



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 II

KERANGKA TEORI

2.1. Penelitian Tedahulu

Penelusuran terhadap penelitian-penelitian yang terkait dengan skripsi ini baik melalui skripsi maupun jurnal, ditemukan beberapa penelitian yang membahas mengenai penggunaan aplikasi LINE. Dari hasil penelusuran tersebut, 2 (dua) hasil penelitian akan dipaparkan.

Pertama, skripsi yang berjudul “Kepuasan Remaja Menggunakan Aplikasi LINE” (Studi Deskriptif Kuantitatif Kepuasan Remaja Menggunakan Aplikasi LINE di Surabaya). Skripsi ini di tulis oleh Yonathan Novan, Universitas Pembangunan Nasional ‘Veteran’ pada tahun 2014. Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui kepuasan remaja dalam melihat antara kesenjangan dan kepuasan yang diperoleh setelah menggunakan pesan instan dalam aplikasi LINE. Teori yang digunakan dalam penelitian ini adalah teori *uses* dan *gratification*. Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif. Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa LINE memberikan tidak kepuasan terhadap motif informasi, motif identitas pribadi, motif integrasi, dan interaksi sosial, namun memberikan kepuasan motif hiburan.

Kedua, skripsi yang berjudul “Pemaknaan Sticker Emoticon LINE sebagai media komunikasi interpersonal mahasiswa fisipol Universitas Mulawarman.” Skripsi ini ditulis oleh Muhammad Najib, Universitas Mulawarman pada tahun 2014. Di mana pengguna jejaring sosial di kalangan remaja semakin meningkat.

Teori yang digunakan adalah teknologi komunikasi, *new media*, sosial media dan pola komunikasi massa, semiotika, teori triadic, dan komunikasi interpersonal. Penelitian ini menggunakan metode kualitatif. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa pengguna jejaring sosial di kalangan remaja semakin meningkat.

Penelitian ini berupaya untuk mengembangkan penelitian sebelumnya, dengan memfokuskan perilaku komunikasi remaja dalam menggunakan *instant messenger* LINE.

2.2. Kerangka Konsep

Dalam penelitian ini ada tiga teori yang digunakan. Teori utama dalam penelitian ini adalah teori komunikasi interpersonal. Kemudian penelitian ini lebih melihat perilaku komunikasi remaja pada *instant messenger* LINE.

2.2.1. Komunikasi Interpersonal

Menurut Mulyana (2000, h. 73) komunikasi interpersonal adalah komunikasi yang terjadi antara orang-orang secara tatap muka, yang memungkinkan setiap pesertanya menangkap reaksi orang lain secara langsung, baik secara verbal atau non verbal. Komunikasi Interpersonal ini adalah komunikasi yang hanya dua orang, seperti suami istri, dua sejawat, dua sahabat dekat, guru dan murid.

Komunikasi Interpersonal adalah komunikasi antar-perorangan yang bersifat pribadi, baik yang terjadi secara langsung (tanpa medium) maupun tidak langsung (melalui medium). Contohnya kegiatan percakapan tatap muka, percakapan melalui telepon, surat menyurat pribadi. Fokus

pengamatannya adalah bentuk-bentuk dan sifat hubungan (*relationship*), percakapan (*discourse*), interaksi, dan karakteristik komunikator (Bungin, 2008, h. 32).

Menurut DeVito (2009, h. 4) komunikasi interpersonal adalah proses pengiriman pesan dan penerimaan pesan-pesan antara dua orang atau di antara sekelompok kecil orang-orang, dengan beberapa efek dan beberapa umpan balik seketika.

2.2.1.1. Emosi dalam Komunikasi Interpersonal

Menurut DeVito (2009, h. 162) komunikasi berdasarkan emosi atau menggunakan perasaan adalah hal yang sulit dan penting. Hal itu menjadi sulit karena pemikiran manusia sering membingungkan ketika manusia sedang merasa emosional, hal itu juga menjadi sulit karena karena kebanyakan orang mungkin tidak diajarkan bagaimana mengelola emosi pada saat berkomunikasi dan mungkin setiap orang memiliki beberapa model yang efektif untuk meniru.

