

INTERNET DAN KOMUNIKASI MANUSIA*

Oleh Ashadi Siregar

(1)

Internet merupakan suatu moda komunikasi yang mengkonvergensiakan berbagai moda komunikasi yang sudah ada sebelumnya, dengan bertumpu kepada telekomunikasi dan komputer multi media. Dengan kehadiran moda komunikasi ini perhatian yang selama ini ditujukan kepada proses komunikasi yang konvensional yaitu dari sumber ke sasaran, beralih sepenuhnya dengan berfokus kepada informasi (Jones, 1995). Karenanya internet tidak dipandang sebagai fenomena komunikasi melainkan sebagai fenomena informatika. Ini membawa konsekuensi radikal dalam epistemologi dunia komunikasi.

Dalam pandangan konvensional, moda komunikasi tidak terlepas dari kegiatan manusia di ruang sosial (*social space*). Karenanya dalam memandang fenomena komunikasi tidak dapat dilepaskan dari karakteristik dari ruang sosialnya. Secara sederhana disebutkan bahwa kegiatan komunikasi merupakan ikutan dari hubungan sosial dari sisi positif yang akan dibangun atau dipelihara, atau sebaliknya untuk menghancurkan hubungan sosial. Dalam perspektif fungsionalisme, komunikasi dimaksudkan untuk membangun dan memelihara harmoni sosial, sementara dalam perspektif konflik, komunikasi bertujuan untuk menghancurkan struktur sosial yang mapan. Karenanya komunikasi bergerak dari kegiatan yang bertujuan untuk obyektifikasi dan subyektifikasi bagi sasaran¹, atau persuasi untuk kepentingan sumber, atau yang lebih jauh *terorized* sebagaimana lazim digunakan oleh sumber (komunikator) sebagai instrumen dalam peperangan (*psychological warfare*). Semua ini merupakan gejala komunikasi.

Demikianlah seluruh paradigma komunikasi pada dasarnya dapat dikembalikan pada logika prosesnya, yaitu dari hubungan yang akan mempertalikan sumber ke khalayak sasaran. Disini media dan pesan merupakan elemen yang ditempatkan sebagai bagian strategi (Berlo, 1960). Strategi komunikasi dalam garis besarnya dikelompokkan dalam 3 dimensi, masing-masing untuk tujuan politik, ekonomi maupun kultural. Untuk itu dilakukan dengan memilih fokus di antara keduanya. Fokus pada sumber akan melahirkan strategi komunikasi bersifat *top-down*, sedangkan fokus pada khalayak menjadikan komunikasi bersifat *bottom-up*.

Komunikasi bersifat *top-down* ini akan melahirkan propaganda politik oleh negara dan partai politik, periklanan oleh dunia bisnis, dan dakwah oleh kekuasaan agama. Karenanya efek komunikasi adalah untuk tujuan memelihara atau mengubah sikap dan pendapat sasaran demi kepentingan sumber. Dalam ungkapan ekstrim, komunikasi dimaksudkan melahirkan manusia yang patuh dalam konteks politik, ekonomi atau kultural. Atau sebaliknya menjadi pembangkang terhadap sistem mapan yang harus diubah, untuk patuh kepada sistem lainnya (Freire, 1971). Karenanya proses komunikasi pada dasarnya merupakan peperangan wacana terus menerus untuk membawa khalayak kepada nilai yang harus dimenangkan (Gramsci, 1991). Dalam ruang demokrasi, peperangan wacana dapat dilakukan oleh siapapun dari kehidupan publik. Sementara dalam sistem politik otoriter, produksi wacana dimonopoli oleh penguasa negara.

