan mengurus perizinan dari yang bersangkutan dalam hal ini pimpinan perusahan Arek TV Surabaya.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

b. Memilih lapangan penelitian

Untuk memilih lapangan penelitian, peneliti lebih tertarik bentuk komunikasi dalam mendapatkan berita secepatnya dengan berupa email di perusahaan karyawan arek TV Surabaya.

c. Mengurus perizinan

Dalam melakukan suatu penelitian disuatu wilayah. Dibutuhkan dengan adanya perizinan. Maka peneliti mengurus perizinan mulai dan persetujuan dari dosen pembimbing, meminta surat pengantar dari ketua jurusan, langkah selanjutnya dengan surat pengantar tersebut peneliti melampirkan proposal penelitian guna diajukan kepada pimpinan perusahaan arek TV Surabaya untuk meminta perizinan penelitian di yang kemudian mendapat surat keterangan perizinan penelitian.

d. Memilih dan memanfaatkan informan

Agar penelitian berjalan lancar dan sesuai sebagaimana yang diharapkan oleh peneliti, maka diperlukan informan. Begitu pentingnya informan dalam suatu penelitian, oleh sebab itu dalam mencari dan memilih informan, peneliti diharapkan berkejiwaan secara sukarela menjadi anggota tim penelitian walaupun hanya bersifat informal. Untuk memilih informan peneliti mencari dengan kriteria tertentu yang bisa memberikan informasi secara rinci.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

2. Tahap Analisis Data

Analisis data adalah proses mengatur urutan data, mengorganisasikannya ke dalam suatu pola, kategori dan satuan uraian dasar. Pada tahap ini data yang diperoleh dari berbagai sumber yaitu wawancara, pengamatan, catatan lapangan, dokumen dan lain-lain yang mendukung. Dikumpulkan, diklasifikasikan dan dianalisis dengan analisis deskriptif, melalui tahapan analisis sebagai berikut :

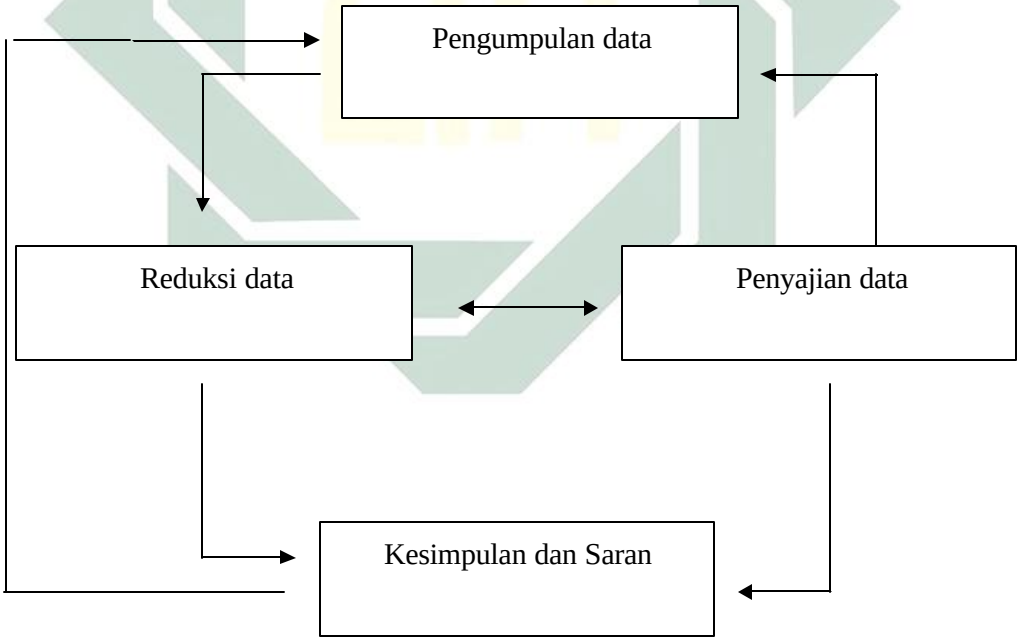
a. Pengumpulan data, data yang muncul dikumpulkan melalui berbagai macam teknik seusai dengan teknik pengumpulan data, kemudian diproses melalui pencatatan, pengetikan, penyuntingan.
b. Reduksi data, mencakup kegiatan mengiktiar hasil pengumpulan data selengkap mungkin, dan memilah-milah ke dalam suatu konsep tertentu, kategori tertentu, atau tema tertentu.
c. Penyajian data, seperangkat hasil reduksi diorganisasikan dalam suatu bentuk tertentu.
d. Penarikan kesimpulan atau verifikasi, dilakukan secara terus menerus sepanjang proses penelitian berlangsung.

Berdasarkan hal tersebut, data yang ada dilapangan tidak dibuktikan dengan angka-angka tetapi berisikan uraian-uraian, sehingga menggambarkan hasil yang sesuai dengan data yang telah dianalisa kemudian diinterprestasikan serta temuan-temuan yang diperoleh pada saat penelitian tersebut, kemudian dicarikan kesimpulan dan jalan penyelesaiannya.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

Selain itu pelaksanaan analisa data juga dipengaruhi dari mana sumber data penelitian tersebut diperoleh, jika sumber data diperoleh dari hasil observasi penelitian maka analisis data juga dijabarkan melalui tahapan-tahapan analisis data observasi. Begitu juga pelaksanaan analisis data yang diperoleh dari hasil wawancara peneliti dengan responden maka tahapan analisis data digunakan atau diperoleh dengan menggunakan analisis data brdasarkan data wawancara yang kemudian dapat digambarakan melalaui bagan analisis data.

Berdasarkan data tersebut maka dapat diuraikan melalui daftar gambar sebagai berikut [42]:



Bagan 3.1 Analisis Data Model Interaktif

Sumber : Moleong (2002 : 225)

[42] Lexy J. Moleong, *Metodologi Penelitian Kualitatif*, (Bandung: PT. Remaja Rosdakarya, 2002), h. 225

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

3. Tahap Penulisan Laporan

Dari data-data dan informasi yang di dapat, peneliti mengklasifikasikannya dan kemudian menyusunnya menjadi suatu penulisan laporan penelitian yang diharapkan oleh peneliti.

