

## BAB II TINJAUAN PUSTAKA

### A. Kajian Literatur

#### 1. Tinjauan Tentang Komunikasi

Komunikasi merupakan proses penyampaian pesan dengan tujuan untuk mendapat persamaan makna sehingga apa yang diinginkan komunikator dapat tercapai. Istilah komunikasi dalam bahasa Inggrisnya disebut dengan *Communication*, berasal dari kata *Communicatio* atau dari kata *Communis* yang berarti “sama” atau “sama maknanya”, dengan maksud untuk mengubah pikiran, sikap, perilaku, penerima, dan melaksanakan apa yang diinginkan oleh komunikator” (Widjaja, 2010: 8). Dapat disimpulkan bahwa komunikasi adalah penyampaian informasi dan pengertian dari seseorang kepada orang lain. Komunikasi akan dapat berhasil dengan baik apabila timbul saling pengertian atau saling memahami antara si pengirim dan si penerima pesan.

Luasnya pengertian komunikasi menyebabkan pengertian atau definisi tentang komunikasi yang beragam. Salah satunya adalah yang dikemukakan oleh Dance dan Larson (dalam Vardiansyah, 2004: 9) berpendapat komunikasi adalah proses pertukaran informasi untuk mendapatkan saling pengertian. Sedangkan menurut (Rudi, 2005: 1) komunikasi adalah proses penyampaian informasi, pesan-pesan, atau pengertian dengan menggunakan lambang-lambang yang mengandung arti atau makna, baik secara verbal maupun non-verbal dari seseorang atau sekelompok orang kepada seseorang untuk

sekelompok orang lainnya dengan tujuan untuk mencapai pengertian atau kesepakatan bersama.

Fungsi Komunikasi menurut Person dan Nelson (dalam Pareno, 2002: 2) mengemukakan bahwa komunikasi mempunyai 2 (dua) fungsi umum yaitu :

1. Kelangsungan diri sendiri yang meliputi keselamatan fisik, meningkatkan kesadaran pribadi, menampilkan diri kita sendiri kepada orang lain dan mencapai ambisi pribadi.
2. Kelangsungan hidup masyarakat, tepatnya untuk memperbaiki hubungan sosial.

Sedangkan menurut Rudolf F. Vederber (dalam Mulyana, 2009: 5) fungsi komunikasi adalah :

1. Untuk menyelesaikan tugas-tugas yang penting bagi kebutuhan kita untuk memberi makan dan pakaian kepada diri kita sendiri, memuaskan kepenasaran kita akan lingkungan dan menikmati hidup.
2. Untuk menciptakan dan memupuk hubungan dengan orang lain.

Tujuan komunikasi adalah untuk mengubah sikap, mengubah opini atau pendapat, mengubah perilaku dan mengubah masyarakat. Sementara fungsi komunikasi menurutnya adalah untuk menginformasikan, mendidik, menghibur dan mempengaruhi. Pada dasarnya ke semua fungsi yang dijelaskan ini juga merupakan bagian dan fungsi komunikasi instrumental yang sudah dijelaskan diatas (Effendy, 2009 : 55).

## 2. Komunikasi Bermedia (Media Massa)

Komunikasi bermedia (*mediated communication*) adalah komunikasi yang menggunakan saluran atau sarana untuk meneruskan suatu pesan kepada komunikan yang jauh tempatnya dan banyak jumlahnya. Salah satu bentuk komunikasi bermedia adalah komunikasi bermedia massa.

Seringkali istilah "media massa" dan "komunikasi massa" dipergunakan untuk tujuan yang sama. Sesungguhnya kedua istilah tersebut adalah singkatan dari "media komunikasi massa" (*media of mass communication*).

Banyak defenisi tentang komunikasi massa yang telah dikemukakan oleh para ahli komunikasi. Antara lain, Jalaluddin Rakhmat merangkum beberapa defenisi komunikasi massa sebagai jenis komunikasi yang ditujukan kepada sejumlah khalayak yang tersebar, heterogen, dan anonim melalui media cetak atau elektronik sehingga pesan yang sama dapat diterima secara serentak dan sesaat. Perkataan "dapat" dalam defenisi ini menekankan pengertian bahwa jumlah sebenarnya penerima komunikasi massa pada saat tertentu tidaklah esensial (Rakhmat, 2004: 189). Dalam membicarakan defenisi komunikasi massa ini banyak ragam dan titik tekan yang dikemukakannya. Tetapi, dari sekian banyak defenisi itu ada benang merah kesamaan defenisi satu sama lain. Pada dasarnya komunikasi massa adalah komunikasi melalui media massa, yaitu media cetak dan elektronik (Nuruddin, 2004: 2). Media massa yang dimaksud merupakan produk dari teknologi modern. Hal ini perlu ditekankan sebab ada juga media yang sering disebut sebagai media massa padahal sebenarnya bukan media massa melainkan media tradisional, seperti angklung,