Sedangkan komunikasi *bottom-up* datang dari institusi-institusi yang menjadi penyangga *civil society*. Media komunikasi menjalankan fungsi imperatif dari motif

* Makalah disampaikan pada Seminar *Internet dalam Perspektif Kebudayaan*, Pusat Penelitian Kebudayaan dan Perubahan Sosial Universitas Gadjah Mada, Yogyakarta 11 – 12 Mei 2001

¹ Obyektifikasi (*objectification*) merupakan proses untuk mencapai obyektivitas terhadap dunia-luar (*outer-world*), subyektifikasi (*subjectification*) dimaksudkan untuk membangun subyektifitas bagi dunia-dalam (*inner-world*). Lebih jauh lihat: Berger dan Luckmann (1967).

khalayak untuk tujuan obyektifikasi dan subyektifikasi, dimaksudkan untuk memelihara otonomi ruang pribadi (*personal space*) dari setiap warga komunitas. Kenyataan sosial bersifat obyektif diperlukan sebagai landasan dalam memahami kehidupan sosial, untuk kemudian warga dapat menyesuaikan diri secara tepat dalam kehidupan tersebut. Kata kunci dalam komunikasi semacam ini adalah warga menjadi subyek, karena ketidak-pasan (*misfit*) dengan kehidupan sosial adalah dikarenakan hambatan dalam keikut sertaan dalam proses komunikasi. Tujuan komunikasi adalah menjadikan warga ambil bagian (*sharing*) dalam kehidupan sosial karena proses obyektifikasi dengan bantuan moda komunikasi.

Kedua strategi komunikasi dengan sendirinya mengandung elemen informasi, dan setiap materi (*substance*) dari informasi dapat ditelusuri asal muasalnya, yaitu dari kehidupan manusia. Adapun kehidupan dapat dipilah antara kenyataan keras (*hard reality*) dan kenyataan lunak (*soft reality*). Kenyataan keras adalah kehidupan bersifat empiris (“*real*”) dalam interaksi manusia, bersifat fisik dan materil. Sedangkan kenyataan lunak adalah kehidupan dalam alam pikiran, penghayatan simbol dan nilai-nilai. Secara sederhana biasa dibedakan antara informasi faktual dan fiksional (Irwin, 1987; Carey, 1989).

Kenyataan keras merupakan dunia yang tidak terelakkan, dijalani manusia baik secara institusional maupun individual. Sementara manusia ada kalanya mengabaikan kenyataan lunak, sebab dunia semacam ini akan relevan saat kehidupan ingin diberi lebih bermakna. Berbeda dengan kenyataan keras yang memiliki determinasi terhadap kehidupan fisik dan biologis manusia, maka kenyataan lunak akan mengisi kehidupan psikhis (alam pikiran) secara intelektual dan spiritual manusia. Dari sini dikenal dua dimensi masyarakat, yaitu masyarakat nyata dan masyarakat simbolik. Demikianlah keduanya akan menjadi dunia yang tidak terpisahkan dalam hidup manusia dimana setiap orang akan ambil bagian di dalamnya dalam porsi dan kapasitas masing-masing. Walaupun dalam prakteknya dua dunia ini sering tidak bertemu.²

Dalam konteks masing-masing dunia inilah berlangsung kegiatan komunikasi. Karenanya elemen komunikasi berupa informasi dapat dilihat dari dua sisi, pertama dari pihak sumber berupa pilihan atas substansi materialnya, dan kedua pemanfaatannya baik untuk sumber maupun khalayak sasaran. Pilihan substansi material apakah yang berasal atau berkonteks kepada kenyataan keras, ataukah materi yang diolah dari kenyataan lunak. Karenanya informasi dapat dibedakan antara informasi keras dengan informasi lunak.³

Apapun informasi yang disampaikan atau diterima, dalam pemanfaatannya masing-masing pihak memiliki preferensi dalam menghadapi materi informasi. Preferensi sumber atau komunikator selamanya untuk kepentingan kekuasaan politik, ekonomi dan kultural. Sementara preferensi khalayak dapat berupa kepentingan pragmatis sosial maupun psikhis.

Informasi keras pada dasarnya memiliki nilai pragmatis tinggi, bernilai guna yang langsung terpaktai dalam kehidupan sosial yang bersifat empiris. Dengan kata lain, informasi keras menjadi dasar dalam penentuan keputusan di ruang publik.⁴ Sementara informasi lunak berfungsi untuk kepentingan psikhis, intelektual dan spiritual khalayak.

² Snow (1964) menunjukkan keterpisahan antara dunia kenyataan empiris dan dunia nilai-nilai. Dia merujuk kepada kenyataan terpisahnya dunia yang digeluti oleh kaum ilmuwan dengan kaum sastrawan. Tetapi keterpisahan ini agaknya diakibatkan oleh aliran yang bertumpu kepada positivisme yang dominan dalam ilmu alam dan ilmu sosial. Sementara dengan kecenderungan hermeneutik yang juga berkembang dalam ilmu sosial, antara dunia empiris dan dunia nilai dipandang sebagai kesatuan bagi fokus perhatian.

