

Khalayak Maya Dalam Media Online

Studi *Reception Analysis* tentang Interaktivitas pada Teks Suara Surabaya.net

Ido Prijana Hadi¹

Abstract

Internet as a global computer-network that combine image, motion-pictures, text, and audio-visual. Internet has differentiated itself from earlier media types through what is called as interactivity. Interactivity is an uniqueness of internet media particularly in terms of its contents, such as feedback mechanism through email (electronic mail), online chat-room or live interviews. Its information is easily searchable, updated at any time, and can be linked to other sites.

The research was carried out to find out how user reception on interactivity in online media on the site of Suara Surabaya.net. And how to access subjective meanings that they have created based on their understanding on online media so far. The research is also interested in looking into user reception on information and communication technology based on its relevance with the selected theme namely discourse on global media in web site of Radio Suara Surabaya.

Interactivity value of Suara Surabaya.net was obtained by users through hyperlinks, book-marking the site of Suara Surabaya.net and mechanism of feedback that provide users with opportunities to get in touch with editorial staff, as well as other users. Therefore, that can respond to one another by means of users to users namely individuals interact with other individuals in online discussion, more de-massified in nature – personal (nullifying things that are massed in nature); Whereas response of users to documents are individuals access rubrics of news, article, archive, searching, photograph, and so on. News can be framed and regulated into any format wanted by users, not waiting anymore for schedules of media publishing time (publishing time periodicity). Users are unhampered in accessing the required information. Meanwhile users to computers (online transaction) is interaction with users to the computer itself.

Keywords : interactivity, audience, reception.

¹ **Drs. Ido Prijana Hadi, M.Si.** Dosen Jurusan Ilmu Komunikasi dan Dekan Fikom UK Petra Surabaya.

Latarbelakang

Semakin popularnya internet sebagai sebuah medium komunikasi sejak 1990-an merupakan fenomena tersendiri. Internet sebagai jejaring komputer global menciptakan dunia maya, dimana lautan data, informasi, maupun pengetahuan diolah, diproses, disimpan, ditransmisikan, dan serentak dihadirkan kembali. Internet berbeda dengan media konvensional sebelumnya, karena ia dapat merengkuh dan menggabungkan citra, gambar-gambar, teks, dan *audio-visual* (selanjutnya disebut Multimedia) secara sempurna dan nyata. Internet membedakan diri dari jenis media sebelumnya yang searah dengan apa yang disebut interaktivitas (*interactivity*).

Interaktivitas merupakan keunikan dalam medium internet terutama dalam hal isinya, seperti adanya mekanisme *feedback* melalui *e-mail* (*electronic mail*), obrolan online (*online chatrooms*) atau wawancara langsung. Informasinya mudah ditelusur (*searchable*), ter-*update* (diperbarui) setiap saat, dan dapat dihubungkan (*link*) ke situs lain (Folkerts, 2004:53). Nilai lainnya adalah adanya sifat globalitas, konektivitas komunikasi personal, ekonomis dan politik, serta hilangnya kontrol jurnalistik atas pasar informasi. Di pihak lain, komunikasi internet menjangkau kemungkinan mendapatkan informasi dengan satu cara yang belum tersedia sampai saat ini.

Pada akhirnya periode internet memunculkan riset komunikasi massa, dimana pada awalnya riset internet memfokuskan pada tiga pengembangan yaitu peningkatan jumlah pengakses internet, pertumbuhan perbedaan antara isi media *online* dan *off-line* dan perubahan hubungan yang terjadi antara media dan publiknya (Pavlik, 2004: 442). Yang disebut terakhir, merupakan perubahan yang sifatnya alami pada khalayak karena hadirnya teknologi komunikasi dan informasi, sehingga khalayak yang sifatnya massa akhirnya menuju *interactive media user*.