2.2.1.2. Emosi Di Komunikasikan Setara Verbal dan NonVerbal

Menurut DeVito (2009, h. 165) meskipun emosi sangat penting dalam situasi konflik dan pembentukan hubungan dan chemistrinya, emosi sesungguhnya adalah bagian dari keseluruhan pesan emosi selalu ada atau kadang kalanya sangat kuat, terkadang biasa saja, oleh karena itu emosi harus dikenali sebagai bagian dari pengalaman berkomunikasi, ini bukan berarti bahwa emosi harus selalu dibicarakan atau diekspresikan.

Perasaan emosional dan komunikasi emosional adalah dua hal yang berbeda, dalam suatu kesempatan orang mungkin ingin mengatakan apa yang orang rasakan, memperlihatkan atau mengemukakan emosi dalam diri. Dalam suatu teori, tidak setuju akan apakah seseorang bisa memilih emosi yang dirasakan, sebagian akan berpendapat orang bisa memilih emosi yang dirasakannya sendiri, tetapi sebagian orang lagi mengatakan tidak, karena bagaimanapun orang memegang kendali akan bagaimana diri seseorang mengekspresikan emosinya sendiri.

2.1.1.3. Tipe Pertemanan

Menurut Reisman (1979-1981 dalam DeVito, 2009, h. 247) tidak semua pertemanan sama, bagaimana membedakannya? Salah satu cara untuk menjawab pertanyaan ini adalah dengan membedakan dari tiga tipe pertemanan, yaitu: pertemanan yang berdasarkan timbal balik, pertemanan penerimaan, dan pertemanan yang berdasarkan asosiasi.

Menurut DeVito (2009, h. 248) pertemanan timbal balik adalah tipe pertemanan yang paling ideal, karakteristik dari pertemanan timbal balik, yaitu : kesetiaan, pengorbanan diri, kasih sayang, dan kemurahan hati. Pertemanan timbal balik berdasarkan dari kesamaan: setiap individu berbagi kesamaan dalam memberi dan menerima keuntungan dan penghargaan dari hubungan.

Dalam pertemanan penerimaan, berbanding terbalik, ada ketidak seimbangan dalam memberi dan menerima, satu orang lebih banyak memberi dan satu orang lebih banyak menerima, ini adalah ketidak

seimbangan yang positif, karena bagaimanapun masing-masing orang mendapatkan sesuatu dari hubungan. Perbedaan kebutuhan dari masing-masing orang yang menerima dan orang yang memberi, hal ini adalah pertemanan yang bisa saja terbentuk antara guru dan murid, atau antara dokter dan pasien, kenyataannya perbedaan status sangat penting bagi perkembangan pertemanan tipe ini.

Sedangkan pertemanan asosiasi adalah pertemanan transisi. Pertemanan ini bisa dideskripsikan sebagai hubungan pertemanan biasa daripada hubungan pertemanan yang sebenarnya. Pertemanan asosiasi adalah jembatan pertemanan yang sering ditemui antara teman sekelas, tetangga, atau rekan kerja. Tidak memiliki kesetiaan yang cukup besar, tidak memiliki kepercayaan yang cukup besar, pemberian atau penerimaan besar, pertemanan ini dekat tetapi tidak intens.

2.1.1.4. Komunikasi Interpersonal dalam Hubungan Pertemanan

Menurut Wright (1978 dalam DeVito, 2009, h. 248) salah satu cara untuk menganalisis kebutuhan pada pertemanan adalah untuk mempertimbangkan nilai-nilai atau imbalan yang didapatkan dari pertemanan yang terjalin. Misalnya tergantung pada kebutuhan seseorang, seseorang dapat mencari teman seperti berikut ini:

- Fungsi: Seseorang yang mungkin memiliki bakat khusus, kemampuan atau sumber daya yang berguna pada diri seseorang dalam meraih atau mencapai tujuan dan kebutuhan. Contohnya orang yang berteman dengan orang yang lumayan hebat dan

kursus, bisa saja orang itu membantu temannya untuk mendapatkan nilai yang lebih baik, dapat menyelesaikan masalah, atau mendapatkan pekerjaan yang lebih baik.

