



Hak cipta dan penggunaan kembali:

Lisensi ini mengizinkan setiap orang untuk menggubah, memperbaiki, dan membuat ciptaan turunan bukan untuk kepentingan komersial, selama anda mencantumkan nama penulis dan melisensikan ciptaan turunan dengan syarat yang serupa dengan ciptaan asli.

Copyright and reuse:

This license lets you remix, tweak, and build upon work non-commercially, as long as you credit the origin creator and license it on your new creations under the identical terms.

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Penelitian

Komunikasi sebagai bentuk interaksi antar individu maupun antar kelompok, semakin berkembang berkat kehadiran teknologi komunikasi dan informasi. Beragam media dan sarana komunikasi diciptakan untuk memudahkan manusia dalam melakukan komunikasi, khususnya komunikasi jarak jauh. Menurut Kurnia (2005, h. 292) teknologi komunikasi yang semakin berkembang pesat, didorong oleh kebutuhan manusia akan informasi, sehingga masyarakat dunia saat ini sudah disebut-sebut masuk ke dalam masyarakat informasi. Masyarakat Informasi memiliki kebutuhan yang tinggi akan informasi, sehingga informasi menjadi sangat bernilai untuk terus bisa didapatkan oleh individu. Perkembangan teknologi komunikasi memasuki era komunikasi interaktif yang dimulai pada tahun 1946 dengan diciptakannya komputer *mainframe* di Philadelphia. Selanjutnya pada tahun 1986, para ahli menemukan jaringan internet yang berfungsi menunjang komunikasi dua arah dalam jarak jauh (Rogers, 1986, h.30). Komputer dan jaringan internet terus dikembangkan hingga memunculkan istilah media baru atau *new media* yang sampai saat ini masih banyak menarik perhatian para peneliti.

Ramussen (2000, dalam McQuail, 2012, h. 154) menjelaskan konsep media baru dengan menyatakan bahwa media baru memiliki kontribusi untuk menjembatani jarak antara dunia publik dan dunia privat, dunia kehidupan dan dunia sistem serta organisasi, media baru dianggap dapat merekatkan individu yang telah terpisah-pisah akibat efek modernisasi. Media baru dikelompokan oleh Rogers (1986, h.32) sebagai berikut, 1) *microcomputers* yang merupakan perangkat computer personal dengan koneksi internet, 2) *teleconferencing* yang merupakan interaksi kelompok kecil yang didukung oleh media komunikasi elektronik, 3) *teletext* yang merupakan layanan informasi interaktif untuk penggunanya dapat memilih informasi apa yang ingin dia dapatkan dalam penyiaran. Media baru juga dikelompokan oleh McQuail (2011, h.156) menjadi empat bagian menurut penggunaannya, yakni 1) media komunikasi interpersonal (*mobile phone*, surat elektronik) yang meliputi konten pribadi untuk meningkatkan hubungan bukan sekedar mendapat informasi, 2) media permainan interaktif yang fokus utamanya adalah pada permainan berbasis komputer dan realitas tidak nyata, 3) media pencarian informasi (mesin pencari atau *browser*) yang merupakan kategori yang paling luas karena dianggap sebagai sumber data yang paling besar dan menjadi saluran informasi yang penting bagi pengguna internet, 4) media partisipasi kolektif (situs jejaring sosial) yang menggunakan internet sebagai media untuk berbagi dan bertukar gagasan antarpribadi yang aktif dalam kelompok media sosial tersebut, dan 5) media substitusi penyiaran yang merupakan media untuk

menerima serta mengunduh konten yang seperti film, musik, dan acara televisi.

Konsep media baru sangatlah luas dan sejauh ini memang lebih banyak difokuskan pada penelitian mengenai digitalisasi dan penggunaan media internet. Awal mulanya, teknologi internet dinilai peneliti dapat menimbulkan kesenjangan sosial antara masyarakat yang mampu mengaksesnya dan masyarakat yang tidak. Namun kemudian, di sisi lain internet juga dapat membuka jalan sebagai media yang menciptakan hubungan serta jaringan tidak langsung untuk menyatukan individu secara lebih mengikat (Slevin, 2000 dalam Mc Quail, 2012, h. 154). Namun seperti yang sudah di tuliskan sebelumnya, bahwa masyarakat masa kini semakin membutuhkan informasi, untuk itu internet menjadi teknologi komunikasi yang semakin dibutuhkan oleh masyarakat luas.

