

INSTANT MESSAGING DALAM PERSPEKTIF EKOLOGI MEDIA DAN KOMUNIKASI

Oleh: Siti Meisyaroh *)

ABSTRACT

Technology is often described as the most important influence on society. The presence of the internet has changed the way many people communicate directly and face-to-face communication is no longer online and face to face. The emergence of a variety of media that could be a mediator of communication between individuals lead to individuals choosing to use the media because it is real time and instant without the limitations of distance and time . Instant Messaging is a popular communication media trend nowadays and most widely used by people to convey and receive messages from other individuals. The presence of a wide variety of Instant Messaging applications such as MSN, Yahoo Messenger, Google Talk, eBuddy, Blackberry Messenger (BBM), Whatapps, Kakao Talk, Chat Line until We Chat raise a variety of actions, perceptions, and experiences of communication in society . Media ecology theory perspective with the global village slogan, cold media, the electronic age and the media around the world unite together with the character and function of Instant Messaging applications to communicate and exchange messages.

Keywords: *Instant Messaging, Communication, Media Ecology, Internet Technology*

PENDAHULUAN

Masyarakat telah berevolusi, begitu pula teknologi. Mulai dari abjad hingga internet, kita telah dipengaruhi oleh dan memengaruhi, media elektronik. Dengan kata lain, media adalah pesannya. Hukum-hukum media-peningkatan, ketinggalan zaman (obsolescence), pengambilan kembali (retrieval) dan pemutarbalikan (reversal) menunjukkan bahwa teknologi memengaruhi komunikasi melalui teknologi yang baru. Teori ekologi media berpusat pada prinsip-prinsip bahwa masyarakat tidak dapat melarikan diri dari pengaruh teknologi dan bahwa teknologi akan tetap menjadi pusat bagi semua bidang profesi dan kehidupan (Richard West, 2008).

Dahulu, manusia hanya berkomunikasi secara langsung dengan tatap muka, namun sejalan dengan perkembangan teknologi yang makin berkembang, memunculkan banyak media yang membuat manusia tidak lagi berkomunikasi dengan tatap muka, melainkan melalui media sebagai perantara atau sarana. Hal ini tentu saja membuat komunikasi makin mudah dan cepat karena manusia tidak lagi perlu bertatap muka secara langsung hanya untuk menyampaikan pesan. Kehadiran internet akibat perkembangan teknologi juga membuat lahirnya media-media dibidang telekomunikasi dengan aplikasi-aplikasi yang

*) Dosen Program Studi Ilmu Komunikasi, Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie.

membuat perubahan dalam komunikasi antar individu.

Diawali dengan munculnya aplikasi *chatting* mIRC yang diciptakan tahun 1995 dan merupakan perangkat lunak berbayar untuk Internet Relay Chat atau percakapan daring yang beroperasi di sistem operasi Windows, lalu hadirnya E-Mail (*Elektronik Mail*), kemudian di ikuti dengan kehadiran berbagai situs, blog, dan situs jejaring sosial sampai akhirnya muncul *Instant Messaging* dengan berbagai aplikasi yang dapat di instal dan di download melalui perangkat teknologi berupa telepon seluler, laptop, hingga tablet membuat aktivitas komunikasi antar individu makin mudah, cepat dan efisien.

Sejalan dengan kehadiran *Instant Messaging* dengan berbagai aplikasinya seperti MSN, Yahoo Messenger, Google Talk, Ebuddy, Blackberry Messenger (BBM), Whatapps, Kakao Talk, Line hingga We Chat maka pesan yang disampaikan antar individu bukan hanya cepat namun juga dapat ditambahkan dengan pesan gambar atau video sehingga pesan lebih beragam dan memiliki karakternya masing-masing dan makin menguatkan pesan yang disampaikan.

Instant Messaging

Menurut *Digital Library Telkom Institute Of Technology* (<http://digilib.itelkom.ac.id>), menyatakan bahwa *Instant Messaging* atau pesan instan adalah sebuah aplikasi yang memanfaatkan teknologi Internet dimana para pengguna dapat menggunakan aplikasi tersebut untuk mengirimkan pesan-pesan singkat secara langsung pada saat yang bersamaan (*real time*) menggunakan teks kepada pengguna lainnya yang sedang terhubung ke jaringan yang sama.

Sedangkan menurut Mohammad Gilang Kautzar Hw (2009), mengatakan bahwa Pengirim pesan instan (*instant messenger*) merupakan suatu perangkat lunak yang memfasilitasi pengiriman pesan singkat (*Instant Messaging*), suatu bentuk komunikasi secara langsung antara dua pihak atau lebih menggunakan teks yang diketik (*chatting*). Pengirim pesan instan akan mengirimkan teks melalui perangkat yang terhubung dengan suatu jaringan. Penggunaan teknologi ini memiliki suatu kelebihan dibandingkan surat elektronik (*e-mail*), yaitu komunikasi dapat terjalin secara langsung atau *real-time*. Hal tersebut merupakan salah satu penyebab pertumbuhan yang pesat pada jumlah penggunaan pengirim pesan instan untuk berkomunikasi.