E. Teknik Pengumpulan Data

Untuk menggali data dari sumbar data yang ialah ditentukan, maka diperlukan adanya metode pengumpulan data, yakni sebagai alat kerja dalam pengumpulan data. Karena dalam penelitian data sangatlah penting. Validitas nilai sebuah penelitian sangat ditentukan oleh data. Apabila data yang diperoleh tersebut benar, maka akan sangat berarti sekali penelitian tersebut. Akan tetapi apabila data tersebut tidak benar, maka akan melahirkan suatu laporan penelitian yang salah. Karena itu diperlukan adanya metode pengumpulan data yang tepat. Sehubungan dengan penelitian Kempul sebagai media komunikasi masyarakat. Metode pengumpulan data yang digunakan oleh peneliti adalah sebagai berikut :

1. *Interview in depth* / wawancara mendalam

Wawancara mendalam adalah percakapan dengan tertentu. Percakapan itu dilakukan oleh dua orang yakni pewawancara *(interviewer)* yang mengajukan pertanyaan dan yang diwawancarai *(interviewee)* yang memberikan jawaban atas pertanyaan itu.

Melalui wawancara pengajuan pertanyaan secara langsung oleh pewawancara (pengumpul data) kepada responden dan jawaban-jawaban

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

dari responden di catat atau direkam dengan alat perekam sebagai bagian proses untuk mendapatkan data dengan mudah dan valit

Dalam metode wawancara ini peneliti lakukan secara langsung dengan informan, yakni karyawan perusahaan Arek TVSurabaya. Teknik ini digunakan peneliti untuk memperoleh keterangan atau informasi yang menyangkut data yang dibutuhkan.

2. Observasi Partisipant

Metode observasi partisipant adalah teknik penelitian dengan cara mengamati suatu kejadian, gerak atau proses baik secara langsung melalui fenomena-fenomena yang diteliti. Dengan metode ini peneliti dapat secara langsung mengamati kegiatan desa sebagai obyek penelitian. Disini peneliti terlihat secara langsung didalam kegiatan-kegiatan yang ada di perusahaan.

3. Dokumenter

Metode ini merupakan penunjang bagi peneliti dalam usahanya menggali atau mendapatkan jawaban dari berbagai masalah dalam penelitian. Adapun penggalian data peneliti memperoleh dari:

a. Data monografis perusahaan
b. Menelaah buku-buku yang ada kaitannya dengan pembahasan penelitian ini.

Dari penggalian data tersebut, kemudian dianalisis atau diolah berdasarkan aturan yang telah ditetapkan seperti yang dijelaskan pada teknik analisis data.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

F. Teknik Analisis Data

Analisis data menurut Moleong adalah proses mengorganisasikan dan mengurutkan data ke dalam pola kategori dan satuan uraian dasar sehingga dapat ditemukan tema dan dapat dirumuskan hipotesis kerja seperti yang disarankan oleh data.[43]

Dalam penelitian ini menggunakan analisis induktif, yakni mengembangkan suatu teori dari data tersebut. Dalam analisis ini kita berangkat dari kasus-kasus bersifat khusus berdasarkan pengalaman nyata (ucapan atau prilaku subjek penelitian atau situasi lapangan penelitian). Untuk kemudian kita generalisasikan model, konsep, teori, prinsip, proposisi atau definisi yang bersifat umum dengan menggunakan analisis ini akan mampu menguji suatu teori dan bisa mencakup sikap permasalahan yang ditelaah. Dengan kata lain, induksi analitik adalah suatu metode untuk menguji suatu hipotesis dalam penelitian lapangan.

G. Teknik Keabsahan Data

Teknik keabsahan data dalam suatu penelitian merupakan dasar obyektifitas hasil yang dicapai. Dalam penelitian yang menggunakan jenis penelitian kualitatif. Terhadap kajian kempul sebagai media komunikasi menggunakan beberapa teknik dalam mengevaluasi keabsahan data sebagai berikut:

[43] Lexy J. Moleong, Ibid, h. 103-198

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

1. Perpanjangan Keikutsertaan

Peneliti dalam penelitian kualitatif ini adalah instrumen utama, sehingga keikutsertaan peneliti sangat menentukan dalam pengumpulan data. Dengan adanya perpanjangan keikutsertaan ini, hasil yang dapat diperoleh adalah peneliti banyak mempelajari suatu kebiasaan dan kebudayaan yang berkaitan dengan informasi penelitian ini sehingga dari sini peneliti dapat menilai dan menguji kebenaran serta kedalaman dari informasi yang disampaikan.

Selain itu untuk mendapatkan informasi yang valid maka peneliti terlibat langsung dalam kehidupan masyarakat dengan waktu yang relatif lama. Hal ini dilakukan dengan maksud memperoleh data yang selengkapnya, sehingga data yang diperoleh terjaga kevaliditasnya. Oleh sebab itu perpanjangan keikutsertaan dimaksudkan supaya data dapat terhindar dari kekeliruan dan membangun kepercayaan diri peneliti.

2. Derajat Kepercayaan (*Credibility*)

Kreteria ini berfungsi melakukan inquiri (penyelidikan) sedemikian rupa sehingga tingkat kepercayaan hasil-hasil penemuannya dapat rupa sehingga tingkat kepercayaan hasil-hasil penemuannya dapat dipercaya serta menunjukkan derajat kepercayaan hasil-hasil penemuan dengan jalan pembuktian oleh peneliti pada kenyataan ganda yang sedang diteliti. Beberapa cara yang dapat dilakukan dalam hal ini adalah :

a. Pengamatan yang terus-menerus terhadp objek penelitian dan peneliti terjun langsung ke lokasi

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

b. Membicarakan dengan orang lain (*peer debriefing*), hasil kajian di diskusikan dengan orang lain yang dimiliki pengetahuan tentang pokok penelitian dan metode penelitian yang diharapkan.

c. Melakukan triangulasi, yaitu melakukan pengecekan kenebaran data tertentu dan membandingkannya dengan data yang diperoleh, dari sumber lain, padaberbagai fase penelitian ini metode tersebut digunakan untuk menguji data para informasi dengan dokumen yang ada.

3. Standart ketergantungan (*dependability*), yakni pemeriksaan terhadp ketatapan pengumpulan data dan analisa data

4. Keteralihan (*transferability*), sebagai persoalan empiris yang bergantung pada kesamaan antara konteks pengirim dan penerima.