- Ketegasan : Seseorang yang menegaskan nilai pribadi diri orang lain (teman) dan membantu temannya untuk mengenali atributnya sendiri. Misalnya seperti : seseorang yang mau berteman dengan orang lain karena apresiasi orang tersebut terhadap jiwa kepemimpinan orang lain, kemampuan atletik orang tersebut, atau berdasarkan rasa humor.
- Dukungan ego: Seseorang yang berperilaku mendukung, membesarkan hati, dan membantu. Sebagai contoh : apakah seseorang mencari pertemanan berdasarkan orang yang bisa membantu untuk melihat diri sendiri apakah diri sendiri adalah sosok yang pantas dan kompeten?
- Stimulasi : Seseorang yang mengenalkan temannya pada ide baru dan cara baru melihat dunia dan dapat membantu memperluas sudut pandang, contohnya : seseorang yang membentuk pertemanan yang mungkin akan membawa atau mengenalkan kepada orang-orang yang belum dikenal, isu-isu, agama, dan pengalaman baru.
- Rasa aman : Seseorang yang tidak melakukan apapun untuk menyakiti temannya atau mencari perhatian terhadap kelemahan atau kekurangan temannya. Contoh : pertemanan yang terbentuk

tanpa harus mengkhawatirkan akan ketidaksetiaan mereka atau komentar negatif pada diri seseorang.

2.2.2. Computer Mediated Communication (CMC)

Computer Mediated Computer (CMC) adalah suatu integrasi teknologi komputer dalam kehidupan sehari-hari manusia. CMC mempelajari bagaimana perilaku manusia terbentuk atau diubah oleh pertukaran informasi melalui mesin dan dalam perkembangannya, komunikasi melalui media komputer terjadi peleburan antara komunikasi yang dimediasi dan komunikasi secara langsung. Komunikasi yang dimediasi mengacu kepada proses pertukaran pesan di mana pesan disampaikan melalui perantara media teknologi dari yang paling sederhana, seperti kertas sampai teknologi yang canggih seperti komputer internet. Sedangkan komunikasi secara langsung mengacu kepada suatu proses di mana sebuah pesan yang di kirimkan secara langsung dan tanpa bantuan teknologi atau media apapun (Wood dan Smith, 2005, h. 4&6).

CMC berada pada batasan antara model komunikasi interpersonal (*one to one*), komunikasi massa (*one to many*), dan komputerisasi (*many to one*). Model lain atau bentuk keempat adalah *many to many*, yaitu di mana setiap orang bisa menjadi *sender* dan *receiver*, setiap orang dapat menerima atau mengirim pesan yang bersifat personal atau massal.

Menurut Burnett and David Marshall (2003 dalam Budiargo, 2015, h. 25) Informasi dapat diberikan oleh banyak orang dan diakses oleh banyak orang juga atau disimpan untuk dibuka atau dipilih kembali secara individual.

2.2.3. Teori Media Baru

Menurut Staubhaar and LaRose (2008 dalam Nasrullah, 2014,13) *New Media Theory* Mencatat, bahwa adanya perubahan terminology menyangkut media. Perubahan itu berkaitan dengan perkembangan teknologi, produksi massal, sampai pada efek yang berbeda dengan apa yang ada di media massa.

Menurut John Vivian (2008, dalam Nasrullah, 2014, h. 13-14) bahwa keberadaan media baru seperti internet bisa melampaui pola penyebaran pesan media tradisional.