Lain halnya dengan *Merriam-Webster Dictionary* ([ww.merriam-webster.com/dictionary/instant+messaging](http://www.merriam-webster.com/dictionary/instant+messaging)) yang menyatakan bahwa *Instant Messaging* adalah *a system for sending messages quickly over the Internet from one computer to another computer or a means or system for transmitting electronic messages instantly*. Dari pernyataan diatas maka pengirim pesan instan adalah sistem yang mengirimkan pesan secara cepat melalui internet dari satu komputer ke komputer lain atau sistem untuk transmisi pesan elektronik langsung. Pengiriman pesan singkat memiliki beberapa fitur dengan fungsi antar muka (wikipedia.org/wiki/Pengirim_pesan_instan), di antaranya:

1. Pesan singkat (*Instant messages*): Mengirimkan pesan kepada orang yang sedang daring secara waktu nyata.
2. Obrolan (*Chat*): Menciptakan ruang obrolan (*chat room*) atau ruang diskusi dengan beberapa orang.
3. Tautan web (*Web links*): Berbagi pranala mengenai situs web favorit.

4. Video: Berbagi video.
5. Gambar (*Images*): Berbagi gambar.
6. Berkas (*Files*): Berbagi berkas komputer.
7. Bicara (*Talk*): Berfungsi seperti layaknya telepon.
8. Fasilitas dalam genggam (*Mobile capabilities*): Mengirimkan pesan instan melalui telepon genggam.

Perkembangan pengirim pesan instan berbasis GUI diawali ketika mulai maraknya orang menggunakan teknologi secara daring pada awal tahun 1990 ketika banyak orang mulai meluangkan waktu untuk mengakses Internet. E-mail merupakan perkembangan komunikasi internet yang berkembang pesat pada saat itu, namun seiring dengan bertambahnya kebutuhan, *e-mail* dirasakan kurang cepat dalam mengirimkan pesan dan tidak dapat diketahui apakah orang yang dikirim pesan melalui *e-mail* juga sedang daring dan membalas pesan secara cepat. Kebutuhan tersebut mendorong para pengembang perangkat lunak menciptakan sebuah program *chat room*, di mana suatu grup atau perorangan dapat melihat serta mengirimkan pesan kepada sertiap orang yang ada pada *room* tersebut. Aplikasi ini dimulai ketika penyedia jasa daring Quantum Link (lebih dikenal dengan nama American Online) menawarkan fitur untuk dapat saling berkirim pesan dengan sesama pengguna komputer yang sedang daring. Penerapan pengiriman pesan instan ini memiliki dasar yang tidak jauh berbeda, yaitu sebuah *chat room* yang ditujukan untuk dua orang. Seiring dengan perkembangannya, pengiriman pesan instan ini mulai meledak di Internet pada November 1996 saat Mirabilis memperkenalkan ICQ yang merupakan sebuah program pengirim pesan instan gratis, dan diikuti oleh AOL Instant Messenger (AIM) pada tahun 1997. AOL kemudian mengakuisisi Mirabilis. Penggunaan pengirim pesan instan kemudian berkembang dari hanya bisa diakses melalui komputer menjadi dapat diakses juga melalui telepon genggam sehingga memungkinkan para penggunanya mengakses layanan ini kapan saja dan di mana saja. Dewasa ini, perkembangan IM telah mengalami kemajuan yang amat pesat. Penggunaan IM yang awalnya hanya dapat diakses oleh para penggunanya melalui komputer, sekarang ini telah dapat diakses melalui telepon genggam. Dengan kemampuan yang dimiliki telepon genggam untuk mengakses internet, maka para pengguna IM dapat mengakses dunia maya kapan saja dan dimana saja.

Di Indonesia sendiri, pengguna IM cukup banyak. Umumnya mayoritas pengguna berasal dari kaum pelajar dan mahasiswa. Menjamurnya piranti lunak seperti *mig33*, *eBuddy*, dan lain-lain memungkinkan telepon genggam untuk ber'IM' ria, membuat para penggemar IM semakin dimanja. Provider telepon genggam seperti telkomsel pun telah memberikan fitur kepada para pelanggan mereka untuk ber'IM'. Selain itu ada juga layanan SMS premium seperti *chat n' date*, yang iklannya cukup sering beredar di televisi. IM pada *chat n' date* berbeda dengan IM lainnya, karena ia berbasis teknologi SMS. Tidak seperti IM lain, yang berbasis koneksi internet (wikipedia.org/wiki/Pengirim_pesan_instan).

Teori Ekologi Media

Neil Postman adalah tokoh yang pertama memperkenalkan secara formal istilah *Ekologi Media* pada tahun 1968. Stephen W. Little John menyebutnya dengan nama *Teori Medium*. Beberapa pakar bahkan ada yang menamainya *Teori Determinisme Teknologi*. Istilah yang terakhir ini tidak terlalu mendapat tanggapan karena terkesan berlebihan. Dasar

dari teori ini adalah sebuah pernyataan yaitu: “*khalayak seolah digambarkan bersifat pasif dan terpisah dengan teknologi*”. Padahal dalam konsep teori ini, khalayak justru dapat memperoleh kemampuan aktif dan tidak terpisahkan dengan media. Menurut Ricard West dan Lynn H. Turner (2008), Lance Strate mendefinisikan Ekologi Media sebagai:

“Kajian mengenai lingkungan media, ide bahwa teknologi dan teknik, mode penyampaian informasi dan kode komunikasi memainkan peran utama dalam kehidupan manusia”.