gamelan dan lain-lain. Dalam hal ini mungkin perlu juga dibedakan pengertian 'massa" dalam konteks ilmu komunikasi, dan "massa" dalam konteks ilmu sosiologi, agar tidak terjadi kerancuan dan perbedaan persepsi antara keduanya. Dalam konteks ilmu komunikasi, pengertian "massa" lebih menunjuk pada penerima pesan yang berkaitan dengan media massa. Dengan kata lain, massa yang dalam sikap dan perilakunya berkaitan dengan peran media massa. Oleh karena itu, massa disini menunjuk pada khalayak, *audience*, penonton, pemirsa atau pembaca. Sedangkan dalam konteks ilmu sosiologi, massa adalah kumpulan individu-individu yang berada di suatu lokasi tertentu. Umpamanya ada *statement* bahwa massa (demonstran) yang jumlahnya ratusan itu bergerak menuju gedung DPR untuk memprotes kebijakan pemerintah merevisi UU Nomor 32/2003 tentang penyiaran yang akan mengekang kebebasan pers di Indonesia. Kata "massa" dalam hal ini lebih mendekati arti secara sosiologis.

Kehidupan manusia tidak dapat dipisahkan dari media massa baik media massa cetak maupun elektronik. Mulai bangun tidur sampai mau tidur lagi kita tidak lepas dari terpaan atau menerpaan diri terhadap media massa. Hal itu dapat dilihat dari animo individu atau masyarakat dalam mengakses berbagai program informasi melalui media massa seperti surat kabar, majalah, radio, televisi dan film.

Dalam era komunikasi dan globalisasi dewasa ini, luberan informasi menjadi suatu hal yang tak dapat dibendung lagi. Desa global (*Global Village*) menjadi suatu keniscayaan kemunculannya. Akibatnya, setiap kejadian yang ada di suatu Negara dalam beberapa saat bisa diketahui oleh masyarakat di

seluruh dunia. Suka tidak suka, senang tidak senang, individu atau masyarakat tidak bisa lagi menghindari gencarnya pesan-pesan komunikasi yang disajikan media massa. Hidup manusia pun akan sangat bergantung pada media massa. Bahkan masyarakat yang terkenal religius pun tidak perlu lagi belajar kepada para pemuka keagamaan, mereka bisa belajar sendiri melalui media massa.

Dalam perkembangan selanjutnya, meskipun media cetak terus melancarkan kegiatannya dalam upaya mempengaruhi opini dunia dengan cara mengunjungi manusia lewat informasi dan hiburan, abad ke-20 mulai mengisyaratkan lahirnya era informasi dan komunikasi elektronik. Kelahiran era baru dunia informasi ini telah merubah pola konsumsi informasi masyarakat. Kebiasaan konsumen dalam menyantap bahan cetak berubah karena perubahan kegiatan, dengan menambah waktu lebih lama untuk mengakses media massa elektronik.

### **3. Proses Komunikasi**

Pada hakekatnya proses komunikasi adalah proses penyampaian pesan pikiran atau perasaan oleh seseorang (Komunikator) kepada orang (Komunikan). Proses komunikasi dibagi menjadi 2 tahap yaitu secara primer dan sekunder.

#### **a. Proses komunikasi secara primer**

“Proses komunikasi secara primer adalah proses penyampaian pikiran dan atau perasaan seseorang kepada orang lain dengan menggunakan lambang (*Symbol*) sebagai media” (Effendy, 2009: 11). Dalam proses komunikasi secara primer, proses penyampaian pikiran yang berupa pesan

disampaikan hanya dengan menggunakan bahasa sebagai media, dengan kata lain proses penyampaian pesannya tanpa bantuan media lainnya.

Proses komunikasi secara primer akan efektif dan efisien dalam menyampaikan pesan persuasif karena dalam proses komunikasi secara primer biasanya berlangsung tatap muka dimana kerangka acuan (*Frame of reference*) komunikan dapat diketahui oleh komunikator, sedangkan dalam proses komunikasinya, umpan balik berlangsung seketika, dalam arti kata komunikator mengetahui tanggapan atau reaksi komunikan pada saat itu juga.