5. Kepastian (*conformability*), melakukan pemeriksaan yang cermat terhadap seluruh komponen dan proses penelitian dan hasil penelitian.

6. Ketekunan Pengamatan

Peneliti harus tekun melakukan pengamatan dan juga dapat mempertahankan sikap terbuka dan jujur, sehingga informan merasa dibutuhkan karena itu untuk mendapatkan hasil yang akurat dan bertujuan untuk menemukan unsur-unsur dalam situasi yang relevan dengan persoalan atau isu yang sedang di cari dan kemudian memusatkan diri pada hal-hal tersebut secara rinci.[44] Dengan adanya ketekunan pengamatan maka akan diperoleh kedalaman data yang bisa disesuaikan dengan masalah yang diteliti.

[44] Lexy J. Moleong, op.cit., h. 177

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

Selama berada di lokasi penelitian, peneliti menggunakan waktu sebaik-baiknya dengan tekun mengamati dan memusatkan perhatian pada hal-hal yang relevan dengan fokus masalah. Hal ini dilakukan secara berkesinambungan, setelah itu peneliti menelaah informasi secara rinci agar dapat dipahami.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

BAB IV

DESKRIPSI LOKASI PENELITIAN

A. Diskriptif Lokasi Penelitian

Sesuai dengan ilmu geologis, perusahaan Arek TV Surabaya mempunyai letak yang strategis sesuai dengan kemampuan dan jangkauan usaha dalam perusahaan. Jangkauan yang dikemukakan ini memberikan manfaat secara geologis yaitu pada posisi yang baik yaitu pada pusat kota, yaitu pada kota Surabaya sebagai ibu kota Propinsi Jawa Timur sebagai sebagai acuan kemudahan dalam menerima dan menyalurkan informasi yang lebih cepat dibanding letak secara geologis yang terda pat di pedesaan terutama pada jangkauan yang di dapatkan oleh Arek TV Surabaya. Letak perusahaan Arek TV Surabaya yaitu terletak pada Jl Cipta Menanggal Utara No 66 Surabaya 60234 Telp (031) 8296133 dengan email www.arektelivisi.com

Perusahaan Arek TV Surabaya menjadi obyek penelitian termasuk salah satu perusahaan TV swasta yang terdapat di Surabaya yang mempunyai di wilayah Surabaya dan sekitarnya seperti Jombang, Mojokerto, Kediri, Gempol, Madura, Gresik, Sidoa rjo, Probolinggo, Nganjuk, Malang, Lamongan, Bojonegoro dan Tuban. Arek TV disiarkan melalui frekuensi 48 UHF.[45].

[45] Wikipedia, (http://id.wikipedia.org/wiki/areTV diakses 14 April 2009

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

B. Kondisi Sarana Informasi dan Perhubungan

Seluruh kegiatan karyawan dalam aktivitasnya dibantu dengan adanya sarana transportasi / perhubungan, yang menghubungkan karyawan yang terdapat di dalam maupun di luar perusahan dengan tujuan/kepentingan perusahan dalam mendapatkan dan memberikan olahan komunikasi yang akan disajikan pada warga Surabaya dan sekitarnya terutama wilayah Jawa Timur,. Dengan demikian semua kegiatan yang dilakukan oleh karyawan itu menghasilkan apa yang diinginkan. Adapun sarana transportasi darn informasi yang ada di perusahaan antara lain:

a. Sarana transportasi
   1. Kendaraan Pribadi
   2. Kendaraan perusahan
b. Sarana informasi
   1. Televisi
   2. Parabola
   3. Computer dengan fasilitas (internet)

   Kesemua sarana tersebut dipakai oleh karyawan untuk melakukan menginformasikan berita yang didapatkan di luar perusahaan maupun di dalam perusahaan.

c. Proses pelaksanaan penghubungan

   Dalam aktifitasnya, semua karyawan Arek TV Surabaya mengawali kerjanya dengan selalu memeriksa apakah ada email baru yang

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

masuk. Karena semua komputer yang ada di masing-masing meja karyawan Arek TV telah tersambung dengan koneksi internet.

Email adalah surat melalui media elektronik. Melalui email semua karyawan dapat mengirim surat elektronik baik berupa teks maupun gabungan dengan gambar, yang dikirimkan dari satu alamat email ke alamat lain di jaringan internet apabila kita mengirim surat melalui email kita dapat memperoleh beberapa keuntungan. Antara lain, dengan menggunakan email, surat (informasi) yang kita kirim ke alamat email lain akan secara langsung diterima, selain itu biaya yang kita keluarkan cukup murah.

Dengan email, karyawan Arek TV dapat saling bertukar informasi di belahan dunia manapun. Karyawan Arek TV juga bisa mengirimkan berita yang diperolehnya melalui email pada saat mereka sedang di luar kantor. Karena tugas karyawan Arek TV adalah mencari berita/informasi untuk disajikan di program siarannya, maka dengan email segalanya akan lebih mudah.

C. Diskriptif Informan

Dalam pemenuhan data penelitian yang berhubungan dengan karyawan Arek TV Surabaya maka informan penelitian ini dapat diuraikan melalui diskripsi atau pembagian tugas karyawan yang ada di perushaaan Arek TV Surabaya yang selalu menangani email keluar dan masuknya berita untuk perusahaan yaitu sebagai berikut :

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

1. Informan yang beraktifitas dalam perusahaan
    a. Bapak Aji Santoso sebagai editing
    b. Bapak Bapak Ali sebagai layout
    c. Bapak Ismail sebagai penyunting data
    d. Bapak Moch Choiri sebagai editing
2. Informan yang aktivitas di luar Perusahaan
    a. Bapak Asmawi sebagai wartawan luar bagian sosial budaya
    b. Bapak Askandar sebagai wartawan luar bagian hukum dan kriminal

D. Diskriptif Proses Aktifitas Reporting Terhadap Email

Dalam pemenuhan data penelitian yang berhubungan dengan karyawan Arek TV Surabaya maka Aktifitas reporting Arek TV dapat diklasifikasikan berdasarkan pekerjaan yang dihasilkan yang berupa jumlah email yang aktif dalam setiap harinya untuk menunjang pekerjaan Arek TV Surabaya yaitu sebanyak kurang lebih 10 – 20 email baik yang berupa foto dokumentasi atau isi berita yang siap di publikasikan kekhalayak umum