Adapun penamaan Teori Medium diberikan karena secara khusus dalam teori ini dikenal istilah “medium adalah pesan” (*medium is the message*). Dalam perspektif teori ini, bukan pesan yang mempengaruhi kesadaran kita tetapi medium. Mediumlah yang lebih besar mempengaruhi bawah sadar kita. Medium membentuk pesan, bukan sebaliknya. Konsep dasar teori ini pertama kali dikemukakan oleh Marshall McLuhan (1964). Pemikirannya banyak dipengaruhi oleh mentornya, ekonom berkebangsaan Canada, Harold Adams Innis (1951).

McLuhan adalah ilmuwan sekaligus kritikus sastra berkebangsaan Canada. Ia menggunakan puisi, fiksi, politik, teater musikal dan sejarah untuk menunjukkan bahwa teknologi yang menggunakan media membentuk perasaan, pikiran, dan tindakan manusia. McLuhan menyatakan bahwa kita memiliki hubungan yang sifatnya simbiosis dengan teknologi yang menggunakan media. Manusia menciptakan teknologi, dan sebaliknya teknologi tadi membentuk manusia. Inilah yang menjadi konsep dasar dari teori ekologi media.

Asumsi Teori Ekologi Media

1. Media melingkupi setiap tindakan di dalam masyarakat

Kita tidak dapat melarikan diri dari media. Bahkan McLuhan menyebut angka, permainan, dan uang sebagai mediasi. Media-media ini mentransformasi masyarakat kita melalui permainan yang dimainkan, radio yang didengarkan, atau TV yang ditonton. Pada saat bersamaan, media bergantung pada masyarakat untuk “pertukaran dan evolusi”.

2. Media memperbaiki persepsi kita dan mengorganisasikan pengalaman kita

Kita secara langsung dipengaruhi oleh media. Media cukup kuat dalam pandangan kita mengenai dunia. Kita tanpa sadar termanipulasi oleh TV. Sikap dan pengalaman kita secara langsung dipengaruhi oleh apa yang kita tonton di TV, dan sistem kepercayaan kita dapat dipengaruhi secara negatif oleh TV. McLuhan mempersepsikan TV sebagai hal yang memegang peranan penting dalam pengikisan nilai-nilai keluarga.

3. Media menyatukan seluruh dunia

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

Sejarah Media

McLuhan dan Quentin Fiore (1967, 1996) menyatakan bahwa media dari sebuah era menentukan esensi dari sebuah masyarakat. Mereka mengemukakan empat era dalam

sejarah media yang masing-masing berkaitan dengan mode komunikasi dominan di zaman tersebut. McLuhan lebih jauh menyatakan bahwa media bertindak sebagai perpanjangan indera manusia dari tiap era yaitu:

1. **Era tribal.** Era ini ditandai dengan tradisi lisan. Orang belum mengenal tulis menulis. Di masa ini, menurut McLuhan, budaya berpusat pada telinga. Orang mendengar tanpa memiliki kemampuan untuk menyensor pesan-pesan. Konteks komunikasi hanya bersifat tatap muka. Ini yang membawa masyarakat kolektif.
2. **Era melek huruf.** Ini adalah era di mana komunikasi tertulis berkembang pesat dan mata menjadi indera yang dominan. Zaman ini ditandai dengan pengenalan abjad. Konteks komunikasi sosial sudah bersifat tidak langsung karena dapat diwakili oleh tulisan. “Dunia tertulis” memberi konsekuensi lahirnya masyarakat individualistik.
3. **Era cetak.** McLuhan menyebut buku sebagai “mesin pengajar pertama” di era ini. Segala macam tulisan dapat diduplikasi dengan jumlah yang banyak. Di era ini teknologi yang utama adalah percetakan dengan mengandalkan penglihatan sebagai indera yang dominan. Sama dengan era melek huruf.
4. **Era elektronik.** Media menjadi perpanjangan hampir seluruh indera manusia di era ini. Telepon dan radio perpanjangan tradisi lisan. Televisi perpanjangan penglihatan dan pendengaran. Komputer/internet juga hadir sebagai perpanjangan seluruh indera dengan menggabungkan ragam media (cetak, audio, visual) hingga ia disebut multimedia. “Komputer merupakan hal yang paling luar biasa dari semua busana teknologi yang pernah diciptakan ... karena komputer merupakan perpanjangan dari sistem syaraf pusat kita” (McLuhan & Fiore: 1996).

Medium Adalah Pesan

Medium adalah pesan, ini adalah slogan dari Teori Ekologi Media. Frase tersebut merujuk pada kekuatan dan pengaruh medium terhadap masyarakat, bukan isi pesannya. Medium mampu mengubah bagaimana kita berpikir mengenai orang lain, diri kita sendiri, dan dunia di sekeliling kita. Akan tetapi McLuhan tidak mengesampingkan pentingnya isi. McLuhan merasa bahwa isi mendapatkan perhatian lebih dari kita dibandingkan dengan yang didapat medium. Walaupun sebuah pesan mempengaruhi keadaan sadar kita, medium lebih besar mempengaruhi keadaan bawah sadar kita.