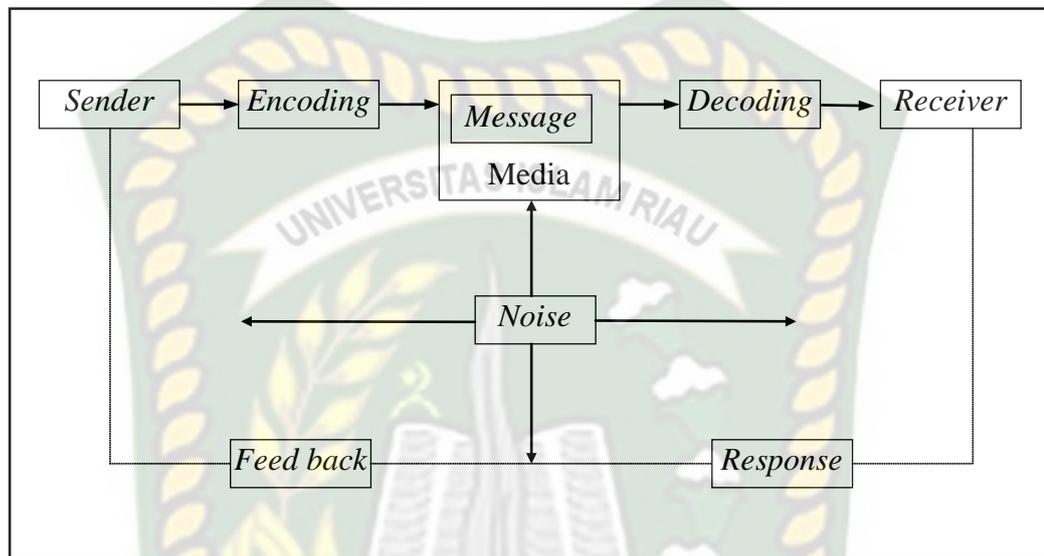
b. Proses komunikasi secara sekunder

“Proses komunikasi secara sekunder adalah proses penyampaian pesan untuk seseorang kepada orang lain dengan menggunakan alat atau sarana sebagai media kedua setelah memakai lambang sebagai media pertama” (Effendy, 2009: 16). Dalam proses komunikasi sekunder komunikator dalam menyampaikan pesannya selain dengan menggunakan lambang (Bahasa) juga menggunakan alat atau sarana lain sebagai media kedua.

Pentingnya perannya media sekunder dalam proses komunikasi, disebabkan oleh efisiensinya dalam mencapai komunikan. Media komunikasi seperti website misalnya, jelas dikatakan efisien karena dapat mencapai komunikan dalam jumlah yang amat banyak dengan menyampaikan pesan 1 kali saja. Keefektifan dan efisiensi komunikasi bermedia hanya dalam menyebarkan pesan-pesan yang bersifat informatif

saja, dan juga pada komunikasi bermedia biasanya umpan baliknya (*Feed back*) tertunda (*Delayed feed back*).

**Gambar 2.1 : Proses Komunikasi**



Sumber : (Effendy, 2009: 18)

Unsur-unsur dalam proses komunikasi :

- a. *Sender* yaitu komunikator yang menyampaikan pesan kepada seseorang atau sejumlah orang.
- b. *Encoding* yaitu proses pengalihan pikiran ke dalam bentuk lambang.
- c. *Message* yaitu pesan yang merupakan seperangkat lambang yang bermakna yang disampaikan oleh komunikator.
- d. *Media* yaitu saluran komunikasi tempat berlalunya pesan dari komunikator kepada komunikan.
- e. *Decoding* yaitu proses dimana komunikan menetapkan makna pada lambang yang disampaikan oleh komunikator kepadanya.
- f. *Receiver* yaitu komunikan yang menerima pesan dari komunikator.

- g. *Response* yaitu tanggapan, seperangkat reaksi pada komunikan setelah diterpa pesan.
- h. *Feed back* yaitu umpan balik, tanggapan komunikan apabila tersampainya pesan dari komunikator atau disampaikan pesan kepada komunikator.
- i. *Noise* yaitu gangguan yang tidak terencana yang terjadi dalam proses komunikasi sebagai akibat diterimanya pesan oleh komunikan yang berbeda dengan pesan yang disampaikan oleh komunikator kepadanya.

#### 4. Media Online

Media *online* adalah media massa yang tersaji secara *online* di situs web (*website*) internet. Media *online* adalah media massa “generasi ketiga” setelah media cetak (*printed media*) koran, tabloid, majalah, buku dan media elektronik (*electronic media*) radio, televisi, dan film/video. Media Online adalah segala jenis media atau sarana komunikasi yang tersaji secara online melalui koneksi internet, seperti email, website, blog, media sosial, jejaring sosial, termasuk aplikasi chatting seperti WhatsApp dan Line.

Media artinya sarana, saluran, atau channel. Online artinya terhubung ke jaringan Internet atau Dalam Jaringan (Daring) dalam bahasa Indonesia, yakni jaringan internet (Romli, 2012 : 10).

Dalam arti sempit, media *online* merupakan produk jurnalistik *online*. Jurnalistik *online* disebut juga *cyber journalism* didefinisikan sebagai pelaporan fakta atau peristiwa yang diproduksi dan didistribusikan melalui internet (Romli, 2012 :10).

Menurut Ashadi Siregar (dalam Kurniawan, 2005: 20) *media online* adalah sebutan umum untuk sebuah bentuk media yang berbasis telekomunikasi dan multimedia (baca-komputer dan internet). Di dalamnya terdapat portal, website (situs web), *radio-online*, *TV-online*, *pers online*, *mail-online*, dengan karakteristik masing-masing sesuai dengan fasilitas yang memungkinkan *user* memanfaatkannya.