Studi ini dilakukan pada teks berupa *website* Suara Surabaya (<http://www.suarasurabaya.net>) dalam hubungannya dengan *user*. Alasan peneliti memilih media ini, karena seperti diketahui, radio konvensional Suara Surabaya 100 FM telah menerapkan konsep format radio *news* dan informasi yang interaktif sejak 1995 berikut tim redaksi interaktif atau *gatekeeper* dengan motto *News*, Interaktif, dan Solutif, yang mendapat atensi luar biasa dari *audience* Surabaya hingga sekarang. Analogi dari konsep format radio *news* dan informasi yang sudah diterapkan, serta mengikuti perkembangan teknologi dan telekomunikasi, maka sejak tahun 2000 ketika dunia memasuki era *digital news* (era *cyberspace*), Suara Surabaya mengembangkan sebuah berita *online* internet berupa teks berita online, radio internet, *radio on demand*, *video on demand*, bahkan sampai informasi cuaca, dan kurs mata uang.

Metode Penelitian

Penelitian ini merupakan penelitian kualitatif dengan menggunakan paradigma interpretif konstruktifis dengan metode *reception analysis*, dimana secara metodologis *reception analysis* adalah merujuk pada sebuah komparasi antara analisis tekstual wacana media dan wacana khalayak, yang hasil interpretasinya merujuk pada konteks, seperti *cultural setting* dan *context* atas isi media lain (Jensen, 2003 : 139). Khalayak dilihat sebagai bagian dari *interpretive communitive* yang selalu aktif dalam mempersepsi pesan dan memproduksi makna, tidak hanya sekedar menjadi individu pasif yang hanya menerima saja makna yang diproduksi oleh media massa (McQuail, 1997:19).

Studi *reception analysis* berusaha untuk mengetahui bagaimana khalayak memahami, menginterpretasi isi pesan (memproduksi makna), berdasarkan pengalaman (*story of life*) dan pandangannya selama melakukan interaksi dan mengonsumsi isi media online selama ini. Konstruksi pemahaman informan atas isi media yang terintegrasi dalam kehidupan kesehariannya merupakan sebuah proses panjang yang mengakumulasi menjadi sebuah pengalaman yang sangat berharga dalam diri informan, termasuk pemahaman mereka akan interaktivitas. Peneliti meletakkan kebenaran-kebenaran atau asumsi-asumsi alamiah atas fenomena (*bracketing*) yang dipahami oleh pengakses atas wacana media online dan interaktivitas. Kemudian dengan wawancara, peneliti mendapatkan pengakuan dan pengalaman-pengalaman sehari-hari mereka selama menjadi pengakses situs Suara Surabaya.net.

Sasaran penelitian adalah media Suara Surabaya.net, sedangkan para informan adalah *users* yang mengonsumsi situs Suara Surabaya.net sekaligus sebagai khalayak. Yang termasuk dalam kriteria ini adalah orang-orang (pengakses/ *users*) yang *log on* mengakses situs *www.suarasurabaya.net* online dan mempunyai kontak dengan Suara Surabaya melalui mekanisme *feedback* online serta berdasarkan *database* yang dimiliki media tersebut baik sebagai *existing netter* maupun yang masuk dalam *target market*.

Teknik pengumpulan data melalui wawancara mendalam (*indepth-interview*) pada setiap informan penelitian (individual). Wawancara dilakukan oleh peneliti sekaligus sebagai petugas *interviewer* secara lisan tatap muka, dan atau pertelepon apabila informan berada dalam jangkauan peneliti, dan atau tertulis menggunakan sarana *e-mail* apabila keberadaan informan penelitian di luar negeri. Sedangkan, tinjauan pustaka yang berisikan konseptual teoritik termasuk *review literature* digunakan sebagai panduan dalam menganalisis hasil temuan data. Peneliti memberikan kesempatan yang terbuka kepada informan untuk menentukan batasan-

batasan konsep yang akan dipakai dalam menginterpretasi teks berupa *website* Suara-Suarabaya.net, yang kemudian akan dianalisis secara integratif melalui konseptual teoritik oleh peneliti.

Pembahasan

a Internet dan Wacana Khalayak Global

Wacana sebuah media konvensional (radio) yang berkembang ke arah media online (internet) dengan cara membuka *website*, pada akhirnya melahirkan konvergensi. Sebuah integrasi antara media konvensional, telekomunikasi dan teknologi informasi (multimedia dan internet) yang memudahkan akses informasi bagaikan melalui jalan raya informasi bebas hambatan (*information superhighway*). Konvergensi media juga telah mengubah komunikasi dari yang sifatnya terbatas menjadi global. Tidak dibatasi wilayah, negara, bahkan bangsa. Sehingga, globalisasi akibat internet ini memberikan kemampuan komunikasi secara instan yang bisa meruntuhkan sekat privasi.