Penggunaan media baru di Indonesia semakin meningkat dari tahun ke tahun. Hal ini ditunjukkan dari hasil survey yang dipublikasikan oleh *We Are Social* (Balea, 2016, para.3-4), pada Januari 2016 dinyatakan terdapat 88,1 juta penduduk Indonesia merupakan pengguna aktif internet. Data tersebut meningkat 15% dari Januari 2015. Sedangkan untuk pengguna media sosial aktif dinyatakan bertambah 10% dari Januari 2015 lalu. Dari total pengguna aktif media internet tersebut, 70% di antaranya menggunakan perangkat *mobile phone* untuk mengakses internet, dan 28% menggunakan laptop, sedangkan 2% sisanya menggunakan tablet.

Gambar 1.1.1 Hasil Survei We Are Social tentang penggunaan media digital di Indonesia



Sumber: <https://www.techinasia.com/indonesia-web-mobile-statistics-we-are-social/>

Kehadiran media baru kemudian dikonsepsikan oleh Marika Luders (2008, dalam McQuail, 2012, h.149) dengan menyatakan bahwa penggunaan media baru semakin menghilangkan perbedaan antara komunikasi massa dan komunikasi interpersonal, sebab kedua tujuan tersebut dapat dicapai dengan penggunaan teknologi yang sama. Saat ini media baru digunakan dalam segala aspek, mulai dari komunikasi antarindividu, komunikasi kelompok, hingga komunikasi massa. Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia (APJII, 2014, h.30 – 31) dalam survei “Profil Pengguna Internet Indonesia 2014” mendapatkan hasil sebanyak 26,5% orang menggunakan internet sebagai sarana untuk bekerja atau berkomunikasi dalam organisasi, dan 25,4% orang

menggunakan internet untuk berkomunikasi melalui surat elektronik. Data ini menunjukkan bahwa masyarakat Indonesia telah aktif menggunakan media baru sebagai sarana komunikasi di dalam organisasi.

Penggunaan media baru dalam beragam tingkatan komunikasi kemudian menarik perhatian penulis secara khusus pada komunikasi organisasi. Menurut Joseph A. DeVito (2015, h.264) organisasi secara garis besar didefinisikan sebagai hubungan antara orang yang saling bekerja sama dalam sebuah struktur hirarkis untuk mencapai tujuan bersama. Menurut Pace and Faules (2013, h.31), komunikasi organisasi didefinisikan sebagai penyampaian dan penafsiran pesan di antara unit-unit komunikasi yang merupakan bagian dari suatu organisasi tertentu. Singkatnya, komunikasi organisasi merupakan proses pertukaran pesan antar individu-individu dalam kegiatan organisasi. Dengan hadirnya media baru, tentu saja teknologi komunikasi juga memasuki komunikasi organisasi. Penggunaan media baru dalam organisasi inilah yang menjadi topik yang akan dibahas dalam penelitian ini.

Berkat perkembangan teknologi komunikasi, khususnya komputer dan jaringan internet, cara berkomunikasi di organisasi masa kini telah berubah. Organisasi cenderung memanfaatkan media komputer dan jaringan internet untuk mengurangi hambatan-hambatan kerja yang dibatasi oleh ruang dan waktu. Fulk dan Steinfield (1990, h. 8) menyatakan bahwa, “kenyataanya, komunikasi efektif adalah komunikasi yang tujuan intinya memacu penerapan teknologi informasi dalam organisasi.”

Berdasarkan penelitian yang dilakukan oleh McGrath dan Hollingshead (1994, h.32), media baru memiliki peranan dalam organisasi sebagai media dalam mempermudah komunikasi anggota organisasi yang terhalang oleh ruang dan waktu. Media baru sangat mempermudah anggota organisasi dalam memperoleh kecepatan informasi yang berkaitan dengan tujuan-tujuan organisasi. Claire B. Johnson melakukan kajian secara khusus dalam bidang teknologi komunikasi dalam organisasi (dalam Pace&Faules, 2013, h.228-250). Kaitan teknologi komunikasi – secara khusus media baru, dengan komunikasi organisasi memiliki dampak yang cukup besar sehingga dapat mengubah cara kerja organisasi. Komunikasi dengan media komputer dapat memegang peranan penting untuk memperlancar hambatan-hambatan ruang dan waktu, sehingga lokasi anggota yang berjauhan sudah bukan menjadi masalah lagi. Dengan demikian, Johnson (Pace&Faules, 2013, h.229) menyatakan bahwa peneliti yang tertarik pada komunikasi organisasi, harus memerhatikan peranan teknologi komunikasi (media baru) dalam proses komunikasi organisasi. Media baru dalam organisasi yang umum digunakan antara lain, surat elektornik, aplikasi pesan instan, pesan suara (*voice mail*), *video conference*, maupun halaman situs. Masing-masing media baru tersebut memiliki kekuatan dan kelemahan tersendiri. Penggunaan media baru ini bergantung dari sejauh mana organisasi membutuhkannya. Seperti misalnya saja surat elektronik yang bermanfaat dalam memberikan umpan balik yang cepat dalam