Dari banyaknya email yang diberikan oleh para pekerja pada perusahaan Arek TV Surabaya, juga dipengaruhi oleh editing, dimana kelayakan email yang siap untuk dipublikasikan di khalayak umum ditentukan berdasarkan kriteria yang ada sesuai dengan aturan-aturan hukum dan aturan perusahaan yang telah ditetapkan. Kelayakan pakai email oleh reporting Arek TV Surabaya tidak dapat diuraikan dalam penelitian ini, yang dikarenakan rahasia perusahaan yang dilindungi oleh undang-undangyang berlaku. Oleh karena itu dalam penelitian ini

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

email yang masuk dalam perusahaan tidak di publikasikan di tempat umum kecuali ada hal-hal yang perlu untuk dipublikasikan

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

BAB V

PENYAJIAN DAN ANALISIS DATA

A. Penyajian Data

1. Latar Belakang Penggunaan Email sebagai Media Komunikasi

Dalam kehidupan sehari-hari orang begitu sering membicarakan masalah teknologi. Tanpa sadar ataupun tidak setiap orang melihat, mempergunakan bahkan kadang-kadang merusak hasil teknologi itu sendiri. Jika diamati lebih rinci suatu masyarakat dan kebudayaan merupakan suatu keseluruhan dan satu kesatuan yang tidak dapat dipisahkan dmana antara satu dengan yang lainnya saling bergantung, serta saling mempengaruhi.

Adapun yang melatar belakangi karyawan perusahaan Arek TVSurabaya untuk menggunakan email sebagai media komunikasi, dikarenakan alat ini merupakan alat mempermudah aktifitasnya untuk menggali atau mengawali kerjanya. Alat yang mempermudah kerjanya yang berupa email tersebut sesuai dengan apa yang dikemukakan oleh salah satu karyawan Arek TVSurabaya bapak Aji Santoso, menurut beliau:

> Penggunaan email dalam pada karyawan Arek TVSurabaya adalah alat yang digunakan untuk berkomunikasi antar karyawan Arek TVSurabaya dalam menyelesaikan pekerjaannya, kemudahan tersebut didasarkan atas pekerjaan informasi yang dibutuhkan oleh karyawan Arek TVSurabaya dalam menggali informasi dalam pekerjaanya sebagai media informasi yang terdapat di Surabaya terutama di Jawa Timur. [46]

[46] Hasil wawancara dengan Bapak Aji Santoso, 21 Mei 2010

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

Selain itu juga sesuai dengan pendapat yang dikemukakan oleh bapak Rudi sebagai karyawan Arek TVSurabaya. Latar belakang di gunakannya email di perusahaan bagi karyawan Arek TVSurabaya adalah sebagai berikut

> Dikarenakan adanya kesamaan pekerjaan yaitu memberikan informasi secepatnya agar tercapainya tujuan dari pekerjaan mereka pada perusahaan Arek TVSurabaya, selain HP yang ada pada setiap karyawan.[47]

Lain halnya pendapat yang dikemukakan oleh Bapak Asmawi tentang latar belakang diguakannya email sebagai alat komunikasi karyawan Arek TVSurabaya

> Email yang saya gunakan, dalam menyelesaikan pekerjaan sesungguhnya diawali karena banyaknya kegunaan yang diberikan oleh alat komunikasi tersebut di banding dengan pos yang selama ini digunakan sebagai komunikasi yang berupa tulisan. Dengan manfaat yang banyak pad email tersebut dan untuk lebih modernnya fungsi, kemudahan, dan kegunaan dalam penggunaannya menjadikan penggunaan email dalam layanan komunikasi di perusahaan tersebut dipakai oleh karyawan[48].

Dari beberapa uraian pendapat yang diungkapkan oleh para informan diatas maka peneliti disini menarik kesimpulan bahwa latar belakang penggunaan email sebagai media komunikasi didasari oleh kebutuhan yang mendesak untuk berkomunikasi secepatnya dengan berhubungan antara karyawan satu dengan karyawan yang lainnya baik yang terdapat di perusahaan maupun diluar perusahaan.

---

[47] Hasil wawancara dari Bapak Ali tanggal 20 Mei 2010
[48] Hail wawancara dari Bapak Asmawi Tanggal 20 Mei 2010

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

Namun dapat diketahui setiap media memiliki kelemahan dan kelebihan. Adapun kelemahan email disini adalah penyebaran informasi yang terbatas yakni hanya dapat diterima oleh sekelompok kecil masyarakat melalui media internet atau hanya melalui media komputer. Lain halnya dengan media komunikasi modern yang lainnya penyebaran informasinya selain cepat juga dapat diterima di penjuru wilayah.

Selain itu pelaksanaan media email dalam penggunaan untuk media komunikasi perusaan karyawan Arek TVSurabaya juga memerlukan biaya yang tidak sedikit yaitu dengan adanya pulsa untuk penggunaan internet agar dapat dikoneksikan pada surat yang dituju.

2. Peran dan fungsi email sebagai media komunikasi

Sebagai salah satu alat informasi, email sangat berperan dalam penyampaian informasi bagi karyawan Arek TVSurabaya dan memiliki multifungsi, yakni selain sebagai media informasi, email juga berfungsi sebagai media silaturahmi antar karyawan Arek TVSurabaya, tanda ataupun kedudukan yang dimiliki. Peran dan fungsi email sebagai media komunikasi berperan sebagai alat atau media penyampai informasi dan berfungsi sebagai media perantara dalam melaksanakan tugas kesehari-hariannya sebagai karyawan Arek TVSurabaya.

Fungsi dari email sendiri adalah untuk mengirim berita antar karyawan satu dengan yang lainnya di perusahaan Arek TVSurabaya. Sebagai media komunikasi atau media penyampai informasi pada antar karyawan Arek TVSurabaya, email memiliki beberapa keunikan yaitu

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

berupa alat penyampai berita yang lebih cepat dari pos yang berupa keaslian dari hasil yang didapatkan dari berita aslinya.

Dari sini dapat kita lihat bahwa teknologi komunikasi yang maju dan pesat juga memberikan dampak yang positif bagi setiap orang jika digunakan sebaik-baiknya.