Oleh karena itu, situs berita merupakan salah satu sub-sistem dari media *online*. Penyebutan media *online* dikalangan beberapa ahli media cukup beragam. Salah satu peneliti dan ahli media dari Sekolah Texas, Amerika, bernama Lorie Ackerman, menyebut media online sebagai bentuk “penerbitan elektronik”.

Salah satu pendekatan dalam memahami media online juga dipaparkan oleh Ashadi Siregar (dalam Kurniawan, 2005: 20). Ia melihat media *online*, melalui kacamata pendefinisian surat kabar digital, yakni sebuah entitas yang merupakan integrasi media massa konvensional dengan internet. Identifikasinya terhadap ciri-ciri yang melekat pada surat kabar digital ditulisnya sebagai berikut:

1. Adanya kecepatan (aktualitas) informasi.
2. Bersifat interaktif, melayani keperluan khalayak secara lebih personal.

3. Memberi peluang bagi setiap pengguna hanya mengambil informasi yang relevan bagi dirinya/ dibutuhkan.
4. Kapasitas muatan dapat diperbesar.
5. Informasi yang pernah disediakan tetap tersimpan (tidak terbuang), dapat ditambah kapan saja, dan pengguna dapat mencarinya dengan menggunakan mesin pencari.
6. Tidak ada waktu yang diistimewakan (*prime time*) karena penyediaan informasi berlangsung tanpa putus, hanya tergantung kapan pengguna mau mengakses.

#### **5. Karakteristik Media Online**

Media *online* memiliki beberapa karakteristik yang tidak bisa ditandingi oleh media elektronik ataupun media cetak. Beberapa diantaranya adalah :

1. Kapasitas luas, halaman web bisa menampung naskah sangat panjang
2. Pemuatan dan editing naskah bisa kapan saja dan di mana saja (selama ada jaringan internet)
3. Jadwal terbit bisa kapan saja bisa, setiap saat.
4. Cepat, begitu di-upload langsung bisa ke semua orang.
5. Menjangkau seluruh dunia (*www-worldwide web*) yang memiliki akses internet.
6. Aktual, berisi info aktual karena kemudahan dan kecepatan penyajian.
7. *Update*, pembaruan informasi terus dan dapat dilakukan kapan saja.

8. Interaktif, dua arah, dan "egaliter" dengan adanya fasilitas kolom komentar, *chat room*, polling, dll
9. Terdokumentasi, informasi tersimpan di "bank data" (arsip) dan dapat ditemukan melalui "*link*", "artikel terkait", dan fasilitas "cari" (*search*).
10. Terhubung dengan sumber lain (*hyperlink*) yang berkaitan dengan informasi tersaji.

## 6. Pengertian Peranan

Berdasarkan kamus besar Bahasa Indonesia, peranan adalah sesuatu yang menjadi bagian atau memegang pimpinan terutama dalam terjadinya suatu hal atau peristiwa.

Pengertian peranan merupakan aspek dinamis kedudukan (*status*). Apabila seseorang melakukan hak dan kewajibannya sesuai dengan kedudukannya, dia menjalankan suatu peranan. Perbedaan antara kedudukan dan peranan adalah untuk kepentingan ilmu pengetahuan. Keduanya tak dapat dipisah-pisahkan karena yang satu tergantung pada yang lain dan sebaliknya. Tak ada peranan tanpa kedudukan atau kedudukan tanpa peranan. Sebagaimana dengan kedudukan, peranan juga mempunyai dua arti. Setiap orang mempunyai macam-macam peranan yang berasal dari pola-pola pergaulan hidupnya. Hal itu sekaligus berarti bahwa peranan menentukan apa yang diperbuatnya bagi masyarakat serta kesempatan-kesempatan apa yang diberikan oleh masyarakat kepadanya (Soekanto, 2012: 212).

Peranan adalah suatu rangkaian perilaku yang teratur, yang ditimbulkan karena suatu jabatan tertentu, atau karena adanya suatu kantor yang mudah dikenal. Kepribadian seseorang barangkali juga amat mempengaruhi bagaimana peranan harus dijalankan. Peranan timbul karena seseorang memahami bahwa ia bekerja tidak sendirian. Mempunyai lingkungan, yang setiap saat diperlukan untuk berinteraksi. Lingkungan itu luas dan beraneka macam, dan masing-masing akan mempunyai lingkungan yang berlainan. Tetapi peranan yang harus dimainkan pada hakekatnya tidak ada perbedaan (Thoha, 2012: 10).