Tabel 2.2.3

Perbedaan Antara Era Media Pertama dan Kedua

Era Media Pertama (Broadcast)	Era Media Kedua (Interactivity)
Tersentral (dari satu sumber ke banyak khalayak).	Tersebar (dari banyak sumber ke banyak khalayak).
Komunikasi terjadi satu arah	Komunikasi terjadi timbal balik atau dua arah.
Terbuka peluang sumber atau media untuk diskusi	Tertutupnya penguasaan media dan bebasnya kontrol terhadap sumber.
Media merupakan instrument yang menyelenggarakan strata dan	Media memfasilitasi setiap khalayak (warga negara)

ketidaksetaraan kelas sosial.	
Terfragmentasinya khalayak dan dianggap sebagai massa.	Khalayak bisa terlihat sesuai dengan tanpa meninggalkan keragaman identitasnya masing-masing.
Media dianggap dapat atau sebagai alat mempengaruhi kesadaran.	Media melibatkan pengalaman khalayak baik secara ruang maupun waktu.

Sumber : Nasrullah, Rulli. (2014), *Teori dan Riset : Media Siber (Cybermedia)*, Jakarta : Kencana.

Salah satu karakter yang disebut sebagai media lama atau baru, adalah term *broadcast* yang menjadi perwakilan dari konteks media lama sedangkan *interactivity* merupakan perwakilan dari media baru (Nasrullah, 2014.h.14).

Holmes, (2010 dalam Nasrullah, 2014, h.14) membagi media dalam segi perspektif historis yang menjadi era media pertama (*first media age*) dengan pola broadcast dan era media kedua (*second media age*) dengan pola interactivity, seperti yang dijelaskan pada tabel di atas.

Menurut Manovich (2001 dalam Nasrullah, 2014, h.14) menegaskan bahwa secara historis konsep interaktif itu telah mengaburkan batasan-batasan fisik maupun sosial. Kemudian Manovich memberikan dua tipologi untuk mendekati kata *interactivity* dalam perspektif media baru, yaitu ke dalam tipe ‘terbuka’ (*open*) dan tipe tertutup (*closed*). Sedangkan menurut Manovich (2001 dalam Nasrullah, 2014, h.15) dalam tipe ‘terbuka’ menjelaskan bahwa khalayak tidak hanya sekedar diberikan pilihan tetapi juga bisa untuk menentukan cara mengakses media baru sesuai dengan apa yang diinginkan, sedangkan tipe ‘tertutup’ lebih kepada hanya

membatasi khalayak untuk mengonsumsi media sesuai dengan struktur atau pilihan yang sudah dibuat sebelumnya.

Khalayak luas memandang kehadiran media siber sebagai salah satu bentuk komunikasi baru. Menurut Gillmor (2004, dalam Nasrullah, 2014 h.23). Berpendapat, “bahwa selama ini pola komunikasi terdiri dari *one-to-many* atau dari satu sumber ke banyak *audiences* (seperti buku, radio, dan TV), dan pola dari suatu sumber ke satu *audience* atau *one-to-one* (seperti telepon dan surat), maka pola komunikasi yang ada di media siber bisa menjadi *many-to-many* dan *few-to-few*.”

Dari data di atas dapat melihat landasan bagaimana melihat berbagai jenis media siber dari media siber itu sendiri, media dibagi menjadi 11 jenis, yaitu sebagai berikut :

1. Situs (*web Site*)

Situs adalah halaman yang merupakan sebuah alamat domain yang berisi mengenai audio, data, informasi, visual, memuat aplikasi, sampai berisi tentang tautan dari halaman web lainnya.

2. *E-mail*

E-mail atau surat elektronik adalah bentuk-bentuk media siber yang paling populer setelah situs. Cara kerja surat elektronik ini sama seperti surat konvensional di mana memiliki tujuan penerima dan isi surat. Kata lain dari E-mail adalah “*hybrid medium*” hal ini menandakan bahwa fasilitas menggabungkan unsur-unsur komunikasi., yaitu mengenai membaca dan menulis.