Memperkirakan Temperatur: Media Panas & Media Dingin

Media panas adalah media komunikasi definisi tinggi yang menuntut sedikit keterlibatan dari audiensnya. Makna pada dasarnya telah disediakan. Contohnya adalah film, radio, kuliah, buku, dan foto digital.

Media dingin adalah media yang membutuhkan tingkat partisipasi yang tinggi dan rendah definisi. Sedikit yang disediakan oleh medium dan sangat banyak yang harus dilengkapi sendiri oleh audiens. Media dingin mengharuskan khalayak untuk menciptakan makna melalui keterlibatan indra yang tinggi dan imajinatif. Contohnya adalah kartun, percakapan, seminar, telepon, dan TV.

Lingkaran Telah Sempurna: Sebuah Tetrad

Dengan putranya, Eric McLuhan, McLuhan mengembangkan sebuah cara untuk melihat lebih jauh ke dalam efek teknologi terhadap masyarakat. Perluasan teorinya

mencakup hukum media. Hukum media adalah perluasan lebih jauh dari Teori Ekologi Media dengan fokus pada dampak teknologi terhadap masyarakat.

Karya McLuhan dan putranya yang terakhir mempertimbangkan dampak dari internet dan membawa teori ini pada suatu lingkaran yang sempurna. Teknologi mempengaruhi komunikasi melalui teknologi baru, dampak dari teknologi baru mempengaruhi masyarakat, dan perubahan dalam masyarakat menyebabkan perubahan lebih jauh dalam teknologi. Mereka mengajukan tetrad sebagai konsep organisasi yang memungkinkan para ilmuwan untuk memahami dampak masa lalu, masa kini, dan terkini dari media. Mereka menawarkan empat hukum media yang dikemukakan dalam bentuk pertanyaan:

1. Apakah yang ditingkatkan oleh media?
Peningkatan (enhancement) adalah hukum yang menyatakan bahwa media menegaskan atau memperkuat masyarakat. Contohnya, telepon meningkatkan kata-kata lisan yang ditemukan dalam percakapan tatap muka. Radio memperkuat suara melampaui jarak. TV memperkuat kata-kata dan gambar visual melampaui benua. Internet meningkatkan beberapa fungsi indra sekaligus.
2. Apakah yang dibuat ketinggalan zaman oleh media?
Ketinggalan zaman adalah hukum yang menyatakan bahwa media menyebabkan sesuatu menjadi ketinggalan zaman. Contohnya TV membuat radio ketinggalan zaman, walaupun banyak dari kita terus mendengarkan radio saat berkendara di mobil.
3. Apakah yang diambil kembali oleh media?
Pengambilan kembali adalah hukum yang menyatakan bahwa media menyelamatkan sesuatu yang tadinya hilang. Contohnya, TV membawa kembali pentingnya unsur visual yang tidak dapat dicapai oleh radio, tetapi yang dulunya ada di dalam percakapan tatap muka.
4. Apakah yang diputarbalikkan oleh media?
Pemutarbalikkan adalah hukum yang menyatakan bahwa media akan menghasilkan atau menjadi sesuatu yang lain jika didorong mencapai batasnya. Contohnya, keinginan publik untuk memiliki akses terhadap hiburan dalam medium yang relatif murah mendorong terciptanya drama dan program komedi.

Membawa Panji McLuhan: Postman dan Meyrowitz

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

Joshua Meyrowitz (1985) setuju dengan McLuhan bahwa media elektronik memiliki konsekuensi sosial. Meyrowitz memperluas pemikiran bahwa hubungan kekuasaan dan kelas sosial dapat dilacak ke media elektronik. Ia menggunakan penelitian sosiologi untuk menyimpulkan bahwa media telah menyebabkan buramnya peranan dan tempat yang tadinya jelas. Ini karena komponen-komponen tempat yang secara tradisional berhubungan

satu sama lain telah dikacaukan oleh media elektronik. Kemudian apa yang tadinya bersifat pribadi, sekarang bisa menjadi konsumsi publik.

Konseptual Komunikasi

Kata “komunikasi” berasal dari bahasa Latin, “*comunis*”, yang berarti membuat kebersamaan atau membangun kebersamaan antara dua orang atau lebih. Akar katanya “*communis*” adalah “*communico*” yang artinya berbagi (Stuart,1983, dalam Vardiansyah, 2004:3). Dalam literatur lain disebutkan komunikasi juga berasal dari kata “*communication*” atau “*communicare*” yang berarti “membuat sama” (*to make common*). Istilah “*communis*” adalah istilah yang paling sering di sebut sebagai asal usul kata komunikasi, yang merupakan akar dari kata kata Latin yang mirip Komunikasi menyarankan bahwa suatu pikiran, suatu makna, atau suatu pesan di anut secara sama. (<http://cahpct.blogdetik.com/2009/04/02/definisi-komunikasi/>).

Pawito dan C Sardjono (1994: 12) mencoba mendefinisikan komunikasi sebagai suatu proses dengan mana suatu pesan dipindahkan atau dioperkan (lewat suatu saluran) dari suatu sumber kepada penerima dengan maksud mengubah perilaku, perubahan dalam pengetahuan, sikap dan atau perilaku *overt* lainnya. Sekurang-kurangnya didapati empat unsur utama dalam model komunikasi yaitu sumber (*the source*), pesan (*the message*), saluran (*the channel*) dan penerima (*the receiver*).