Menurut Mintzberg dalam buku *Pengantar Manajemen Dan buku Kepemimpinan Dalam Manajemen* yang di tulis oleh Siswanto dan (Thoha, 2012: 21 dan 12), ada tiga peran yang dilakukan pemimpin dalam organisasi yaitu:

1. Peran Antarpribadi (*Interpersonal Role*), dalam peranan antar pribadi, atasan harus bertindak sebagai tokoh, sebagai pemimpin dan sebagai penghubung agar organisasi yang dikelolanya berjalan dengan lancar. Peranan ini oleh Mintzberg dibagi atas tiga peranan yang merupakan perincian lebih lanjut dari peranan antarpribadi ini. Tiga peranan ini dijelaskan sebagai berikut:
  - a. Peranan sebagai tokoh (*Figurehead*), yakni suatu peranan yang dilakukan untuk mewakili organisasi yang dipimpinnya didalam setiap kesempatan dan persoalan yang timbul secara formal.

b. Peranan sebagai pemimpin (*Leader*), dalam peranan ini atasan bertindak sebagai pemimpin. Ia melakukan hubungan interpersonal dengan yang dipimpin, dengan melakukan fungsi-fungsi pokoknya diantaranya pemimpin, memotifasi, mengembangkan, dan mengendalikan.

c. Peranan sebagai pejabat perantara (*Liaison Manager*), disini atasan melakukan peranan yang berinteraksi dengan teman sejawat, staf, dan orang-orang yang berada diluar organisasinya, untuk mendapatkan informasi.

2. Peranan yang berhubungan dengan informasi (*Informational Role*), peranan interpersonal diatas meletakkan atasan pada posisi yang unik dalam hal mendapatkan informasi. Peranan interpersonal diatas Mintzberg merancang peranan kedua yakni yang berhubungan dengan informasi ini. Peranan itu terdiri dari peranan-peranan sebagai berikut:

1. Peran pemantau (*Monitor*), peranan ini mengidentifikasi seorang atasan sebagai penerima dan mengumpulkan informasi. Adapun informasi yang diterima oleh atasan ini dapat dikelompokkan atas lima kategori berikut :

a. *Internal operations*, yakni informasi mengenai kemajuan pelaksanaan pekerjaan didalam organisasi, dan semua peristiwa yang ada hubungannya dengan pelaksanaan pekerjaan tersebut.

b. Peristiwa-peristiwa diluar organisasi (*external events*), informasi jenis ini diterima oleh atasan dari luar organisasi, misalnya

informasi dari langganan, hubungan-hubungan pribadi, pesaing-pesaing, asosiasi-asosiasi dan semua informasi mengenai perubahan atau perkembangan ekonomi, politik, dan teknologi yang semuanya itu amat bermanfaat bagi organisasi.

- c. Informasi dari hasil analisis, semua analisis dan laporan mengenai berbagai isu yang berasal dari bermacam-macam sumber sangat bermanfaat bagi atasan untuk diketahui.
  - d. Buah pikiran dan kecenderungan, atasan memerlukan suatu sasaran untuk mengembangkan suatu pengertian atas kecenderungan-kecenderungan yang tumbuh dalam masyarakat, dan mempelajari tentang ide-ide atau buah pikiran yang baru.
  - e. Tekanan-tekanan, atasan perlu juga mengetahui informasi yang ditimbulkan dari tekanan-tekanan dari pihak-pihak tertentu.
2. Sebagai *diseminator*, peranan ini melibatkan atasan untuk menagani proses transmisi dari informasi-informasi kedalam organisasi yang dipimpinnya.
    - a. Sebagai juru bicara (*Spokesman*), peranan ini dimainkan manajer untuk menyampaikan informasi keluar lingkungan organisasinya.
  3. Peranan Pengambil Keputusan (*Decisional Role*), dalam peranan ini atasan harus terlibat dalam suatu proses pembuatan strategi di dalam organisasi yang di pimpinnya. Mintzberg berkesimpulan bahwa pembagian besar tugas atasan pada hakikatnya digunakan secara

penuh untuk memikirkan sistem pembuatan strategi organisasinya.

Keterlibatan ini disebabkan karena:

- a. Secara otoritas formal adalah satu-satunya yang diperbolehkan terlibat untuk memikirkan tindakan-tindakan yang penting atau yang baru dalam organisasinya.
- b. Sebagai pusat informasi, atasan dapat memberikan jaminan atas keputusan yang terbaik, yang mencerminkan pengetahuan yang terbaru dan nilai-nilai organisasi.
- c. Keputusan-keputusan yang strategis akan lebih mudah diambil secara terpadu dengan adanya satu orang yang dapat melakukan kontrol atas semuanya, (Thoha, 2012 : 21).

Ada empat peranan atasan/manajer yang di kelompokkan kedalam pembuatan keputusan:

- a. Peranan sebagai *entrepreneur*, dalam peranan ini Mintzberg mengemukakan peranan *entrepreneur* dimulai dari aktifitas melihat atau memahami secara teliti persoalan-persoalan organisasi yang mungkin bisa digarap.
- b. Peranan sebagai penghalau gangguan (*disturbance handler*), peranan ini membawa atasan untuk bertanggung jawab terhadap organisasi ketika organisasinya terancam bahaya, misalnya: akan bubar, terkena gosip, isu-isu kurang baik, dan sebagainya.
- c. Peranan sebagai pembagi sumber (*resource allocator*), membagi sumber dana adalah suatu proses pembuatan keputusan. Di sini

seorang atasan mengambil peranan dalam mengambil keputusan kemana sumber dana yang akan didistribusikan ke bagian-bagian dari organisasinya. Sumber dana ini meliputi sumber yang berupa uang, waktu, perbekalan tenaga kerja dan reputasi.