3. Forum di Internet (*Bulletin Boards*)

Fasilitas *Mail List* atau yang biasa disebut dengan istilah “milis” adalah salah satu jenis media siber yang digunakan sebagai alat komunikasi. Milis sangat berbeda dengan blog, dalam milis ada spesifikasi yang bermula pada karakteristik komunitas, topik, dan juga anggotanya (Gillmor, 2004 dalam Nasrullah, 2014, h.28). Dalam milis biasanya fasilitas grup disediakan oleh *provider* besar, seperti perusahaan Yahoo, MSN, ataupun Google, di dalam forum biasanya merupakan bagian dari kanal yang ada dalam situs web tertentu.

4. Blog

Istilah Blog berasal dari kata *web-blog*, hal ini pertama kali diperkenalkan oleh Jorn Berger pada 1997. Pada awalnya Blog merupakan suatu bentuk situs pribadi yang berisi kumpulan yang menyambung ke situs pribadi yang mengisi mengenai kumpulan yang menyambung ke situs lain dan dianggap menarik dan selalu diperbarui setiap harinya. Menurut Stuart Allan (2006 dalam Nasrullah, 2014, h.29), “Blog merupakan suatu situs yang memuat mengenai jurnal pribadi sang pemiliknya; *“as diaries of journals written by individuals seeking to establish an online presence”*”.

5. Wiki

Wiki adalah situs yang mengumpulkan artikel ataupun berita yang sesuai dengan suatu kata kunci. Mirip seperti kamus, Wiki menghadirkan rujukan buku atau tautan tentang satu kata. (Gillmor, 2004, dalam Nasrullah, 2014 h.30) mengutip definisi dari situs WhatIs.com, yaitu :

“A wiki (sometimes spelled “Wiki”) is a server program that allows users to collaborate in forming the content of a web site. With a wiki, any user can edit the site content, including other users” contributions, using a regular Web browser. ”Ward Cunningham, menegaskan bahwa situs Wiki merupakan *“it’s a tool for collaboration”* (Gillmor, 2004, h.32 dalam Nasrullah, 2014, h. 30).

6. Aplikasi Pesan

Teknologi telepon genggam (*handphone*) semakin berkembang tidak hanya sebagai perangkat untuk berkomunikasi seperti telepon atau SMS semata, sekarang telepon genggam di lengkapi dengan perangkat yang memungkinkan masyarakat untuk mengkoneksikan telepon pintar (*smartphone*) dengan internet. Aplikasi pesan melalui *smartphone* dapat dilihat melalui LINE, *Whatsapp*, *BlackBerry Messenger*, ataupun *KakaoTalk* yang tidak hanya menyampaikan pesan melalui teks, tetapi juga data pesan yang beragam seperti; audio dan visual. Cara kerja aplikasi ini menggunakan masuk dalam kategori *peer-to-peer* atau *chatroom*, serta dapat pula diakses melalui perangkat komputer tablet, namun desain aplikasi ini lebih banyak dimanfaatkan pada perangkat telepon genggam. Tetapi bentuk awal dari komunikasi melalui perangkat ini, yaitu SMS yang berasal dari kata *Short-Message-Services* atau yang lebih dikenal sebagai layanan pesan singkat.

7. Internet “Broadcasting”

Internet tidak hanya menampilkan liputan yang berupa teks atau lampiran (attach) file video dan audio semata. Media internet telah tumbuh dan berkembang menjadi media yang mampu menyiarkan secara langsung siaran televisi maupun radio.

8. Peer-to-Peer

Peer-to-Peer (P2P) merupakan media untuk berkomunikasi antar pengguna di internet, seperti sebagai percakapan atau berbagai *file*. Fasilitas percakapan atau *Instant Messaging* (IM) seperti Yahoo! *Messenger*, *Google Talk*, dan AOL memungkinkan warga untuk melakukan komunikasi, hal ini juga untuk mendistribusikan informasi. Menurut Gillmor (2004 Nasrullah, 2014, h.34) perkembangan P2P ini sangat menguntungkan bagi komunikasi di media siber.