³ Istilah ini perlu dibedakan dengan terminologi dalam dunia jurnalisme yaitu antara berita keras (*hard news*) yang berkaitan dengan fakta-fakta berasal atau mengenai ruang publik (*public-sphere*) dengan berita lunak (*soft news*) yang berkaitan dengan kehidupan personal bersifat manusiawi.

⁴ Bdk.Rogers (1986): “Information is patterned matter-energy that affects the probabilities available to an individual making a decision”.

Secara sederhana kecenderungan ini disebut hiburan (*entertainment*), berfungsi untuk kehidupan personal maupun dalam kehidupan sosial.⁵

Keberadaan fenomena komunikasi dapat pula dilihat dari penggunaan piranti komunikasi, ditandai dengan tingkat pengaksesan yang dimungkinkan, serta relevansi informasi dengan kenyataan keras penggunanya. Dari sini secara sederhana dapat ditawarkan cara melihat kehidupan sosial, yakni dari semakin terbatasnya pengaksesan atas informasi keras, dan lebih lanjut lebih banyak pengaksesan atas informasi lunak. Dengan demikian kegiatan komunikasi dapat dilihat sebagai indikator dari kehidupan sosial, dengan mengubah perspektif konvensional yang melihat kegiatan komunikasi memiliki pengaruh untuk mengubah kehidupan sosial.

(2)

Fenomena komunikasi biasa pula ditempatkan dalam konteks perkembangan masyarakat. Untuk itu peradaban manusia dilihat dalam suatu fase-fase yang bergerak dalam suatu proses panjang dengan asumsi bahwa semua masyarakat manusia akan menuju ke fase berikutnya. Fase yang dipandang penting untuk melihat keberadaan fenomena komunikasi adalah masyarakat pertanian (*agricultural society*), masyarakat industrial (*industrial society*) dan masyarakat informasi (*information society*)⁶.

Kemajuan komunikasi pada hakekatnya didorong oleh kehendak untuk mengatasi ruang dan waktu. Karenanya dalam melihat perubahan dan pertambahan moda komunikasi dapat dikembalikan pada dorongan peradaban yang penting, yaitu teknologi trans dan tele. Kemajuan suatu moda komunikasi merupakan ikutan dari perubahan dalam pola kehidupan masyarakat. Pertumbuhan industri media cetak tidak bisa dilepaskan dari kemajuan transportasi, mulai dari kereta api, kapal mesin, sampai pesawat terbang. Begitu pula besarnya industri televisi sebenarnya hanya mengikuti kemajuan teknologi telekomunikasi. Karenanya kalau teknologi teleportasi kelak sudah mewujud, tentu akan ikut muncul moda komunikasi lainnya.

Dari sini kiranya perlu dikembangkan sudut pandang lain dalam menghadapi fenomena komunikasi. Jika dalam pandangan konvensional hanya bertumpu kepada proses komunikasi, akan menjadi tumpul dalam memandang perubahan moda dan teknologi komunikasi. Untuk itu fenomena komunikasi perlu didekati melalui dua sisi, yaitu basis material dan basis sosial yang menjadikannya terwujud. Dalam bahasa teknologi digunakan istilah perangkat keras (*hardware*) dan perangkat lunak (*software*), yang lebih diartikan sebagai teknologi yang bersifat fisik di satu pihak dan teknologi untuk mengoperasikan teknologi fisik tersebut di pihak lain.

Sedang dengan basis material bagi moda komunikasi lebih luas maknanya. Sebagai ilustrasi, basis material dari media pers cetak adalah kertas (termasuk tinta cetak), percetakan dan jaringan transportasi. Dengan basis material inilah media pers dapat terwujud dan dapat sampai kepada khalayak. Masing-masing basis material ini merupakan bagian dari industri konvesional. Adapun basis sosial dari media pers adalah seluruh aspek yang memungkinkan informasi dan media diproduksi. Ini mencakup basis kultural seperti jurnalisme dan seni yang menggerakkan produksi informasi, dan basis ekonomi dengan logika pasar yang menggerakkan produksi media. Sifat basis sosial yang sama juga berlangsung dalam media penyiaran.