- d. Peranan sebagai *negosiator*, peranan ini meminta kepada atasan untuk aktif berpartisipasi dalam arena negosiasi (Thoha, 2012: 12).

Menurut Berry (2003:105), mendefinisikan peranan sebagai harapan-harapan yang dikenakan pada individu yang menempati kedudukan sosial tertentu. Harapan-harapan tersebut merupakan imbangan dari norma-norma sosial dan oleh karena itu dapat dikatakan bahwa peranan itu ditentukan oleh norma-norma didalam masyarakat. Dalam peranan itu terdapat dua harapan yaitu harapan yang dimiliki oleh si pemegang peran terhadap masyarakat atau terhadap orang yang menjalankan peranannya atau kewajiban-kewajibannya.

Dari pendapat tersebut dapat disimpulkan bahwa peran adalah perilaku yang ditunjukkan oleh seseorang karena kewajibannya dari jabatan atau pekerjaannya. Peranan diartikan sebagai perilaku yang diatur dan diharapkan seseorang dalam posisi tertentu. Selanjutnya peranan adalah sesuatu yang menjadi bagian yang memegang pimpinan yang terutama dalam terjadinya suatu hal atau peristiwa. Secara ringkas dapat dikatakan bahwa semakin tinggi kedudukan seseorang dalam suatu hierarki organisasi, semakin sedikit keterampilan teknis yang diperlukan. Sebaliknya, semakin rendah kedudukan seseorang dalam suatu hierarki organisasi, semakin penting keterampilan teknis yang diperlukan, dalam (Siswanto, 2012: 21).

Menurut (Soekanto, 2012:213) peranan mencakup dalam tiga hal yaitu :

1. Peranan meliputi norma-norma yang berhubungan dengan posisi atau tempat seseorang dalam masyarakat. Peranan dalam arti ini merupakan rangkaian peraturan-peraturan yang membimbing seseorang dalam kehidupan kemasyarakatan. Norma-norma tersebut secara sosial dikenal ada empat meliputi :
  - a) Cara (*Usage*); lebih menonjol di dalam hubungan antar individu dalam masyarakat. Suatu penyimpangan terhadapnya tak akan mengakibatkan hukuman yang berat, akan tetapi hanya sekedar celaan dari individu yang dihubunginya.
  - b) Kebiasaan (*folkways*), sebagai perbuatan yang berulang-ulang dalam bentuk yang sama merupakan bukti bahwa orang banyak menyukai perbuatan tersebut.
  - c) Tata kelakuan (*mores*), merupakan cerminan sifat-sifat yang hidup dari kelompok manusia yang dilaksanakan sebagai alat pengawas, secara sadar maupun tidak sadar, oleh masyarakat terhadap anggota-anggotanya.
  - d) Adat istiadat (*custom*), merupakan tata kelakuan yang kekal serta kuat integrasinya dengan pola-pola perilaku masyarakat dapat meningkatkan kekuatan mengikatnya menjadi *custom* atau adat istiadat (Soekanto, 2012: 174).
2. Peranan merupakan suatu konsep tentang apa yang dapat dilakukan oleh individu dalam masyarakat sebagai organisasi.

3. Peranan juga dapat dikatakan sebagai perilaku individu yang penting bagi struktur sosial masyarakat. Perilaku individu adalah aktivitas seorang atasan dalam perencanaan, pengorganisasian, pengarahan, pemotivasian dan pengendalian untuk mengambil keputusan tentang kecocokan antar individu, tugas pekerjaan dan efektivitas. Keputusan tersebut dipengaruhi oleh ciri atasan dan bawahan yang dipengaruhi oleh perilaku individu. Ada 4 ciri utama individu, yaitu:

- a. Persepsi (*perception*) adalah proses pemberian arti terhadap lingkungan oleh individu.
- b. Sikap (*attitude*) adalah kesiapsiagaan mental yang diorganisasikan melalui pengalaman yang memiliki pengaruh tertentu terhadap tanggapan seseorang terhadap orang, obyek, dan situasi yang berhubungan dengannya.
- c. Kepribadian adalah serangkaian ciri yang relatif mantap, kecenderungan dan perangai yang sebagian besar dibentuk oleh faktor keturunan dan oleh faktor-faktor sosial, kebudayaan dan lingkungan.
- d. Belajar adalah proses terjadinya perubahan yang relatif tetap dalam perilaku sebagai akibat dari praktek (Thoza, 2012:76).