9. The RSS

Content-syndication format atau yang dikenal dengan sebutan RSS atau sindikasi konten sebagai revolusi dalam perangkat lunak internet. Perangkat lunak ini bekerja sebagai pengambil dan mengumpulkan konten berita yang sesuai dengan keinginan si pengguna.

Biasanya *provider* sebagai penyedia layanan blog, seperti dalam Word press, yang telah menyiapkan tautan dari RSS. Model lain adalah dengan berlangganan RSS, dengan cara memasukkan alamat surat elektronik, RSS akan mengirimkan berita terbaru kepada alamat *e-mail* pengguna. Gillmor, 2004 dalam Nasrullah, 2014, h.36). Cara akses

melalui surat elektronik ini memudahkan pengguna untuk langsung mengetahui informasi melalui surat elektronik melalui telepon genggam tanpa harus membuka penjelajah (browser) terlebih dahulu dengan menggunakan komputer

10. MUDs

Stone dan Turkle (1995 dalam Nasrullah, 2014, h.36) Istilah MUDs berasal dari kata Multi-User Dungeons atau *Multi User Dimensions*. Secara terminologi MUDs diartikan sebagai suatu program komputer yang diatur sedemikian rupa, sehingga dapat diakses oleh para pengguna dalam satu waktu secara bersamaan.

11. Media Sosial (*Social Media*)

Kehadiran situs jejaring sosial (*social networking site*) atau yang biasa disebut dengan media sosial (*social media*) seperti *Facebook*, *Twitter*, dan *Skype* adalah media yang digunakan untuk mempublikasikan konten seperti profil, aktivitas, atau bahkan pendapat pengguna juga menjadi media yang memberikan ruang untuk berkomunikasi dan berinteraksi dalam jejaring sosial yang berada di ruang siber.

2.2.4 Internet Sebagai Media Baru

2.2.4.1 Konsep Tentang Internet

Kemajuan teknologi yang semakin canggih mengubah cara pandang hidup manusia dalam memproses informasi, dengan adanya kemajuan teknologi yang semakin canggih membuat manusia lebih mudah untuk mendapatkan informasi

di manapun dan kapan pun tidak terhalang oleh jarak dan waktu. Kemajuan internet memberikan dampak positif juga dampak negatif bagi penggunanya karena terkadang internet juga di gunakan untuk melakukan tindak kejahatan di dunia maya yang dilakukan oleh orang-orang yang tidak bertanggung jawab. Internet tidak hanya menampilkan liputan yang berupa teks ataupun lampiran (*attach*) file video ataupun audio semata. Media internet bisa digunakan sebagai telah tumbuh menjadi media yang semakin maju dan mampu menyiarkan secara langsung siaran televisi, radio dan dapat *streaming* live siaran radio maupun televisi. (Nasrullah, 2014, h. 33).

Netiquette yang berasal dari kata “*net*” untuk menjelaskan sebuah jaringan (*net-work*) atau biasa disebut dengan internet, “*etiquette*” yang berarti kuat atau tata nilai yang ada di dalam media komunikasi di dunia siber. Maksudnya, walaupun komunikasi terjadi di dalam dunia virtual dan medium komunikasi yang diwakili melalui teks, hal tersebut memiliki standar aturan berdasarkan aturan komunikasi dan hubungan antara individu sebagaimana halnya terjadi di dunia nyata (Nasrullah, 2014, h.121).

2.2.4.2 Karakteristik Media Baru

Staubhaar and LaRose (2008 dalam Nasrullah, 2014, h. 13). Era Media Baru adalah adanya perubahan terminologi menyangkut pada media. Perubahan itu sendiri berkaitan pada perkembangan teknologi, cangkupan area, produksi massal (*mass production*), distribusi massal (*mass distribution*), sampai pada efek yang berbeda dengan apa yang ada di media massa.