komunikasi, tetapi tidak dapat mendeskripsikan isyarat-isyarat non-verbal seperti nada, suara, dan penampilan pengirim dan penerima pesan.

Tidak dapat dipungkiri bahwa internet mendukung kecepatan informasi, saat ini sudah tidak ada lagi alasan organisasi untuk menunda keputusan karena belum didapatkannya informasi dari anggota lainnya. Selain menembus batas ruang dan waktu serta dapat menyebarkan informasi dalam organisasi secara lebih cepat, media baru dalam organisasi juga memiliki beberapa peranan penting lainnya, diantaranya; media untuk atasan mengawasi kinerja organisasi, mengolah data organisasi dengan cepat, menghemat biaya komunikasi dan mempererat hubungan komunikasi antar anggota organisasi (Ean, 2011, h.10). Manfaat maupun hambatan dalam komunikasi organisasi dengan penggunaan media baru bergantung pada cara individu dalam berkomunikasi. Seperti penelitian yang dilakukan oleh Azila Prabaningtyas Utami (2014, h.11) yang membahas penggunaan media sosial dalam organisasi nirlaba, yakni Akademi Berbagi sebagai organisasi virtual, ditemukan adanya penggunaan media sosial membawa dampak yang signifikan dalam organisasi karena dapat menjadi media perantara untuk membagi tugas anggota, menyampaikan informasi teknis, rapat anggota melalui media online, hingga koordinasi detail mengenai proses kerja organisasi.

Para peneliti menilai bahwa media baru telah membawa perubahan bagi tata cara berkomunikasi di organisasi. Dengan kekuatan dan kelemahan masing-masing media tersebut, organisasi akan menyeleksi

media mana yang lebih efektif dalam mendukung tujuan-tujuan organisasi. Seperti yang dinyatakan oleh Claire B. Johnson (dalam Pace&Faules, 2013, h.230) bahwa organisasi memilih sederetan teknologi media baru yang nantinya mungkin akan menciptakan transformasi proses-proses komunikasi yang terjadi dalam suatu organisasi, transformasi bisa terjadi pada tingkat individu, kelompok, manajemen, maupun antarorganisasi. Anggota organisasi akan membentuk kesepakatan tentang bagaimana mereka akan menggunakan media baru untuk berinteraksi dengan anggota lainnya. Rice (1992, h.6) menuliskan, “media komunikasi baru adalah hasil dari proses sosial yang berlangsung terus menerus, tertanam dalam proses dan melembaga kembali.” Artinya penggunaan media baru dalam organisasi dapat menembus hirarki, batas-batas departemen, mengganti proses komunikasi dengan pola-pola baru serta mengubah organisasi secara mendasar. Claire. B. Johnson (dalam Pace dan Faules, 2013, h.235) menjelaskan bahwa, “perubahan mendasar dalam organisasi dengan penggunaan media baru terkait dengan struktural dan jelajah komunikasi.” Artinya, media baru dalam organisasi dapat menciptakan kemungkinan bahwa arah dan aliran komunikasi organisasi dapat berubah.

Bentuk-bentuk perubahan dan efek komunikasi yang dirasakan organisasi melalui penggunaan media baru, disebutkan oleh Miller (2009, h.247) berdampak kepada konten komunikasi, pola komunikasi, dan struktur komunikasi organisasi. Konsep-konsep tersebut, dijelaskan secara menyeluruh dalam konsep aliran informasi organisasi. Bentuk-bentuk aliran