⁵ McQuail (1987) menjabarkan fungsi hiburan sebagai “providing amusement, diversion, the means of relaxation” di satu sisi, dan “reducing social tension” pada sisi lainnya.

⁶ Rogers (1986) menunjukkan komunikasi dalam setiap fase: masyarakat pertanian dengan “one-way print media”, masyarakat industrial dengan “one-way electronic media (radio, film, television)”, dan dalam masyarakat informasi dengan “interactive media that are demassified in nature”.

Sementara basis material bagi media penyiaran adalah teknologi produksi dan reproduksi elektronik, serta frekuensi telekomunikasi. Inovasi teknologi produksi dan reproduksi bersifat elektronik ini bergerak dengan sangat cepat. Ini membawa pengaruh dalam frekuensi telekomunikasi. Dari teknologi transmisi analog ke digital telah menjadikan ruang frekuensi semakin efisien. Dengan perbandingan waktu Williams (1982) mengilustrasikan kemajuan teknologi komunikasi:

- 12:00 Midnight *Homo sapiens, language 34,000 B.C.*
- 3:00 a.m. *Nothing*
- 8:00 a.m. *Cave painting*
- 12:00 Noon *Nothing*
- 6:00 p.m. *Nothing*
- 8:00 p.m. *Sumerians, Writing, 4,000 B.C.*

Dengan begitu waktu antara keterampilan manusia untuk komunikasi lisan dengan komunikasi tulisan terentang jarak 14 jam yang dalam waktu aktual adalah 30 ribu (milenia) tahun. Sementara dari teknologi alat cetak ke munculnya embrio industri pers terentang jarak 4 abad sebagaimana digambarkan Rogers (1986) mengenai kemajuan media cetak dalam rentangan waktu sebagai berikut:

- 1456 *The Guttenberg Bible is printed with movable metal type and hand press*
- 1833 *Mass-circulation media begin with the first "penny press" newspaper, the New York Sun*
- 1839 *A practical method of photography is developed by Daguerre, which is utilized by newspaper*

Lebih jauh dengan ilustrasi jam yang bergerak, Williams (1982) menunjukkan invensi dalam teknologi media elektronik:

- 11:55:47 p.m. *Radio telegraphy; motion picture camera*
- 11:56:48 p.m. *Commercial radio a reality*
- 11:57:04 p.m. *Sound motion pictures*
- 11:57:40 p.m. *Prototype electronic computer*
- 11:57:50 p.m. *Xerography developed*
- 11:57:52 p.m. *Transistor invented*
- 11:58:02 p.m. *Color TV introduced*

Dalam galaksi elektronik, invensi dalam teknologi tidak lagi dalam hitungan jam, melainkan dalam detik. Bahkan dalam dua menit terakhir, Williams menggambarkan dengan hitungan mundur seperti ini:

- 104 sec. *Sputnik launched*
- 101 sec. *Streophonic FM broadcasting*
- 92 sec. *First commercial satellite*
- 87 sec. *Computer timesharing feasible*
- 85 sec. *Merger of telecommunications and computing*
- 78 sec. *Portable Tv camera*
- 74 sec. *Microelectronic circuitry*
- 62 sec. *Major advances in computer memories*
- 61 sec. *Home TV recording equipment*
- 49 sec. *It is the 1980's and the communications revolution continues to accelerate*

Kecepatan perubahan dalam teknologi komunikasi dalam galaksi elektronika menjadikannya sebagai basis bagi berbagai teknologi lainnya. Teknologi antariksa hanya

akan berjalan dengan basis teknologi elektronik. Muara dari seluruh teknologi elektronika ini adalah komputer, tiruan dari otak manusia dengan peningkatan kemampuan yang berlipat ganda. Penggabungan komputer dengan telekomunikasi melahirkan suatu fenomena yang mengubah konfigurasi model komunikasi konvesional, dengan melahirkan kenyataan dalam dimensi ketiga. Jika dimensi pertama adalah kenyataan keras dalam kehidupan empiris, dimensi kedua merupakan kenyataan lunak dalam kehidupan simbolik dan nilai-nilai yang dibentuk, maka dengan dimensi ketiga dikenal kenyataan maya (*virtual*) yang melahirkan masyarakat lainnya.