Media internet mempunyai kemampuan menghadirkan multimedia, salah satunya materi *audio visual*. Sehingga isu *broadcast audio live* (radio online) dalam dunia keradioan yang semakin modern menjadi mengemuka. Melalui layanan baru ini diseminasi (jangkauan) informasi menjadi semakin luas dapat dicapai, serta mengubah kebiasaan hidup dan bekerja, mengubah persepsi tentang dunia, dan keyakinan orang. Atau meminjam istilah Walter Lippmann (1946) media terus menerus membangun gambaran dalam benak kita (*picture in our head*). Apa yang dilakukan oleh SS Media dengan mengadopsi *broadcast audio live* melalui internet di SS.net sebenarnya tidak lepas dari pendapat tersebut agar eksistensi media ini tetap terjaga (citra), semakin berkembang, bahkan mampu menjangkau *audience* dimana pun mereka berada di dunia.

Membicarakan media online dibandingkan dengan media konvensional analog (tradisional), dari perspektif kajian media sebenarnya terletak pada kapasitas komunikasinya. *Audience* online memiliki kemampuan untuk memberikan *feedback* kepada media secara langsung dan relasinya bersifat interaktif. Sementara *Audience* media konvensional, proses komunikasi yang terjadi lebih bersifat linear, meskipun sudah banyak media yang membuka saluran interaktif untuk khalayaknya melalui mekanisme *feedback*. *Audience* online maupun media konvensional sama-sama aktif, namun *audience* online bisa dikatakan keaktifannya melewati apa yang ada di media konvensional. *Audience* online dalam proses komunikasi merupakan *full participant*.

Sementara, menurut Jensen (1998) memisahkan berbagai macam media, yang kemudian disebut media “pull” dan “push”. Tradisional media, seperti TV, radio, dan film, mempunyai karakteristik “push”, dimana isi media diciptakan oleh mediana untuk pembaca, pendengar dan pemirsanya. Sedangkan dalam “pull” media (internet) isinya diciptakan oleh pengguna. *Audience* perannya lebih aktif ketika *surfing on the net* daripada ketika *surfing* saluran TV.

b Internet Sebagai Sebuah Medium

Marshall McLuhan (1999: 7) seorang pengamat televisi waktu itu, menyatakan bahwa, *the medium is the message*. Bahwa medium yang dipakai untuk menyampaikan informasi dan pesan, membentuk format pesan itu sendiri. McLuhan menganggap media sebagai perluasan manusia. Media yang berbeda-beda mewakili pesan yang berbeda-beda. Media menciptakan dan mempengaruhi cakupan serta bentuk dari hubungan-hubungan dan kegiatan-kegiatan manusia. Pengaruh media dengan adanya kemajuan teknologi menjadi sangat dahsyat bagi umat manusia. Media telah campur tangan dalam kehidupan manusia secara lebih cepat daripada sebelumnya, juga memperpendek jarak diantara bangsa-bangsa.

Dunia masa depan adalah seperti yang digambarkan McLuhan dalam *Understanding Media* (1964) sebagai kampung global (*global village*), dimana masyarakat berinteraksi dan dibentuk oleh teknologi elektronik di dunia yang semakin mengerut. Artinya, semakin dimungkinkan terjadinya pertukaran gagasan, penjelajahan ide, pertukaran informasi dan komunikasi yang nyaris tak terbentur oleh ruang dan waktu. Teknologi telah melahirkan apa yang disebut sebagai media baru (*new media*), yang sebenarnya merujuk kepada sebuah perubahan dalam proses produksi media, distribusi dan penggunaan. Media baru tidak terlepas dari *key term* seperti *digitality*, *interactivity*, *hypertextuality*, *dispersal* dan *virtuality* (Lister, 2003: 13). Dalam konsep *digitality* semua proses media *digital* diubah (disimpan) ke dalam bilangan, sehingga keluarannya (*out put*) dalam bentuk sumber *online*, *digital disk*, atau *memory drives* yang akan diubah dan diterima dalam layar monitor atau dalam bentuk *'hard copy'*. Sedangkan, konsep *Interactivity* merujuk kepada adanya kesempatan dimana teks dalam media baru mampu memberikan *users* untuk *'write back into the text'*. Sementara konsep *dispersal* media baru lebih kepada proses produksi dan distribusi media menjadi *decentralised* dan mengandalkan keaktifan individu (*highly individuated*).