informasi organisasi digambarkan oleh Pace dan Faules (2013, h.170-221), dengan menyatakan bahwa salah satu tantangan organisasi adalah bagaimana dapat menyampaikan informasi kepada seluruh bagian organisasi dan bagaimana anggota organisasi menerima informasi tersebut secara efektif. Aliran Informasi organisasi terbentuk melalui unsur pesan, pengirim dan penerima, serta media yang digunakan organisasi. Selanjutnya, Pace dan Faules (2013, h.170) menuliskan “teknologi baru menimbulkan pertanyaan mengenai bagaimana pengaruhnya terhadap aliran informasi.” Artinya, teknologi komunikasi dan informasi baru yang saat ini digunakan dalam organisasi menjadi kajian penting dalam penelitian untuk dilihat dari konsep aliran informasi organisasi. Kemudian Miller (2009, h. 246) menjelaskan bahwa penggunaan media baru dalam organisasi merupakan sebuah kombinasi yang kompleks, sebab pemilihan media baru sebagai sarana komunikasi organisasi didasari oleh aspek-aspek seperti, kekayaan media komunikasi, ambiguitas pesan, nilai-nilai terkait simbol pesan, hingga upaya pemahaman informasi dari pengirim pesan. Kompleksitas penggunaan media baru inilah yang kemudian menarik perhatian penulis untuk meneliti kasus penggunaan media baru dalam organisasi.

Penggunaan media baru dalam komunikasi organisasi ditemukan oleh penulis dalam organisasi Wikimedia Indonesia. Alasan penulis hendak meneliti organisasi Wikimedia Indonesia disebabkan oleh rutinitas anggota organisasi dalam menggunakan media baru sebagai media komunikasi

organisasinya, diantaranya surat elektronik, aplikasi pesan instan, dan milis (*mailing list*) dalam media komputer maupun media *smartphone*. Terdapat tiga kategori pendekatan organisasi yang dijelaskan oleh Pace dan Faules (2013, h. 41), yakni organisasi pada level tradisional, transisional, dan modern. Organisasi Wikimedia Indonesia termasuk dalam kategori organisasi pada level modern, sebab anggota organisasi tidak lagi memandang organisasinya sebagai sebuah sistem yang bekerja saja melainkan ada nilai-nilai, iklim, dan budaya yang diciptakan bersama-sama untuk menunjang perkembangan organisasi.

Wikimedia Indonesia adalah organisasi nirlaba yang resmi didirikan pada 5 September 2008. Wikimedia Indonesia merupakan organisasi berbasis anggota dan resmi diakui oleh mitra lokal Wikimedia Foundation, Inc., yang merupakan sebuah yayasan bebas pajak di Amerika Serikat. Wikimedia Foundation menaungi proyek-proyek kolaborasi wiki terbesar di dunia, diantaranya Wikipedia, Wikitionary, Wikiquote, Wikibooks, Wikisource, Wikinews, dan lain sebagainya. Meskipun memiliki tujuan yang seiring dan sejalan, Wikimedia Indonesia bukanlah cabang dari Wikimedia Foundation, melainkan organisasi yang berdiri secara independen. Wikimedia Indonesia didirikan oleh 19 orang pendiri yang merupakan Wikipediawan (orang yang aktif di Wikipedia) dengan tujuan untuk membina pengetahuan secara umum dan menjadi sumber pengetahuan terbuka secara khusus di Indonesia. Dalam periode 2016-

2018, organisasi Wikimedia Indonesia diketuai oleh Biyanto Rebin sebagai ketua umum dan Rinto Jiang sebagai ketua dewan pengawas.

Kantor Wikimedia Indonesia terletak di Menteng, Jakarta Pusat. Namun tidak semua anggotanya berlokasi di sekitar Jakarta, terdapat anggota yang tinggal di luar kota bahkan luar negeri. Pada tahun 2016, jumlah anggota Wikimedia Indonesia adalah 82 orang (63 anggota dan 19 orang pendiri). Dari jumlah tersebut, terdapat 2 anggota berdomisili di Amerika, 1 anggota di Prancis, 1 anggota di Australia, 1 anggota di Arab Saudi, 1 anggota di Taiwan, 1 anggota di Yogyakarta, 2 anggota di Solo, 1 anggota di Salatiga, 4 anggota di Bandung, 3 anggota di Surabaya, 1 anggota di Malang, 2 anggota di Samarinda, 1 anggota di Semarang, 1 anggota di Banjarmasin, 1 anggota di Gorontalo, 1 anggota di Pekanbaru, 1 anggota di Padang, dan 1 anggota di Aceh, sedangkan 56 anggota lainnya berdomisili di Jakarta dan sekitarnya.