Masyarakat yang terbentuk dalam kenyataan *virtual* yang dikenal sebagai masyarakat *cyber* (*cyber-society*). Dari sini kemudian dikenal adanya ruang *cyber* (*cyber-space*) sebagai ajang yang memungkinkan adanya hubungan antar manusia. Karenanya pengkaji ilmu sosial dan humaniora pada dasarnya akan menghadapi hubungan sosial dalam 3 macam konteks kenyataan yaitu kenyataan “real”, simbolik, dan “virtual”. Pertautan ketiga macam kenyataan ini tidak pelak akan menuntut perombakan dalam orientasi dan landasan epistemologi cabang-cabang ilmu sosial dan humaniora.

(3)

Kegiatan komunikasi mengambil tempat dalam setiap hubungan sosial dalam konteks kenyataan. Jelas bahwa model teoritis komunikasi konvensional tidak memadai untuk menangkap kenyataan *virtual* dari *cyber-society*. Sama halnya dengan tidak memadainya model teoritis yang bertumpu pada proses komunikasi untuk menjelaskan kenyataan simbolik. Terlebih dalam kegiatan komunikasi di ruang *cyber*, faktor-faktor sumber dan sasaran menjadi tidak relevan lagi. Fokus pada informatika dengan elemen pada *brainware*, yaitu setiap faktor pengubah atas *software* dan produknya.

Kedudukan *brainware* tidak seperti sumber atau komunikator dalam komunikasi konvensional. *Brainware* dapat berasal dari siapa saja, karena merupakan kemampuan aksesibilitas ke dalam ruang *cyber* untuk kemudian ambil bagian sebagai faktor pengubah terhadap *software* ataupun produknya. Dengan demikian fenomena informatika merupakan segitiga *brainware* – *software* – produk informasi. Kecepatan invensi teknologi fisik memang akan mempengaruhi segitiga ini, tetapi tidak merupakan determinasi jika dilihat dalam perspektif ilmu sosial dan humaniora. Invensi dalam kecepatan mikroprosesor dan memori memang akan membantu dalam operasi, tetapi setiap *hardware* pada dasarnya memerlukan perangkat lunak yang sesuai, dan tidak kalah pentingnya adalah otak manusia yang akan mengoperasikannya, serta hubungan sosial yang terbentuk dalam *cyber-space* tersebut.

Dengan cara lain dunia komunikasi dilihat dengan menjadikan jaringan komputer sebagai fokus, biasa disebut sebagai *computer-mediated communication* (CMC). Dengan menjadikan CMC sebagai tumpuan, maka kegiatan komunikasi dapat dibedakan dalam dua kelompok besar. Kelompok pertama, di satu pihak adalah komunikasi dengan informasi yang tersedia pada jaringan komputer, baik yang bersifat sistem tertutup, semi terbuka, maupun terbuka. Informatika di dalam sistem ini dapat berdiri sendiri, atau juga merupakan konvergensi dari media massa konvensional seperti buku, surat-kabar, film, radio dan televisi. Kelompok kedua, adalah komunikasi dengan informasi yang berada di luar jaringan komputer, melalui media interpersonal dan media massa konvensional yang tidak memiliki pertautan dengan CMC. Kecenderungan ke depan, konvergensi media massa konvensional dengan CMC akan semakin ekstensif dan intensif.

Di bagian awal tadi disebutkan bahwa elemen utama dalam fenomena komunikasi ini adalah informatika. Pada pihak lain, kata kunci dalam fenomena internet adalah aksesibilitas. Setiap orang yang memiliki aksesibilitas ke dalam internet, disebut sebagai pengguna (*user*). Sehingga elemen utama disini adalah informasi dan pengguna. Karenanya

konsep yang dikembangkan pada tahun 60 – 70an dengan menempatkan jumlah (kuantitas) media massa dalam masyarakat sebagai indikator kemajuan suatu negara, sudah perlu ditinjau.⁷

Pendekatan kuantitatif atas keberadaan media massa dalam masyarakat, paralel dengan paradigma pembangunan yang dijalankan di berbagai negara berkembang dengan bertumpu pada pertumbuhan ekonomi. Kuantitas media massa dalam kehidupan masyarakat dapat dijadikan indikator daya beli, tetapi belum menjadi jaminan akan membawa perubahan bagi kehidupan masyarakat. Karenanya dalam melihat keberadaan media massa, biasanya bertolak dari jumlah pendengar atau penonton dan pembaca, Dengan kata lain, perlu dibedakan jumlah media dengan jumlah khalayak media. Begitu pula masih bisa dipersoalkan tentang muatan media yang dikonsumsi oleh khalayak, sejauh mana memiliki relevansi terhadap perubahan.