Dalam konteks di Indonesia, ketika muncul televisi swasta, media cetak gelisah soal teresdotnya porsi pembagian iklan, orangpers juga meratapi soal penurunan tiras (secara kuantitatif), dan miskinnya minat baca.

Akan tetapi, ketika muncul Internet di Indonesia tahun 1995-an dan *booming dot com*, - yang menurut sepengetahuan peneliti terjadi antara tahun 1998-2000 - reaksinya berbeda-beda. Ada media cetak dan elektronik yang justru melakukan sinergi, sehingga menjadi kekuatan, yakni dengan cara membuka edisi cetak online atau edisi elektronik *online* dan edisi *realtime news*. Fenomena ini terus berkembang di Indonesia sejak era reformasi 1998 sampai sekarang seiring dengan kemajuan teknologi informasi dan komunikasi.

Hasil penelitian ini merupakan representasi suara khalayak atau berbicara atas nama khalayak Suara Surabaya Media (SS Media) yang sejak tahun 2002 telah mengembangkan era *cyberspace* melalui Suara Surabaya.net. Dimana peneliti memperoleh informan yang berusia 33-56 tahun, memiliki latar belakang suku, budaya, tempat tinggal, pendidikan, pekerjaan serta memiliki intensitas yang berbeda dalam mengakses situs SS.net. Intensitas yang ada menemukan terdapat informan yang setiap hari mengakses SS.net (satu kali sehari, ± 30 menit); sering (dua-tiga kali seminggu, atau satu bulan enam kali); jarang (satu bulan sekali); pernah (tergantung kebutuhan).

Nilai interaktivitas SS.net yang diperoleh *users* disamping dari *hyperlinks*, juga karena adanya pengalaman masa lalu, sehingga *bookmark* situs SS.net untuk memudahkan mengingat. Kemudian, adanya nilai *guna*, *search engines* SS.net yang memudahkan pengguna, dan adanya mekanisme *feedback* yang memberikan kesempatan *users* untuk berhubungan dengan redaksi, maupun *users* lain. Sehingga diantara mereka dapat saling merespon secara *users to users* yaitu individu berinteraksi dengan individu lain dalam diskusi online, sifatnya lebih *de-massified* – personal (meniadakan hal-hal yang bersifat massa). Sedangkan respon *users to documents* adalah individu mengakses rubrik *news*, *article*, *archive*, *searching*, foto, dan sebagainya. Berita bisa di *frame* dan diatur ke dalam format yang diinginkan *users*, tidak lagi menunggu jadwal waktu terbit media (periodisasi waktu terbit). Terdapat keleluasaan *users* dalam mengakses informasi yang dibutuhkan. Sementara *users to computer* (transaksi online) adalah interaksi dengan *users* dengan komputer itu sendiri.

c Interaktivitas

Semua media ternyata interaktif. Pemirsa televisi dan pendengar radio harus menyalakan pesawatnya dan memilih gelombang dan salurannya (*channel*). Dengan *remote control* memberikan pengguna bebas untuk memilih *channel*. Tetapi media ini tidak menawarkan kesempatan untuk berinteraksi. Media televisi dan radio tidak mempunyai pilihan dan mekanisme *feedback* ketika programnya disiarkan. Kecuali adanya kontribusi medium *e-mail* dan *telephone*. Sedangkan surat kabar dan majalah dinilai lebih interaktif karena pembaca dapat memilih bagian apa yang lebih suka dibaca

dan bagian mana yang diabaikan. *Headlines* (teks yang mengarahkan pembaca kepada topik atau judul besar liputan), *layouts* dan *index* mampu memberikan pembaca pilihan. Tetapi media cetak tidak menawarkan melalui saluran apa pembaca dapat merespon apa yang mereka lihat dan berinteraksi dengan reporter yang memproduksi berita. Kecuali adanya kontribusi dari medium surat pembaca atau *telephone*.