Dalam aktivitas organisasi, Wikimedia menjalankan proyek-proyek yang berkaitan dengan pengembangan pengetahuan melalui teknologi. Untuk menjalankan proyek tersebut, dibutuhkan pekerja proyek yang bisa saja berasal dari anggota itu sendiri atau dari kontributor yang ingin bekerja dalam proyek tersebut. Wikimedia Indonesia sebagai organisasi nirlaba tidak mengharuskan anggotanya untuk dapat hadir di kantor setiap hari. Hanya karyawan tetap dan pekerja proyek yang wajib hadir di kantor secara rutin, sampai penelitian ini dilaksanakan total pekerja yang hadir ke kantor Wikimedia secara rutin adalah 10 orang. Meskipun demikian, anggota

organisasi dan pekerja proyek yang berada di luar kota maupun luar negeri tersebut dapat tetap berkomunikasi dan berkoordinasi untuk menjalankan proyek-proyek di Wikimedia Indonesia dengan menggunakan beragam teknologi media baru.

Kondisi inilah yang menarik perhatian penulis terkait penggunaan media baru dalam organisasi, sebab organisasi Wikimedia Indonesia merupakan salah satu organisasi yang anggotanya jarang melakukan komunikasi tatap muka, dan lebih sering berkomunikasi dengan media komputer dan menggunakan media baru, khususnya surat elektronik, aplikasi pesan instan, dan milis (*mailing list*).

Dengan demikian, melalui penelitian studi kasus ini, penulis bertujuan untuk meneliti mengenai implementasi penggunaan media baru dalam komunikasi organisasi terkait dengan pembentukan aliran informasi, dengan menjadikan organisasi Wikimedia Indonesia sebagai objek penelitian ini. Selain itu, secara lebih dalam, peneliti juga hendak menemukan manfaat maupun hambatan yang ditemui dari penggunaan media baru dalam komunikasi organisasi. Berdasarkan komponen-komponen yang ingin diteliti oleh penulis berkaitan dengan implementasi media baru, aliran informasi organisasi dengan penggunaan media baru, hingga manfaat dan dampak media baru dalam organisasi, maka dirumuskanlah judul penelitian sebagai berikut; "Kompleksitas Penggunaan Media Baru Terkait Aliran Informasi Organisasi: Studi Kasus Pada Organisasi Wikimedia Indonesia.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah dikemukakan oleh penulis, maka dihasilkan rumusan masalah penelitian sebagai berikut.

- 1.2.1 Bagaimana implementasi penggunaan media baru di organisasi Wikimedia Indonesia?
- 1.2.2 Bagaimana penggunaan media baru terkait dengan aliran informasi dalam organisasi Wikimedia Indonesia?
- 1.2.3 Apa saja manfaat maupun hambatan komunikasi yang dialami terkait penggunaan media baru dalam komunikasi organisasi di Wikimedia Indonesia?

1.3 Tujuan Penelitian

Dengan rumusan masalah yang telah dituliskan, maka penelitian ini dilakukan dengan tujuan untuk mengetahui.

- 1.3.1 Implementasi penggunaan media baru di organisasi Wikimedia Indonesia.
- 1.3.2 Penggunaan media baru terkait dengan aliran informasi dalam organisasi Wikimedia Indonesia.
- 1.3.3 Manfaat maupun hambatan komunikasi yang dialami dengan penggunaan media baru dalam komunikasi organisasi di Wikimedia Indonesia.

1.4 Kegunaan Penelitian

Penelitian ini memiliki dua signifikansi, yakni signifikansi dari segi akademis dan signifikansi dari segi praktis.

1.4.1 Kegunaan Akademis

Dalam penelitian dengan tujuan yang telah dituliskan, diharapkan penelitian ini dapat membawa manfaat bagi ranah pendidikan secara khusus komunikasi organisasi. Penelitian ini memiliki signifikansi akademis untuk menambah referensi penelitian mengenai penggunaan media baru dalam komunikasi organisasi, khususnya terkait konsep aliran informasi organisasi. Melalui metode studi kasus, penelitian ini akan memberikan gambaran deskriptif mengenai konsep teknologi komunikasi, khususnya media baru yang terkait dengan aliran informasi organisasi, yang dijelaskan melalui kasus yang diangkat dalam penelitian.

1.4.2 Kegunaan Praktis

Penelitian juga diharapkan dapat menjadi media informasi bagi organisasi nirlaba Wikimedia Indonesia maupun organisasi nirlaba serupa mengenai pemanfaatan maupun hambatan yang ditemukan dalam penggunaan media baru dalam komunikasi organisasi, sehingga ke depannya organisasi dapat menentukan pemilihan media yang lebih tepat dan efektif.