Kegunaan dari peran dan fungsi email ini sendiri dapat dirasakan oleh karyawan Arek TVSurabaya. Yaitu kemudahan dalam menyelesaikan pekerjaan serta sebagai alat penghubung antar karyawan satu dengan yang lain baik di luar perusahaan maupun di dalam perusahaan. Seperti halnya pendapat dari Bapak Askandar adalah sebagai berikut :

> Penggunaan email dalam pada karyawan Arek TVSurabaya dapat memberikan kemudahan serta dapat memberikan gambaran yang nyata atas berita yang dikirim pesan dari luar perusahaan, agar lebih mudah dan cepat informasi yang dibutuhkan oleh perusahaan untuk disiarkan melalui Arek TVSurabaya ini.[49]

Dan dari beberapa karyawan juga memberikan pendapat yang sama. Hal ini membuktikan kehadiran email di perusahan dapat memberikan kemudahan dalam menggali informasi yang dibutuhkan oleh perusahaan.

Sedangkan menurut bapak Ismail salah seorang karyawan Arek TV Surabaya mengungkapkan bahwa:

> "Email adalah salah satu alat komunikasi yang lebih cepat yang dibutuhkan oleh karyawan untuk mempermudah pekerjaannya di perusahaan Arek TVSurabaya, selain HP yang dimiliki oleh setiap karyawan.".[50]

[49] Hasil wawancara dengan Bapak Askandar, 21 Mei 2010
[50] Hasil wawancara dengan Bapak Ismail, tanggal 22 Mei 2010, pagi

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

Dari pernyataan diatas telah ditegaskan bahwasannya penggunaan email merupakan efek dari kemudahan untuk menyelesaikan pekerjaan karyawan Arek TV Surabaya yang telah didapatkan

Selain itu penggunaan email tetap digunakan oleh karyawan Arek TV Surabaya disebabkan kemudahan dalam proses penggunaannya pada saat yang mendesak, hal ini berdasarkan ungkapan dari Bapak Moch. Choiri, selaku karyawan Arek TV Surabaya.

> Penggunaan email sebagai media informasi sangatlah praktis digunakan di saat mendesak seumpama ada berita yang yang harus ditayangkan dalam pemberitaan untuk lebih cepat diperoleh dan dapat disiarkan secara langsung maka dapat dikirimkan melalui email yang dikirimkan oleh karyawan yang terdapat di luar perusahaan ke dalam karyawan di dalam perusahan [51]

Hal serupa juga diungkap oleh Bapak Ismawandi, yang menyatakan bahwa sebagai berikut

> Kemudahan yang dapat diambil dari email memberikan dampak yang baik bagi kelangsungan perusahaan. Kemudahan email menjadikan terselesainya tugas pekerjaan dapat tepat pada waktunya. Selain itu kemudahan yang didapat bukan hanya pada pemuas kebutuhan melainkan sebagai penyelarasi modernisasi sebuah teknologi yang tepat guna dalam menyelesaikan masalah perusahaan terutama pada karyawan Arek TV Surabaya pada pekerjaannya.

Dari pernyataan diatas telah ditegaskan bahwasannya penggunaan email merupakan hasil dari penyelarasan budaya lama. Yakni peninggalan tradisi atau adat dari masa lampau.

[51] Hasil wawancara dengan Bapak Moch. Choiri, tanggal 22 Mei 2004, sore

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

Dari beberapa uraian pendapat yang diungkapkan oleh para informan diatas maka peneliti disini menarik simpulan dari berbagai pendapat yang dikemukakan bahwa peran dan fungsi penggunaan email sebagai media komunikasi didasari oleh kemudahan yang didapatkan dalam penggunaan email dalam kemudahan sebagai alat yang modern. Selain itu pemenuhan kebutuhan yang mendesak untuk berkomunikasi secepatnya dengan berhubungan antara karyawan satu dengan karyawan yang lainnya baik yang terdapat di perusahaan maupun diluar perusahaan menjadikan email sebagai alat komunikasi salah satu dari modernnya alat komunikasi yang ada dewasa ini yang dipakai oleh perusahaan Arek TV Surabaya.

Namun dapat diketahui setiap media memiliki kelemahan dan kelebihan. Adapun kelemahan email disini adalah pada saat penggunaan email ketika mengirim salah kirim bila sebuah e-mail yang berisi dokumen-dokumen penting salah alamat, maka ada kemungkinan dokumen tersebut disalahgunakan. Rawan penyadapan ada kemungkinan e-mail disadap oleh oknum tertentu, sehingga dibutuhkan kehati-hatian dalam mengirimkan pesan rahasia. Pemalsuan identitas Kita tidak bisa memastikan identitas seseorang hanya dengan mengetahui alamat e-mail yang dimilikinya. Kebanjiran e-mail hal ini bisa terjadi karena mailbox sudah terlalu lama tidak dibuka atau dihapus. Sampah e-mail banyak sekali e-mail sampah (junkmail/spam) yang berupa iklan komersial yang tidak kita harapkan. respon terlambat tidak semua orang membaca e-mail setiap hari sehingga ada kemungkinan balasan akan mengalami keterlambatan.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

Padamnya aliran listrik, dan lemahnya aliran listrik serta minimnya jangkauan arus signal untuk internet sebagai perantara abdeting email juga merupakan hambatan dari proses pengiriman email kepada pengirim yang dituju baik dari perusahaan maupun diluar perusahaan.

Selain itu penyebaran informasi yang terbatas yakni hanya dapat diterima oleh sekelompok kecil masyarakat. Lain halnya dengan media komunikasi modern sekarang ini penyebaran informasinya selain cepat juga dapat diterima di penjuru wilayah.

B. Analisis Data

Data lapangan yang dihasilkan dari penelitian kualitatif ini, dimaksudkan untuk menunjukkan data-data yang sifatnya deskriptif. Hal ini sangat perlu untuk mengetahui hasil yang dapat dalam penelitian dan pembandingan antara hasil temuan dengan teori yang berkaitan dengan pembahasan penelitian.

Sebagai konsekuensi, peneliti menggunakan penelitian kualitatif dan menggunakan analisis data induktif, dengan tehnik komparasi konstan, sebagaimana sudah dipaparkan dalam bab III metodologi penelitian yakni membandingkan antara hasil temuan dengan teori.