## 7. *Google classroom*

*Google classroom* merupakan sebuah produk bagian dari *Google For Education* yang menurut penulis sangat istimewa, karena produk yang satu ini memiliki banyak fasilitas didalamnya seperti memberi pengumuman atau tugas, mengumpulkan tugas dan melihat siapa saja yang sudah mengumpulkan tugas. Seperti yang dituliskan pada situs resminya, *Google classroom* dikeluarkan pertama kali pada tanggal 12 Agustus 2014, namun *Google classroom* baru banyak digunakan pada pertengahan tahun 2015.

Sebagai bagian dari media online, *google classroom* dipergunakan untuk pendidikan atau media belajar dan mengajar. Berbeda dengan media sosial yaitu media online atau situs web yang berfungsi sebagai forum online atau sarana interaksi sosial, pergaulan, pertemanan, antara orang-orang di seluruh dunia, saling memberi komentar dan sebagainya.

Pada situs *Google classroom* juga tertulis bahwa *Google classroom* terhubung dengan semua layanan *Google For Education* yang lainnya, sehingga pendidik dapat memanfaatkan *Google Mail*, *Google Drive*, *Google Calendar*, *Google Docs*, *Google Sheets*, *Google Slides*, dan *Google Sites* dalam proses pembelajarannya. Sehingga saat pendidik menggunakan *Google classroom* pendidik juga dapat memanfaatkan *Google Calendar* untuk mengingatkan peserta didik tentang jadwal atau tugas yang ada, sedangkan penggunaan *Google Drive* sebagai tempat untuk menyimpan keperluan pembelajaran seperti *Power Point*, *file* yang perlu digunakan dalam pembelajaran maupun yang lainnya.

Dengan demikian, *Google classroom* dapat membantu memudahkan guru dan siswa dalam melaksanakan kegiatan belajar mengajar dengan lebih mendalam. Hal ini disebabkan karena baik siswa maupun guru dapat mengumpulkan tugas, mendistribusikan tugas, dan berdiskusi tentang pelajaran dimanapun tanpa terikat batas waktu atau jam pelajaran. Hal tersebut membuat proses pembelajaran lebih menarik dan lebih efisien dalam hal pengelolaan waktu dan tidak ada alasan lagi siswa lupa tentang tugas yang sudah diberikan oleh guru.

*Google classroom* dirancang untuk membantu pengajar membuat dan mengumpulkan tugas tanpa kertas, termasuk fitur yang menghemat waktu seperti kemampuan untuk membuat salinan dokumen secara otomatis bagi setiap siswa. Kelas elektronik ini juga dapat membuat folder penyimpanan untuk setiap tugas dan setiap siswa, agar semuanya tetap teratur. Siswa dapat melacak setiap tugas yang hampir mendekati batas waktu pengumpulan di halaman tugas, dan mulai mengerjakannya cukup dengan satu klik. Pengajar dapat melihat dengan cepat siapa saja yang belum menyelesaikan tugas, serta memberikan masukan dan nilai langsung di kelas elektronik. Manfaat *Google classroom*:

a. Penyiapan yang mudah

Pengajar dapat menambahkan siswa secara langsung atau berbagi kode dengan kelasnya untuk bergabung. Hanya perlu beberapa menit untuk menyiapkannya.

b. Hemat waktu

Alur tugas yang sederhana dan tanpa kertas memungkinkan pengajar membuat, memeriksa, dan menilai tugas dengan cepat, di satu tempat.

c. Meningkatkan pengorganisasian

Siswa dapat melihat semua tugasnya di laman tugas, dan semua materi kelas secara otomatis disimpan ke dalam folder di *Google Drive*.

d. Meningkatkan komunikasi

Kelas memungkinkan pengajar untuk mengirim pengumuman dan memulai diskusi secara langsung. Siswa dapat berbagi sumber daya satu sama lain atau memberikan jawaban atas pertanyaan di aliran.

e. Terjangkau dan aman

Seperti layanan aplikasi edukasi lainnya, *Google classroom* tidak mengandung iklan, tidak pernah menggunakan konten Anda atau data siswa untuk iklan, dan gratis untuk sekolah.<sup>1</sup>

## B. Definisi Operasional

1. Peranan: Peranan adalah perilaku atau tugas yang diharapkan diaharapkan dilaksanakan seseorang berdasarkan kedudukan atau status yang dimilikinya.
2. Komunikasi : suatu proses dalam mana seseorang atau beberapa orang, kelompok, organisasi, dan masyarakat menciptakan, dan menggunakan informasi agar terhubung dengan lingkungan dan orang lain.