Larry A Samovar, Richard E Porter dan Nemi C Janin dalam bukunya *Understanding Intercultural Communication* mendefinisikan komunikasi sebagai berikut :

“*Communication is defined as a two way on going, behaviour affecting process in which one person (a source) intentionally encodes and transmits a message through a channel to an intended audience (receiver) in order to induce a particular attitude or behaviour*” (Purwasito, 2003 : 198).

Harold Lasswell menulis dalam karyanya *The Structure And Function Of Communication In Society* untuk menjelaskan komunikasi adalah dengan menjawab pertanyaan: “*Who Say What in Which Channel to Whom With What Effect?*” Paradigma tersebut menunjukkan bahwa komunikasi memiliki unsur-unsur yang merupakan jawaban dari pertanyaan tersebut, yaitu komunikator, pesan, media, komunikan, dan efek. Sehingga bila dijabarkan, komunikasi adalah proses penyampaian pesan oleh komunikator kepada komunikan melalui media dan menimbulkan efek tertentu. Komponen komunikasi adalah hal-hal yang harus ada agar komunikasi bisa berlangsung dengan baik. komponen-komponen komunikasi menurut Lasswell tersebut adalah (Rosmawaty, 2010:24):

1. Pengirim atau komunikator (*sender/who*) adalah pihak yang mengirimkan pesan kepada pihak lain.
2. Pesan (*message/says what*) adalah isi atau maksud yang akan disampaikan oleh satu pihak kepada pihak lain. Pesan merupakan seperangkat simbol verbal atau nonverbal yang mewakili perasaan, nilai, gagasan, atau maksud dari pengirim.
3. Saluran atau media (*in which channel*) merujuk kepada cara penyampaian pesan kepada komunikan, apakah langsung atau melalui media massa. dalam komunikasi antar-pribadi (tatap muka) saluran dapat berupa udara yang mengalirkan getaran nada/suara.

4. Penerima atau komunikan (*receiver/to whom*) adalah pihak yang menerima pesan dari sumber
5. Efek (*with what effect*) adalah apa yang terjadi pada penerima pesan setelah menerima pesan tersebut

Menurut Onong Uchjana Effendy (2003), Proses komunikasi pada intinya terbagi menjadi dua tahap, yakni secara primer dan secara sekunder, yaitu:

- a. Proses komunikasi secara primer adalah proses penyampaian pesan dan atau perasaan kepada orang lain dengan menggunakan lambang (*symbol*) sebagai media. Lambang atau simbol berupa bahasa, kial, syarat, gambar, warna dan lain sebagainya, yang secara langsung mampu "menerjemahkan" pikiran, perasaan komunikator kepada komunikan. Bahasa yang paling banyak digunakan dalam komunikasi adalah jelas karena bahasalah yang paling mampu "menerjemahkan" pikiran seseorang kepada orang lain. Berkat kemampuan bahasa, maka kita dapat mempelajari ilmu pengetahuan sejak ditampilkan oleh Aristoteles, Plato, dan Socrates, dapat menjadi manusia yang beradap dan berbudaya, dan dapat memperkirakan apa yang akan terjadi pada tahun, decade, bahkan abad yang akan datang. Media primer atau lambang yang paling banyak digunakan dalam komunikasi adalah bahasa. Akan tetapi tidak semua orang pandai mencari kata-kata yang tepat dan lengkap yang dapat mencerminkan pikiran dan perasaan yang sesungguhnya. Komunikasi berlangsung apabila terjadi kesamaan makna dalam pesan yang diterima oleh komunikan. Dengan perkataan lain, komunikasi adalah proses membuat sebuah pesan bagi komunikator dan komunikan.
- b. Proses komunikasi secara sekunder adalah proses penyampaian pesan oleh seseorang kepada orang lain dengan menggunakan alat atau sarana sebagai media kedua, setelah memakai lambang sebagai media pertama. Seorang komunikator menggunakan media kedua dalam melancarkan komunikasinya karena komunikan sebagai sasarannya berada di tempat yang relatif jauh atau jumlahnya banyak. Surat, telepon, teleks, surat kabar, majalah, radio, televisi, film, dan banyak lagi adalah media kedua yang sering digunakan dalam komunikasi. Karena proses komunikasi sekunder ini merupakan sambungan dari komunikasi primer untuk menembus dimensi ruang dan waktu, maka dalam menata lambang-lambang untuk memformulasikan isi pesan komunikasi, komunikator harus memperhitungkan ciri-ciri atau sifat-sifat media yang akan digunakan. Penentuan media yang akan dipergunakan sebagai hasil pilihan dari sekian banyak alternatif perlu didasari pertimbangan mengenai siapa komunikan yang akan dituju.