Interaktivitas dalam media digital menurut Pavlik (2004:16) dapat didefinisikan sebagai

- *a dialog that occurs between a human and a computer program (this include e-mails, Online charst, and discussion group, as at either end of the communication flow it is a human interacting with a computer program, with the internet simply the channel),*
- *the dialog occurs simultaneously or nearly so (i.e. response time should not be more than a few seconds)*
- *The audience has some measure of control over what media content they see and in what order they see it (getting personalized information, magnifying an image, clicking on hyperlink, and so on)*

Sedangkan Williams, Rice, dan Rogers 1998 (dalam Severin and Tankard, 2001: 370) mendefinisikan interaktivitas sebagai *“the degree to which participants in a communications process have control over, and can exchange roles in, their mutual discourse”*. Jadi kontrol komunikasi internet ada pada pengguna. Salah satu studi penggunaan internet mendapatkan enam dimensi interaktifitas yaitu (1) internet mampu memberikan informasi dari pada sekedar persuasi; (2) kontrol terletak pada pengguna internet; (3) aktifitas banyak dilakukan oleh pengguna (aktif); (4) komunikasi yang terjadi dua arah; (5) waktu yang digunakan dalam komunikasi lebih fleksibel dari pada terjadwal (periodisasi seperti dalam media cetak), dan (6) komunikasi berlangsung pada suatu tempat yang ‘diciptakan’ oleh para *consumer* (Rogers, 1998).

Adapun klasifikasi daripada level interaktivitas masing-masing media menurut karakteristiknya dapat dilihat dalam **Tabel 1.3** berikut ini :

Kapasitas Komunikasi Media Analog dan Digital New Media

Kapasitas komunikasi	Media Analog				Media Digital	Mult i medi a Offli ne
	Tatap muka	Cetak	Penyiar an	Telepo n	Jaringa n Komput er	

Kecepatan	Rendah	Rendah Menengah	Tinggi	Tinggi	Tinggi	Tinggi
Jangkauan Geografis	Rendah	Menengah	Tinggi *	Tinggi*	Tinggi *	Rendah
Jangkaun Sosial	Rendah	Menengah	Tinggi *	Tinggi *	Rendah	Rendah
Penyimpanan	Rendah	Menengah	Menengah	Rendah	Tinggi	Tinggi
Akurasi	Rendah	Tinggi	Rendah medium	Rendah	Tinggi	Tinggi
Selektivitas	Rendah	Rendah	Rendah	Tinggi	Tinggi	Tinggi
Interaktivitas	Tinggi	Rendah	Rendah	Menengah	Menengah	Menengah
<i>Stimuli Richness</i>	Tinggi	Rendah	Menengah	Rendah	Rendah	Menengah
Kompleksitas	Tinggi	Tinggi	Menengah	Menengah	Rendah	Menengah
<i>Privacy Protection</i>	Tinggi	Menengah	Tinggi	Menengah	Rendah	Menengah

* hanya dalam negara berkembang

Sumber : Dijk, Jan Van. 2004. *The SAGE Handbook of Media Studies*. Editor-in-Chief, John D.H. Downing. Associate Editors; Dennis McQuail, Philip Schlesinger, Ellen Wartella. California : SAGE. p.154

d Pemahaman dan Pemaknaan Interaktivitas

Konvergensi media penyiaran dengan internet menciptakan *global audience*, dalam konteks ini apa yang sudah dilakukan Suara Surabaya Media melalui SS.net membuktikan akan hal ini. Hal ini diperkuat dengan penjelasan yang diberikan oleh informan, bahwa untuk mengetahui berita-berita seputar Surabaya dan Jawa Timur terkini bisa mengaksesnya tanpa harus berada di satu tempat tertentu. Dimana pun dan kapan pun mereka berada bisa mendapatkan informasi terbaru.