Di dalam era media baru ada enam karakteristik yang terkandung dalam media baru, yaitu :

- ***Digital***

Dalam proses digital, semua data komunikasi dan media representasional yang masuk, seperti grafik, teks, diagram, atau foto mapapun video akan di proses dan disimpan dalam bentuk angka-angka dan menjadi output dalam bentuk online, disk digital, atau sebagai memori drive yang akan diterjemahkan dan diterima sebagai tampilan dilayar dan akan dikirim kembali melalui jaringan telekomunikasi.

- ***Interactivity***

Interactivity atau yang lebih dikenal dengan sebutan interaktif merupakan salah satu nilai lebih dari media baru, karena media lama bersifat pasif, sehingga tidak bisa digunakan untuk saling bertukar informasi atau berpartisipasi secara langsung, sedangkan dalam media baru, para pengguna dimungkinkan untuk dapat dapat berinteraksi sehingga tidak hanya dapat berperan sebagai penonton saja, tetapi juga dapat ikut terlibat di dalamnya.

- ***Hypertextual***

Adalah sebuah potongan teks yang apabila di akses akan memberikan sambungan pada sebuah halaman website lainnya atau biasanya disebut dengan teks yang saling terhubung dengan teks lainnya. Munculnya Hypertext merupakan efek dari teknologi dalam era media baru.

- **Virtual**

Virtual sangat dekat dengan media baru. Realitas virtual adalah lingkungan yang dibangun dengan grafis komputer dan video digital dimana pengguna dapat berinteraksi. Virtual memiliki kaitan dengan simulasi.

- **Simulated**

Simulated atau simulasi adalah imitasi atau representasi dari suatu peristiwa dengan penambahan berbagai macam efek dramatis. Simulasi memiliki kaitan yang erat dengan konsep virtual. Di era media baru terdapat istilah *change & continuity*, hal ini berkaitan dengan pertimbangan media untuk mengubah atau untuk meneruskan media yang sudah lama. Hal ini dikarenakan tidak semua perubahan dilakukan oleh media tersebut akan berdampak positif atau dapat selalu diterima dengan baik oleh pengguna. Misalnya saja perubahan media koran dari versi cetak ke versi digital. Tidak semua pembaca koran cetak mau untuk membaca koran dalam versi digital. Perubahan tersebut harus berdasarkan pemikiran yang matang dan tidak hanya asal mengikuti perkembangan teknologi.

- **Networked**

Terjadinya krisis kapitalis mempengaruhi organisasi produksi media. Muncul kecenderungan pergerakan media baru ke arah desentralisasi produk, diferensiasi produk, dan segmentasi konsumsi.

Perkembangan jaringan desentralisasi mempengaruhi media dan proses komunikasi. Tidak hanya pasar dan pengguna, tetapi seluruh sektor

industri media baru. Mereka melihat peran mereka sebagai penyedia alat dan pengguna sebagai pengisi konten. Konten-konten dalam jaringan dapat di akses dengan berbagai alat elektronik. Dengan adanya hal ini, konten media menjadi mudah dijangkau.

Media baru menjadi sebuah sejarah. Posisi analisis ini memberikan ide bahwa media baru adalah 'postmodern' media. Maksudnya adalah media yang muncul, dikonstruksikan, kepada perkembangan seperangkat sosio-kultur. Kemunculan media baru itu sendiri sesungguhnya memperdebatkan teori-teori media yang pernah ada sebelumnya. Tetapi justru melalui perdebatan ini kemudian memungkinkan penemuan berbagai hal yang baru. Dari media baru, sama saja dengan menunjukkan permainan ideologis yang menutup kita dari apa yang sebenarnya terjadi di sekeliling kita.

UMMN

2.3. Kerangka Berfikir