Mengenai fungsi komunikasi, Onong Uchjana Effendy, mengemukakan bahwa fungsi komunikasi adalah:

- a. Menginformasikan (*To Inform*)
Adalah memberikan informasi kepada masyarakat, memberitahukan kepada masyarakat mengenai peristiwa yang terjadi, idea tau pikiran dan tingkah laku orang lain, serta segala sesuatu yang disampaikan orang lain.
- b. Mendidik (*To Educate*)
Adalah komunikasi merupakan sarana pendidikan, dengan komunikasi manusia dapat menyampaikan idea tau pikirannya kepada orang lain, sehingga orang lain mendapat informasi dan ilmu pengetahuan.

c. Menghibur (*To Entertain*)

Adalah komunikasi selain berguna untuk menyampaikan komunikasi, pendidikan dan mempengaruhi juga berfungsi untuk menyampaikan hiburan atau menghibur orang lain.

d. Mempengaruhi (*To Influence*)

Adalah fungsi mempengaruhi setiap individu yang berkomunikasi tentunya berusaha saling mempengaruhi jalan pikiran komunikasi dan lebih jauhnya lagi berusaha merubah sikap dan tingkah laku komunikasi sesuai dengan yang diharapkan. (Effendy, 2002:36).Dilihat dari fungsi dan keberadaannya di masyarakat, komunikasi tidak bisa lepas dari kehidupan karena komunikasi akan selalu berada dalam kehidupan sehari-hari.

Instant Messaging Dalam Perspektif Ekologi Media Dan Komunikasi

Perkembangan teknologi membawa perubahan dalam cara manusia berkomunikasi. Kehadiran internet memunculkan berbagai macam penemuan yang membuat manusia berkomunikasi dengan yang lain menjadi lebih mudah dan cepat. Munculnya aplikasi *chatting* di internet dengan menggunakan perangkat komputer membuat manusia tidak lagi memerlukan bertemu secara langsung dan tatap muka hanya untuk menyampaikan pesan. Hal ini juga membuat para ahli teknologi melakukan inovasi terbaru dalam bidang telekomunikasi, sehingga individu tidak harus terhubung dengan perangkat komputer dalam berkomunikasi melalui internet, namun dapat melalui media telepon seluler untuk mengirimkan dan menerima pesan secara instan. Kehadiran Instant Messaging atau kita sebut pesan instan dengan berbagai aplikasinya membuat hal ini sangat populer di masyarakat dan menjadi tren komunikasi yang digemari saat ini.

Instant Messaging atau pesan instan adalah sebuah aplikasi yang memanfaatkan teknologi Internet dimana para pengguna dapat menggunakan aplikasi tersebut untuk mengirimkan pesan-pesan singkat secara langsung pada saat yang bersamaan (*real time*) menggunakan teks kepada pengguna lainnya yang sedang terhubung ke jaringan yang sama. (<http://digilib.ittelkom.ac.id>). Ini berarti bahwa individu melakukan komunikasi tidak lagi memerlukan tatap muka secara langsung dengan individu lain namun sudah menggunakan media pesan instan melalui teknologi internet sehingga pesan langsung dapat diterima.

Menurut Ricard West dan Lynn H. Turner (2008), Lance Strate mendefinisikan Ekologi Media sebagai:

“Kajian mengenai lingkungan media, ide bahwa teknologi dan teknik, mode penyampaian informasi dan kode komunikasi memainkan peran utama dalam kehidupan manusia”.

Terlihat dari pernyataan diatas bahwa ada kaitan antara Instant Messaging dengan ekologi media, karena ekologi media berbicara mengenai kajian mengenai lingkungan media sama halnya dengan Instant Messaging yang lahirnya dari hasil kajian mengenai perkembangan media di lingkungan masyarakat sejalan dengan perkembangan individu mengikuti tren teknologi. Ide bahwa teknologi dan teknik, mode penyampaian informasi dan kode komunikasi memainkan peran utama dalam kehidupan manusia. Pernyataan ini pun sesuai dengan Instant Messaging yang merupakan ide dari teknologi dan teknik komunikasi dengan melakukan mode penyampaian informasi dan kode komunikasi melalui aplikasi-aplikasi dalam Instant Messaging seperti gambar, video, karakter tulisan, ikon-ikon, dan

bentuk huruf sehingga memainkan peran utama yakni komunikasi antar individu dalam kehidupan manusia setiap harinya.

Asumsi teori ekologi media yang pertama adalah menggarisbawahi pemikiran bahwa kita tidak dapat melarikan diri dari media didalam hidup kita: media melingkupi seluruh keberadaan kita. Kita tidak dapat menghindari atau melarikan diri dari media, terutama jika kita menganut interpretasi McLuhan yang luas mengenai apa yang menyusun sebuah media. Begitupun dengan Instant Messaging yang merupakan media komunikasi dengan aplikasi seperti MSN, Yahoo Messenger, Google Talk, Ebuddy, Blackberry Messenger (BBM), Whatapps, Kakao Talk, Line hingga We Chat sebagai media yang selalu melingkupi seluruh keberadaan individu dalam berkomunikasi dan setiap tindakan yang dilakukan setiap hari oleh masyarakat. Media melingkupi setiap tindakan di dalam masyarakat karena manusia tidak dapat lepas dari media sebagaimana manusia tidak dapat lepas dari komunikasi.