Karena temuan atau teori ini berasal dari kata empiris tertentu, maka keperluan ilmiah ini dibandingkan dengan teori yang sudah digeneralisasikan dengan tujuan untuk mendapatkan suatu kesimpulan yang relevan dengan maksud diadakannya penelitian ini.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

1. Hasil Penemuan Penelitian

Dari penelitian yang dilakukan di perusahaan Arek TVSurabaya. Maka sesuai dengan fokus penelitian yang diambil yaitu tentang penggunaan media email sebagai media komunikasi karyawan Arek TV Surabaya dan bagaimana peran dan fungsi email sebagai media komunikasi pada karywan Arek TV Surabaya. Maka peneliti menemukan fakta yang ada di lapangan sebagai berikut :

Pertama, dapat diketahui bahwa email merupakan salah satu media informasi yang modern, bagian dari alat informasi yang terdapat pada internet yang ada pada komputer sebagai alat penyampai kabar secara cepat yang bersifat audio vidio.

Kedua, latar belakang penggunaan email sebagai media komunikasi karyawan Arek TV Surabaya di era modern ini adalah selain merupakan kemajuan teknologi yang tepat guna, email telah menyatu pada setiap karyawan dalam menyelesaikan tugas karyawan Arek TV Surabaya.

Ketiga, kelebihan dari email sebagai media komunikasi adalah pengoperasiannya yang mudah dan tidak membutuhkan waktu. Sedangkan untuk kelemahan dari email adalah mahalnya biaya yang dibutuhkan untuk mengoprasikan email tersebut.

Keempat, media email berfungsi komplementer yakni sebagai pelengkap dan merupakan unsur penyempurna sebagai sumber dan sarana komunikasi. email juga berfungsi sebagai media pengumpul atau pemanggil

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

orang yang dibutuhkan oleh perusahaan pada setiap karyawan yang diinginkan.

Kelima, peranan email sebagai media komunikasi adalah sebagai penyebar informasi, peristiwa, kegiatan dan berita yang ada dan yang didapatkan oleh karyawan dalam melaksanakan tugas-tugasnya di perusahaan Arek TV Surabaya sebagai peliput berita atau sebagai karyawan lainnya.

2. Konfirmasi Temuan dan Teori

Sebagai lanjutan dalam penulisan skripsi ini adalah konfirmasi atau perbandingan antara temuan di lapangan yang telah diuraikan dengan teori-teori yang ada relevansinya atau kesesuaiannya.

Sesuai dengan analisa data yang digunakan peneliti dalam penelitian ini, maka sebagai konsekuensinya adalah membandingkan hasil temuan data yang didapat dari lapangan dengan teori yang relevan. Teori yang relevan ini tentu berkaitan dengan fokus masalah, yaitu mengenai latar belakang penggunaan email sebagai media komunikasi dan peran serta fungsi dari email sebagai media komunikasi karyawan Arek TV Surabaya. Maka teori yang akan dijadikan sebagai pembanding adalah teori-teori tentang komunikasi.

Email merupakan salah satu media komunikasi yang modern karena penggunaan email lebih ditekankan pada alat audio visual dalam mentransmisikan informasi, dimana dengan mendengarkan mengaktifkan internet melalui komputer dapat diterima oleh karyawan yang dituju untuk

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

disalurkan sebagai tujuan yang diinginkan perusahaan secara umum dan secara khusus yang mempunyai bidang yang cukup luas.

Maka email dalam hal ini termasuk media komunikasi dalam era modern. Hal ini berdasarkan teori modernisasi, dimana dalam era modern komunikasi yang dihasilkan dan dibutuhkan dapat secera cepat didapatkan melalui alat bantu baik berupa media email atau media internet yang lainnya yang ebrasal dari media komputer.

Dengan demikian pembandingan antara temuan dan teori determinasi sedikit berkaitan. Dari teori determinisme teknologi ini dijelaskan bahwa media komunikasi merupakan penentu perubahan masyarakat.

Determinisme teknologi itu beranggapan bahwa melalui teknologi informasi terjadilah perubahan masyarakat. Akan tetapi kekuatan pembaharuan yang selama ini menjadi momok masyarakat tidak dapat menghindari dari sentuhan budaya *(Cultural Encounter).*

Dalam teori determinisme mencoba terobosan untuk meninggalkan tradisi, misalnya otoritas beralih dari individu tertua dalam suatu wilayah menjadi yang lebih baru. Peralihan itu meliputi pula perubahan cara berkomunikasi, pemanfaatan saluran komunikasi yang sebelumnya merupakan alat kontrol sosial.

Teknologi dalam hal ini dianggap mampu meningkatkan efisiensi dalam proses produksi, sehingga manusia memperoleh kemudahan-kemudahan untuk mencapai atau mendapatkan apa yang diinginkan. Namun demikian pandangan ini banyak dikritik karena beberapa efeknya yang

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

nyata mengkhawatirkan harkat manusia. Karena pola hidup, pemikiran dan penentuan referensi yang diciptakan oleh arus teknologi tersebut ternyata menggeser dimensi-dimensi pembangunan yang berpijak pada nilai-nilai moral. Oleh sebab itu maka dengan adanya kemajuan teknologi seyogyanya lebih menguntungkan dan dapat berpengaruh baik pada kehidupan manusia.

Selain teori deteriminan, teori yang berkaitan dengan penemuan data analisis, adalah teori tentang uses dan gratification media. Dalam pemikiran teori ini tertekan pada apa yang dilakukan oleh media terhadap pemenuhan kepuasan. Teori ini juga mempertimbangkan apa yang dilakukan orang pada media, yaitu menggunakan media untuk pemuas kebutuhannya.

Sebelum seseorang merasakan manfaat akan media yang dikonsumsinya, sudah barang tentu orang tersebut mempunyai alasan-alasan untuk menggunakan media tersebut dibandingkan penggunaan media lainnya. Alasan-alasan ini dikenal dengan nama motif pada kajian ilmu psikologi sosial. Motif merupakan suatu pengertian yang melingkupi semua penggerak, alasan, atau dorongan dalam diri manusia yang menyebabkan ia berbuat sesuatu.

Pendekatan Uses & Gratification merupakan salah satu landasan teoritis yang tepat untuk meneliti tentang motif para pengguna media. Dikarenakan asumsi dari teori tersebut adalah pengguna yang secara aktif memilih media yang dipakai dan yang kedua adalah media yang digunakannya dapat memberikan servis/gratifikasi terhadap tujuan yang

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

akan dicapai, dan jika kedua asumsi tersebut dapat terpenuhi maka sudah tentu pendekatan Uses & Gratification cocok untuk digunakan.