Fenomena internet pada hakekatnya tidak ditentukan oleh jumlah komputer dan pelanggan ISP. Sebab jumlah pelanggan dari penyedia jasa internet (*internet servive provider/ISP*) tidak dapat dijadikan indikator dari pengguna internet. Sementara satu komputer yang terkoneksi ke ISP jika berfungsi sebagai *server* bagi area jaringan lokal (*local area networks/LAN*), akan mempertalikan *ruang cyber* ke terminal komputer dalam jumlah sesuai dengan kapasitas LAN yang dibentuk. Kalau mau menggunakan logika media konvensional dalam mengestimasi kapasitas jaringan internet secara fisik dalam suatu masyarakat, dapat dilihat dari jumlah perusahaan ISP bersama pelanggannya, untuk kemudian di antara pelanggan selain yang berfungsi sebagai komputer tunggal, seberapa banyak yang berfungsi sebagai *server* yang diikuti oleh terminal komputer yang menjadi area jaringan lokal. Dari sini setiap terminal komputer dapat digunakan oleh lebih dari satu *user*. Karenanya dalam menghadapi fenomena internet, tidak pelak fokus perhatian adalah terhadap *user*.

Dengan demikian perkembangan masyarakat dapat dilihat melalui tingkat aksesibilitas *user* ke dalam internet. Makna aksesibilitas ini akan mempertalikan *user* dengan karakter informatika yang dihadapinya. Dengan kata lain, internet pada dasarnya merupakan ruang dunia yang paralel dengan dunia empiris, hanya saja seluruhnya diwujudkan sebagai informasi. Dengan ekstensi alamat setiap situs, sudah tercermin paralelisme dengan kenyataan empiris, seperti “*com*” untuk situs institusi bisnis, “*gov*” untuk institusi pemerintah, “*org*” untuk institusi *non government organization* (NGO) non-komersial, dan nama-nama lainnya untuk intitusi dengan fungsi-fungsi yang khas.

Apapun namanya, karakter informatika dapat digolongkan dalam dua macam kecenderungan, pertama orientasi dalam komodifikasi (*commodification*) dan kedua orientasi kekuasaan (*power*). Proses komodifikasi dengan sendirinya menjadikan informasi memiliki nilai ekonomis yang dapat dijadikan dasar untuk tujuan bisnis (lihat Mosco, 1996). Orientasi bisnis ada yang bersifat langsung, dijalankan sebagaimana halnya dalam kegiatan pasar baik untuk produk *tangible* maupun *intangible*. Tetapi ada pula bersifat tidak langsung sebagaimana dalam kegiatan komunikasi komersial umumnya.

Sedangkan untuk tujuan kekuasaan dapat berorientasi politik ataupun kultural. Orientasi kekuasaan politik dilakukan oleh institusi pemerintah maupun institusi politik masyarakat. Sedangkan orientasi kekuasaan kultural dijalankan oleh institusi yang bergerak dalam pengembangan nilai-nilai, baik yang bersifat sekuler (profan) maupun spiritual (sakral). Hanya saja keberadaan dunia informatika memaksa sumber bagi situs yang

⁷ UNESCO menetapkan ketersediaan radio, televisi, suratkabar harian, dan bioskop (sinema) per 1000 penduduk. Asumsi dasar bahwa media massa merupakan faktor resiprokal bagi masyarakat. Dengan makin banyaknya media dalam masyarakat, percepatan kemanjuran dapat berlangsung, sebaliknya keberadaan media massa yang terdiri atas jumlah pesawat penerima radio, televisi, oplah suratkabar dan jumlah kursi bioskop merupakan indikator pembangunan. Lihat Schramm (1976) dan Lerner (1976).

berorientasi pada kekuasaan ini untuk menyesuaikan diri, dengan kekuasaan *user* dalam menghadapi internet. Internet merupakan ruang terbuka dan demokratis, sehingga dominasi dari kekuasaan politik dan kultural tidak dapat dijalankan di dalamnya. Karenanya pengelola situs harus menggunakan teks dan wacana yang demokratis.