Asumsi kedua menyatakan tentang media memperbaiki persepsi kita dan mengorganisasikan pengalaman kita. McLuhan menyatakan bahwa media cukup kuat didalam pandangan kita mengenai dunia. Instant Messaging bisa memperbaiki persepsi kita terhadap individu lain melalui pesan-pesan yang disampaikan dan diterima oleh kita dan dengan aktivitas mengirim dan menerima pesan dapat mengorganisasikan pengalaman kita melalui karakter tulisan, huruf, ikon-ikon, gambar dan video sehingga menjadi karakter yang dimiliki secara personal. Asumsi ini juga menyatakan bahwa kita secara langsung dipengaruhi oleh media. Media cukup kuat dalam pandangan kita mengenai dunia. Kita tanpa sadar termanipulasi oleh televisi. Sikap dan pengalaman kita secara langsung dipengaruhi oleh apa yang kita tonton di televisi, dan sistem kepercayaan kita dapat dipengaruhi secara negatif oleh televisi. McLuhan mempersepsikan televisi sebagai hal yang memegang peranan penting dalam pengikisan nilai-nilai keluarga. Kehadiran Instant Messaging juga tidak terlepas dari peranan televisi yang menyebarluaskan melalui tayangan iklan, film atau tayangan televisi lainnya sehingga masyarakat mengikuti dan mencontoh tren Instant Messaging dalam berkomunikasi dengan masyarakat lain.

Asumsi ketiga dari Teori Ekologi Media telah memunculkan sebuah percakapan yang populer: media menghubungkan dunia. McLuhan menggunakan istilah *desa global (global village)* untuk mendeskripsikan bagaimana media mengikat dunia menjadi sebuah sistem politik, ekonomi, sosial, dan budaya yang besar. Dampak dari desa global ini, menurut McLuhan (1964), adalah kemampuan untuk menerima informasi secara langsung. Para teoritikus ekologi media menyakini bahwa tindakan dari satu masyarakat akan memengaruhi seluruh desa global. Manusia tidak lagi dapat hidup dalam isolasi, melainkan akan selalu terhubung oleh media elektronik yang bersifat instan dan berkesinambungan. Media elektronik memiliki kemampuan untuk menjembatani budaya-budaya yang tidak akan pernah berkomunikasi sebelum adanya koneksi ini. Sama halnya dengan Instant Messaging yang dapat menyatukan seluruh dunia untuk berkomunikasi tanpa ada batasan jarak dan waktu melalui aplikasi seperti MSN, Yahoo Messenger, Google Talk, Ebuddy, Blackberry Messenger (BBM), Whatapps, Kakao Talk, Line hingga We Chat. Dengan terkoneksi melalui teknologi internet, maka kita dapat berkomunikasi dengan individu lain di belahan negara lain bahkan bisa saling mengirimkan dan menerima pesan tidak hanya dalam bentuk tulisan, namun juga dapat dalam bentuk gambar dan video beserta karakter tulisan, huruf ataupun ikon secara instan dan berkesinambungan. Media elektronik yang digunakan baik telepon seluler, laptop atau tablet dengan aplikasi Instant Messaging dapat

memiliki kemampuan untuk menjembatani budaya-budaya yang tidak akan pernah berkomunikasi sebelum adanya koneksi ini, karena aplikasi ini memiliki budaya-budaya yang dibawa secara personal oleh tiap-tiap individu yang terhubung.

McLuhan dan Quentin Fiore (1967, 1996) menyatakan bahwa media dari sebuah era menentukan esensi dari sebuah masyarakat. Mereka mengemukakan empat era dalam sejarah media yang masing-masing berkaitan dengan mode komunikasi dominan di zaman tersebut. McLuhan lebih jauh menyatakan bahwa media bertindak sebagai perpanjangan indera manusia dari tiap era. Kehadiran Instant Messaging adalah salah satu bagian dari era elektronik karena era ini melingkupi semua indera kita memungkinkan orang-orang diseluruh dunia untuk terhubung. Media menjadi perpanjangan hampir seluruh indera manusia di era ini. Telepon dan radio perpanjangan tradisi lisan. Televisi perpanjangan penglihatan dan pendengaran. Komputer/internet juga hadir sebagai perpanjangan seluruh indera dengan menggabungkan ragam media (cetak, audio, visual) hingga ia disebut multimedia. “Komputer merupakan hal yang paling luar biasa dari semua busana teknologi yang pernah diciptakan karena komputer merupakan perpanjangan dari sistem syaraf pusat kita” (McLuhan & Fiore: 1996). Dengan Instant Messaging, kita menggabungkan beberapa indera termasuk rangsangan visual dari gambar-gambar atau video yang dikirim juga ikon-ikon yang merupakan karakter dari aplikasi Instant Messaging turut mempengaruhi pesan yang disampaikan dan yang diterima.

Medium adalah pesan, ini adalah slogan dari Teori Ekologi Media Frase tersebut merujuk pada kekuatan dan pengaruh medium terhadap masyarakat, bukan isi pesannya. Medium mampu mengubah bagaimana kita berpikir mengenai orang lain, diri kita sendiri, dan dunia di sekeliling kita. Akan tetapi McLuhan tidak mengesampingkan pentingnya isi. McLuhan merasa bahwa isi mendapatkan perhatian lebih dari kita dibandingkan dengan yang didapat medium. Walaupun sebuah pesan mempengaruhi keadaan sadar kita, medium lebih besar mempengaruhi keadaan bawah sadar kita. Instant Messaging adalah sebuah media yang dapat mengirimkan dan menerima pesan, dimana kehadiran Instant Messaging merujuk pada kekuatan dan pengaruh medium terhadap masyarakat bukan isi pesannya. Munculnya berbagai aplikasi *Instant Messaging* merupakan dampak dari kekuatan teknologi dan pengaruh medium dalam mengirimkan dan menerima pesan secara instan bahkan dalam tiap aktivitas kita setiap hari tidak pernah terlepas dari *Instant Messaging*.