Penganut teori ini meyakini bahwa individu sebagai mahluk supra-rasional dan sangat selektif. Menurut para pendirinya, Elihu Katz; Jay G. Blumler; dan Michael Gurevitch, uses dan gratifications meneliti asal mula kebutuhan secara psikologis dan sosial, yang menimbulkan harapan tertentu dari media massa atau sumber-sumber lain, yang membawa pada pola terpaan media yang berlainan (atau keterlibatan pada kegiatan lain), dan menimbulkan pemenuhan kebutuhan dan akibat-akibat lain. Perkembangan teori uses dan gratification Media dibedakan dalam tiga fase, yaitu:

Fase pertama ditandai oleh Elihu Katz dan Blumler (1974) memberikan deskripsi tentang orientasi subgroup audiens untuk memilih dari ragam isi media. Dalam fase ini masih terdapat kelemahan metodologis dan konseptual dalam meneliti orientasi audiens.

Fase kedua, Elihu Katz dan Blumler menawarkan operasionalisasi variabel-variabel sosial dan psikologis yang diperkirakan memberi pengaruh terhadap perbedaan pola–pola konsumsi media. Fase ini juga menandai dimulainya perhatian pada tipologi penelitian gratifikasi media.

Fase ketiga, ditandai adanya usaha menggunakan data gratifikasi untuk menjelaskan cara lain dalam proses komunikasi, dimana harapan dan motif audiens mungkin berhubungan.

Kristalisasi dari gagasan, anggapan, temuan penelitian tentang Uses dan Gratification Media mengatakan, bahwa kebutuhan social dan

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

psikologis menggerakkan harapan pada media massa atau sumber lain yang membimbing pada perbedaan pola-pola terpaan media dalam menghasilkan pemuasan kebutuhan dan konsekuensi lain yang sebagian besar mungkin tidak sengaja.

Dimana analisis tersebut akhirnya dapat di tarik menarik asumsi bahwa orang menggunakan komputer sebagai sarana komunikasi elektronik untuk memenuhi kebutuhan-kebutuhan berikut: pembelajaran, hiburan, interaksi sosial, pelarian, melewatkan waktu, dan lepas dari kebiasaan kesemuanya tersebut berdasarkan atas kepuasan yang ditimbulkan dari fasilitas komunikasi elektronik tersebut.

3. Kegunaan Email Dalam Perushaaan

Melalui analisa data yang telah didapatkan dari hasil wawancara dan observasi peneliti maka didapatkan kegunaan dari penggunaan email sebagai alat komunikasi dalam perusahaan Arek TV Surabaya. Kegunaan yang diperoleh dapat berupa penggunaan email merupakan efek dari kemudahan untuk menyelesaikan pekerjaan karyawan Arek TV Surabaya yang telah didapatkan dalam proses penggunaannya pada saat yang mendesak. Penggunaan email sebagai media informasi sangatlah praktis digunakan di saat mendesak. Selain itu penggunaan email bukan hanya sebagai alat yang hanya melengkapi kebutuhan yang mendesak dan terburu-buru, tetapi juga ditegaskan bahwasannya penggunaan email merupakan hasil dari penyelarasan budaya lama. Yakni peninggalan tradisi atau adat dari masa lampau kepada tradisi yang modern. Penyelasarasan kebudayaan

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

modern tersebut memberikan damapak dan kegunaan bagi perusahaan terutama pada penyelasaran informasi yang didapatkan dari berita luar perusahaan untuk dijadiakan berita sebagai tujuan pekerjaan yang terdapat di perusahaan. Dan yang paling umum akan kegunaan email adalah pada penggunaan email sebagai media komunikasi didasari oleh kemudahan yang didapatkan dalam penggunaan email sebagai alat yang modern.

Sebagai alat komunikasi mail diperkirakan masih menjadi bentuk komunikasi elektronik utama walaupun menghadapi tantangan dari media komunikasi seketika (real-time) seperti Instant Messaging (IM) dan ancaman virus serta spam. Studi lembaga riset IDC memprediksikan dari 84 miliar email yang dikirim setiap harinya secara di seluruh dunia pada 2006, lebih dari 33 miliar di antaranya akan mengandung pesan spam.

Agar e-mail tidak kehilangan statusnya sebagai sarana komunikasi elektronik utama, penyedia layanan e-mail dan pengguna harus mampu mempertahankan nilainya sambil menekan biaya dan tingkat resiko.

"E-mail menghadai penantangnya virus, spam dan regulasi- hingga reputasinya babak belur namun tetap utuh"[1],Kecuali di kalangan remaja, pemuda dan lingkungan kerja beraktivitas tinggi, email tetap menjadi sarana komunikasi elektronik utama di atas IM. Saat ini, IM bisa didapatkan gratis dari penyedia layanan seperti Yahoo dan MSN.

IDC memperkirakan ukuran e-mail bisnis yang dikirim setiap tahunnya secara global akan melampaui 3,5 exabyte pada 2006, atau meningkat dua kali lipat dibandingkan dua tahun belakangan ini. Sebagai catatan, satu

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

exabyte sama dengan seribu petabytes, setara dengan satu juta terabytes, sama dengan satu miliar gigabytes).

Menurut IDC, e-mail perlu dijaga nilainya sepanjang daur hidupnya mulai dari pembuatan hingga dihapus secara permanen- sambil mengurangi tingkat resiko dan biaya yang dibutuhkan.

Dibutuhkan juga upaya untuk meminimalkan dampak komunikasi seketika dengan menyediakan akses bebas biaya atau bertarif murah ke pada e-mail korporasi dan pengguna rumahan. Seperti diketahui, fasilitas e-mail menjadi sarana penyebaran virus dan worm utama dan menjadi bagian tak terpisahkan dari aksi penipuan online seperti phishing mengirim e- mail.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

BAB VI

PENUTUP

a. Simpulan

Berdasarkan penelitian dengan menggunakan analisis induktif komperasi konstan dalam penulisan skripsi ini, maka penulis dapat menyimpulkan skripsi ini sebagai berikut :

Faktor-faktor yang melatar belakangi penggunaan media email sebagai media komunikasi adalah kuatnya arus infromasi yang modern yang ditimbulkan oleh email dalam menyelesaikan dan membantu karyawan dalam menyelesaikan tugas-tugas perusahaan secara khusus maupun secara umum karyawan dalam suatu perusahaan Arek TV Surabaya.