---

<sup>1</sup> Google For Education, 2016. *Google classroom* : Manfaat *Google classroom* [Online] (Update 2 July 2016) Available at [https://www.google.com/intl/in\\_ALL/edu/classroom](https://www.google.com/intl/in_ALL/edu/classroom)[Accessed 10 Maret 2018]

3. Komunikasi Antarpribadi: Komunikasi antar pribadi adalah suatu komunikasi yang terjalin antara dua individu atau lebih yang berlangsung dengan tatap muka atau dengan perantara alat komunikasi seperti telepon, surat, internet, telegram dan radio, dan adanya timbal balik diantara keduanya.
4. Media Online: Media yang secara keseluruhan penggunaannya menggunakan akses internet dengan aplikasi tertentu.
5. Belajar mengajar: Kegiatan dalam mendapatkan suatu ilmu pengetahuan dan memberikan ilmu pengetahuan.
6. *Google classroom*: Aplikasi dari *google for education* dalam bidang pendidikan untuk memudahkan proses belajar berbasis online.

### C. Penelitian Terdahulu

Terdapat beberapa referensi penelitian yang sebelumnya pernah dilakukan dan dijadikan referensi oleh peneliti untuk memperkuat kajian penelitian yang ada, sehingga aspek yang belum atau kurang tersentuh dalam penelitian terdahulu dapat dilakukan dalam penelitian kali ini.

Penulis mengambil 2 (dua) buah penelitian dengan konteks penelitian yang sama dengan tahun yang berbeda. Dipilihnya 2 (dua) penelitian ini sebagai acuan penulis dalam melakukan perbandingan dengan penelitian yang akan diteliti. Penelitian tersebut dijabarkan dengan tabel sebagai berikut:

**Tabel 2.1**  
**Penelitian Terdahulu**

No.	Nama	Judul / Tahun	Teori	Metode	Hasil Penelitian
1.	Agnes Ayu Harwina, Program Studi Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial Dan Ilmu Politik Sekolah Atma Jaya Yogyakarta	Peranan Media Sosial Dalam Mengkomunikasikan Kegiatan “Klastic” Yogyakarta (Analisis Deskriptif Kualitatif Peranan Kaskus Dalam Mengkomunikasikan Kegiatan “Kaskus Plastic and Toycam Community” Yogyakarta). 2011	Konsep besar berdasarkan teori dari komunikasi kelompok dan media sosial yang dalam pembedaan karakter tersebut akan diketahui peranan dari Kaskus.	Pada penelitian ini menggunakan metode kualitatif deskriptif	Pada akhirnya, penelitian ini dapat menambah pengetahuan akan peranan sebuah media sosial pada khususnya Kaskus dalam mengkomunikasikan sebuah informasi.
2.	Dicky Pratama1), Hendri Sopryadi2) 1) Jurnal Sistem Informasi, STMIK GI MDP Jl. Rajawali No 14 Palembang	Analisis Pengaruh Pemanfaatan <i>Google classroom</i> Terhadap Efisiensi Pada STMIK XYZ	Teori efisiensi Operasi yang <i>efisien (efficient operation)</i> adalah tidak membuang-buang sumber daya secara cuma-cuma dalam melaksanakan operasinya.	Pada penelitian ini menggunakan metode kuantitatif	Setelah dilakukan uji regresi maka dapat disimpulkan bahwa variabel X berpengaruh terhadap variabel Y. signifikansi pengaruh variabel X dan variabel Y sebesar 32,9%, sedangkan 67,1% dipengaruhi oleh variabel lain diluar model penelitian. Setelah dilakukan uji F maka dapat disimpulkan bahwa model secara keseluruhan fit dan berpengaruh secara signifikan. Uji statistik t menunjukkan bahwa tingkat signifikansi 0,000 yang berarti variabel berpengaruh secara partial.

Dari penjabaran di atas tampak sangat jelas perbedaan penelitian terdahulu dengan penelitian yang akan dilakukan oleh penulis di mana penulis mengangkat Subjek yang sama yaitu media sosial dan media komunikasi, namun dengan objek penelitian yang berbeda. Perbedaan penelitian yang akan penulis lakukan adalah, penelitian mengenai yang akan dilakukan adalah mengenai peranan komunikasi melalui media online *google classroom* dalam proses belajar siswa SMKN 3 Pekanbaru. Perbedaan tersebut diantaranya:

1. Konsep besar berdasarkan teori dari komunikasi kelompok dan media sosial yang dalam pembedaan karakter tersebut akan diketahui peranan dari Kaskus. Pada akhirnya, penelitian ini dapat menambah pengetahuan akan peranan sebuah media sosial pada khususnya Kaskus dalam mengkomunikasikan sebuah informasi. Perbedaan penelitian yang akan penulis lakukan adalah media yang digunakan dalam berkomunikasi serta pemanfaatannya oleh siswa dan guru dalam proses belajar mengajar.
2. Teori efisiensi Operasi yang *efisien (efficient operation)* adalah tidak membuang-buang sumber daya secara cuma-cuma dalam melaksanakan operasinya. Perbedaan penelitian ini dengan yang akan diteliti adalah penelitian yang akan diteliti menggunakan metode kualitatif dan meneliti tentang peran ruang diskusi pada *google classroom*.