Media dingin adalah media yang membutuhkan tingkat partisipasi yang tinggi dan rendah definisi. Sedikit yang disediakan oleh medium dan sangat banyak yang harus dilengkapi sendiri oleh audiens. Media dingin mengharuskan khalayak untuk menciptakan makna melalui keterlibatan indera yang tinggi dan imajinatif. Contohnya adalah kartun, percakapan, seminar, telepon, dan TV. Ini hampir sama dengan aplikasi *Instant Messaging* yang memerlukan partisipasi yang tinggi dan rendah definisi karena mengharuskan khalayak untuk menciptakan makna melalui keterlibatan indera yang tinggi dan imajinatif melalui pesan-pesan yang dikirim dan diterima sehingga tidak terjadi kesalahpahaman komunikasi.

PENUTUP

Instant Messaging yang merupakan media komunikasi dengan aplikasi seperti *MSN*, *Yahoo Messenger*, *Google Talk*, *Ebuddy*, *Blackberry Messenger (BBM)*, *Whatapps*, *Kakao Talk*, *Line* hingga *We Chat* sebagai media yang selalu melingkupi seluruh keberadaan

individu dalam berkomunikasi dan setiap tindakan yang dilakukan setiap hari oleh masyarakat. *Instant Messaging* bisa memperbaiki persepsi kita terhadap individu lain melalui pesan-pesan yang disampaikan dan diterima oleh kita dan dengan aktivitas mengirim dan menerima pesan dapat mengorganisasikan pengalaman kita melalui karakter tulisan, huruf, ikon-ikon, gambar dan video sehingga menjadi karakter yang dimiliki secara personal. Kehadiran *Instant Messaging* juga tidak terlepas dari peranan televisi yang menyebarluaskan melalui tayangan iklan, film atau tayangan televisi lainnya, sehingga masyarakat mengikuti dan mencontoh tren *Instant Messaging* dalam berkomunikasi dengan masyarakat lain. *Instant Messaging* adalah sebuah media yang dapat mengirimkan dan menerima pesan, dimana kehadiran *Instant Messaging* merujuk pada kekuatan dan pengaruh medium terhadap masyarakat bukan isi pesannya. Munculnya berbagai aplikasi *Instant Messaging* merupakan dampak dari kekuatan teknologi dan pengaruh medium dalam mengirimkan dan menerima pesan secara instan bahkan dalam tiap aktivitas kita setiap hari tidak pernah terlepas dari *Instant Messaging*.

DAFTAR PUSTAKA

- Blake, Reed H., and Haroldsen, Edwin O. 2003. *Taksonomi Konsep Komunikasi*. Cetakan Ke-1. Terj. Hasan Bahanan. Surabaya: Papyrus.
- Effendy, Onong Uchjana. 2003. *Teori dan Filsafat Komunikasi*, Bandung : PT. Citra Aditya Bakti
- Rosmawaty. 2010. *Mengenal Ilmu Komunikasi*. Bandung: Widya Padjadjaran
- Purwasito,Andrik. 2003. *Komunikasi Multikultural*. Cetakan Ke-1. Surakarta: Muhammadiyah University Press.
- Richard West, Lynn H.Turner. 2008. *Pengantar Teori Komunikasi: Analisis dan Aplikasi* (Buku 2) (Edisi 3). Jakarta: Salemba Humanika
- Vardiansyah, Dani. 2004. *Pengantar Ilmu Komunikasi*. Cetakan Ke-1. Bogor: Ghalia Indonesia

Artikel dari Publikasi Elektronik:

- Definisi Komunikasi.” Blogdetik.com. <<http://cahpct.blogdetik.com/2009/04/02/definisi-komunikasi/>>. Diakses pada 18/11/2013
- Gene J. Koprowski. "Instant Messaging Grew By Nearly 20 Percent in 2005." *TechNewsWorld*. <http://www.technewsworld.com/story/47270.html>. Diakses pada 18/11/2013
- http://digilib.ittelkom.ac.id/index.php?view=article&catid=6%3Ainternet&id=764%3Ainstant-messaging&option=com_content&Itemid=14. Diakses pada 18/11/2013
- Mohammad Gilang Kautzar Hw. *Implementasi Sistem Enkripsi Pengirim Pesan Instan Java Dengan Algoritma Blowfish*. Http://Informatika.Stei.Itb.Ac.Id/~Rinaldi.Munir/Ta/Makalah_Ta%20gilang.Pdf. Diakses pada 18/11/2013
- www.merriam-webster.com/dictionary/instant+messaging. Diakses pada 18/11/2013
- Paul Mah .*Top Instant Messaging applications in the enterprise*. www.techrepublic.com. Diakses pada 18/11/2013
- wikipedia.org/wiki/Pengirim_pesan_instan. Diakses pada 18/11/2013