Persoalan mendasar dari keberadaan internet berada pada *user*. *User* disini sepenuhnya otonom dalam menentukan informasi yang diambilnya. Sehingga motif dasar dalam menghadapi informasi yaitu apakah sebagai suatu obyektifikasi atau subyektifikasi, akan menjadi relevan pula. Sementara pada pihak lain akan menjadi kajian yang penting pula untuk mengetahui sejauh mana dunia informatika dalam informatika dapat memenuhi kecenderungan obyektifikasi dan subyektifikasi ini.

Informasi faktual yang ada dalam internet dapat dibagi dua kelompok, pertama adalah berita-berita yang merupakan ekstensi dari media massa konvensional seperti suratkabar, majalah, radio dan televisi. Kedua adalah berita yang memang disiapkan khusus oleh portal penyedia informasi. Kedua macam berita ini dengan sendirinya menyimpan masalah mendasar dalam obyektivitas dan faktualitasnya. Darimana pun asalnya, informasi ini mengandung kecenderungan komodifikasi.

Sedangkan informasi yang berfungsi untuk subyektifikasi bagi *user* tersedia dalam varian dari yang sepenuhnya mengekspolitasi tubuh sampai ke tataran yang lebih spiritual. Ragam dari materi informatika ini sangat kaya, karena pembuat situs memiliki kebebasan tanpa batas. Karenanya yang perlu berinisiatif untuk membatasi diri untuk memasuki situs adalah *user* sendiri. Bagi *user* yang ingin melindungi dirinya, tersedia sejumlah institusi yang menyediakan program-program untuk memfilter materi dari situs yang dipandang tidak berguna. Dengan kata lain, dalam ruang bebas itu, setiap keputusan ditentukan oleh *user*. Sembari itu berkembang pula situs-situs yang memberikan bimbingan dan program untuk mengkalibrasi muatan situs hiburan.

REFERENSI

- Berger, Peter L.; Luckmann, Thomas (1967) *The Social Construction of Reality*, Anchor Books, New York
- Berlo, David (1960), *The Process of Communication: An Introduction to Theory and Practice*, Holt, Rinehart and Winston, New York
- Carey, James W. (1989) *Communication as Culture: Essays on Media and Society*, Unwin Hyman Ltd, London
- Freire, Paolo (1971) *The Pedagogy of Oppressed*, Continuum, New York
- Gramsci, Antonio (1991) *Selections from Prison Notebooks*, Lawrence and Wishart, New York
- Irwin, Michael (1987) “Facts and Fictions”, dalam Sherbok, Dan Cohn; Irwin, Michael, ed., *Exploring Reality*, Unwin Hyman Ltd, London
- Jones, Steven G. (1995) “Understanding Community in the Information Age”, dalam Jones ed., *Cyber Society: Computer-Mediated Communication and Community*, Sage Publications, Thousand Oaks
- Lerner, Daniel (1976) “Technology, Communication, and Change”, dalam Schramm, Wilbur; Lerner, Daniel, ed., *Communication and Change: The Last Ten Years – The Next*, The University Press of Hawaii, Honolulu
- McQuail, Denis (1987) *Mass Communication Theory: an Introduction*, second edition, Sage Publications, Beverly Hills
- Mosco, Vincent (1996) *The Political Economy of Communication*, Sage Publication, London
- Rogers Everett M., (1986) *Communication Technology: The Media in Society*, The Free Press, New York

- Schramm, Wilbur (1976) "Data on Communication Systems in Three Developing Regions", dalam Schramm, Wilbur; Lerner, Daniel, ed., *Communication and Change: The Last Ten Years – The Next*, The University Press of Hawaii, Honolulu
- Snow, C.P. (1964) *The Two Cultures and A Second Look*, Cambridge University Press, London
- Williams, Frederick (1982) *The Communications Revolution*, Sage Publications, Beverly Hills