Kepentingan atau kegunaan dan peran serta fungsi sebagai media komunikasi adalah sebagai media perantara atau untuk menyampaikan informasi berita yang didapatkan karyawan Arek TV Surabaya dalam memenuhi kebutuhan perusahaan sebagai media telivisi. Selain itu email juga berfungsi sebagai komplementer atau pelengkap serta merupakan unsur penyempurna sebagai sumber dan sarana komunikasi yang lainnya yang terdapat pada media internet.

Selain itu dari pentingnya penggunaan media email atau kelebihan sebagai komunikasi juga terdapat kelemahan email disini adalah pada saat penggunaan email ketika mengirim salah kirim bila sebuah e-mail yang berisi dokumen-dokumen penting salah alamat, maka ada kemungkinan dokumen

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

tersebut disalahgunakan. Rawan penyadapan ada kemungkinan e-mail disadap oleh oknum tertentu, sehingga dibutuhkan kehati-hatian dalam mengirimkan pesan rahasia. Pemalsuan identitas Kita tidak bisa memastikan identitas seseorang hanya dengan mengetahui alamat e-mail yang dimilikinya. Kebanjiran e-mail hal ini bisa terjadi karena mailbox sudah terlalu lama tidak dibuka atau dihapus. Sampah e-mail banyak sekali e-mail sampah (junkmail/spam) yang berupa iklan komersial yang tidak kita harapkan. respon terlambat tidak semua orang membaca e-mail setiap hari sehingga ada kemungkinan balasan akan mengalami keterlambatan. Serta juga padamnya aliran listrik, dan lemahnya aliran listrik serta minimnya jangkauan arus signal untuk internet sebagai perantara abdeting email juga merupakan hambatan dari proses pengiriman email kepada pengirim yang dituju baik dari perusahaan maupun diluar perusahaan.

Dalam pemenuhan data penelitian yang berhubungan dengan karyawan Arek TV Surabaya maka Aktifitas reporting Arek TV dapat diklasifikasikan berdasarkan pekerjaan yang dihasilkan yang berupa jumlah email yang aktif dalam setiap harinya untuk menunjang pekerjaan Arek TV Surabaya yaitu sebanyak kurang lebih 10 – 20 email baik yang berupa foto dokumentasi atau isi berita yang siap di publikasikan kekhalayak umum

Dari banyaknya email yang diberikan oleh para pekerja pada perusahaan Arek TV Surabaya, juga dipengaruhi oleh editing, dimana kelayakan email yang siap untuk dipublikasikan di khalayak umum ditentukan berdasarkan kriteria yang ada sesuai dengan aturan-aturan hukum dan aturan

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

perusahaan yang telah ditetapkan. Kelayakan pakai email oleh reporting Arek TV Surabaya tidak dapat diuraikan dalam penelitian ini, yang dikarenakan rahasia perusahaan yang dilindungi oleh undang-undangyang berlaku. Oleh karena itu dalam penelitian ini email yang masuk dalam perusahaan tidak di publikasikan di tempat umum kecuali ada hal-hal yang perlu untuk dipublikasikan. Peraturan tersebut merupakan undang-undang yang diberlakukan dan jika terdapat pelanggaran akan ditindak berdasarkan undang-undang yang berlaku baik secara perusahaan maupun secara hukum yang berlaku di negara Indonesia.

b. Saran

Berdasarkan kesimpulan skripsi diatas yang dikemukakan penulis diatas, maka penulis dapat memberikan saran yang dapat bermanfaat terutama pada :

Pengguna media email dapat menggunakan jenis media komunikasi yang modern yang berupa email pada penggunaan yang tepat guna tanpa mengindahkan kaidah-kaidah moral bangsa dan negara yang ada, dan sebagai bagian-bagian bangsa ketimuran.

Selain itu penggunaan media email sebaiknya jangan dijadikan satusatunya sebagai landasan utama untuk berkomunikasi karyawan dalam suatu perusahaan. Karena penggunaan media email selain terdapat keuntungan atau kelebihan juga terdapat kekurangan yang didapatkan dari komunikasi yang berawal dari email. Oleh karena itu perusahaan sebaiknya tidak harus

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

menggunakan Email sebagai alat komunikasi satu-satunya karena dari kelemahan yang terdapat pada email dapat menghambat pelaksanaan pekerjaan yang sudah di jadwalkan.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

DAFTAR PUSTAKA

Bunging, Burhan, Analisa Data Penelitian Kualitatif, Jakarta : Raja Grafindo Persada, 2003.

Huraerah, Abu & Purwanto, Dinamika Kelompok, Bandung : Refika Aditama, 2006.

Jallaludin Rakhmat, Psikologi Komunikasi, Bandung : PT. Remaja Rosdakarya, 2007.

Liliweri, Alo, Perspektif Teoritis Komunikasi Antarpribadi, Bandung : Citra Aditya Bakti, 1994.

Miles, Matthew B, dan A, Michael Huberman, Analisis Data Kualitatif. Terj. Tjejep Rohendi Rohidi, Jakarta : UI Press, 1992.

Moleong, Lexy, J, Metodelogi Penelitian Kualitatif, Bandung : PT. Remaja Rosda Karya, 1996.

Mulyana, Deddy, Metodelogi Penelitian Kualitatif, Bandung : PT. Remaja Rosda Karya, 2002.

Nasution, Metodelogi Research, Jakarta : Bumi Aksara, 1999. Onong Uchjana Effendy, Ilmu Teori dan Filsafat Komunikasi (Bandung : PT. Citra Aditya Bakti, 2003).

Pawito, Penelitian Komunikasi Kualitatif, Yogyakarta : LKIS, 2007.

Anwar Arifin, 1984, Strategi Komunikasi : Suatu Pengantar Ringkas, Bandung : Armico.

Deddy Mulyana, 2005, Ilmu Komunikasi : Suatu Pengantar, Bandung : Remaja Rosydakarya.

Jalaludin Rakhmat, 1994, Psikologi Komunikasi, Bandung : Remaja Rosdakarya.

Littlejohn, 1999, Theories of Human Communication, Belmont, California : Wadsworth Publishing Company.

Wiryanto, 2005, Pengantar Ilmu Komunikasi, Jakarta : Gramedia Widiasarana Indonesia.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id