Rubrik Berita Terkini menjadi pilihan informan untuk selalu diakses karena peristiwa atau isu-isu mutakhir menyangkut berita peristiwa politik, ekonomi bisnis, olahraga sampai teknologi diberitakan, baik secara nasional maupun internasional. Sehingga *users* memandang rubrik ini mampu memenuhi kognisi pengetahuan yang aktual dengan cepat dan mudah. Ditambah lagi, penetrasi media cetak harian pagi Ibu Kota sampai ke daerah diterima sore hari, seperti yang dirasakan salah satu informan yang berdomisili di Duri, Riau. Informan ini sangat jarang membaca surat kabar ibu kota, karena surat kabar pagi datang sore hari.

Se sedangkan Rubrik Kelana Kota menjadi pilihan informan untuk diakses karena rubrik ini merupakan *core* program Suara Surabaya, yang juga didokumentasikan dalam bentuk *WebNews*, berisi muatan lokal, nasional dan internasional yang mempunyai dampak terhadap perilaku sosial bisnis ekonomi dan politik di Surabaya dan Jawa Timur. Mereka memilih rubrik tersebut, karena isu lokalitas berita (Surabaya dan Jatim) sangat menonjol dalam pemberitaannya, dibandingkan dengan media online lainnya. Apalagi disertai gambar (foto), suara (radio online dan *audio on demand*) dan video (*video on demand*), sehingga menimbulkan daya tarik tersendiri.

Sementara bagi informan yang pernah tinggal di luar negeri (Glasgow, Inggris) karena tugas belajar mengaku jauh dari sanak keluarga tentunya sangat merindukan berita tentang tanah air. Maka untuk memenuhi informasi seputar tanah air ia mengakses media online seperti BBC, Detik.com, Kompas.com, dan SuaraSurabaya.net (SS.net). Yang terakhir ia pilih karena dapat mengikuti Berita Terkini tentang tanah air dan mendengarkan Radio Online SS yang bisa diakses dari komputer.

Se sedangkan menurut informan yang telah berdomisili tetap di luar negeri satu orang menetap di Sydney, Australia, sejak 2002 dan satu orang menetap di Massachusetts, USA sejak 2001, dengan mengakses SS.net mampu memberikan kesan dan pengalaman tersendiri saat mana mereka sudah domisili di luar negeri tetapi seolah-olah berada di Surabaya.

Wawancara dengan para informan memfokuskan pada isi (rubrik) website SS.net dan pemaknaan (*reception*) mereka. Rubriknya seperti dibawah ini

Tabel Intensitas Users dalam Mengakses SS.net

)	Informan													
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14
Kelana Kota/ Potret Kelana Kota	S	SS	SS			J		S			SS	SS	J	S
Berita Terkini			SS				J	S		S	SS	SS	J	S
Politik								S		S				
Agenda Kota														
Ekonomi Bisnis					SS			S		S				
Iklan Anda														
Olah Raga							J							
Suara <i>Netter</i>														
Pernik Khatulistiwa														
Forum Diskusi Online														

Info Wisata										
Info Sinema										
Info Teknologi					J					
Soerabaja Tempo Doeloe		S			S					T
Komunitas PDA										
Resensi Buku										
Konsultasi Kesehatan										
Radion Online	S	SS	S			S	S	S	SS	J T
			S							
Radio on Demand										
Video on Demand			S		J					
Kurs USD			S			S				
			S							
Cuaca Surabaya	S		S							
			S							

Keterangan : intensitas *users* dalam mengakses situs SS.net

- Selalu (satu kali sehari, ±30 menit); (SS)
- Sering (dua-tiga kali seminggu, atau satu bulan enam kali); (S)
- Jarang (satu bulan sekali); (J)
- Tergantung kebutuhan; (T)

Melalui rubrik yang terdapat di *website* tersebut, *users* mampu memaknai dan memahami mengapa mereka mengakses rubrik tertentu. Dalam konteks ini, informan sebagai *users* umumnya tertarik mengakses Kelana Kota karena untuk mengetahui perkembangan atau informasi-informasi situasi dan kondisi kota Surabaya. Di Radio SS100 FM program ini merupakan *news* untuk masyarakat "dewasa, intelektual, peduli dan berkepribadian" sudah tidak asing bagi pendengar setia, yaitu merupakan *core* program Suara Surabaya dengan model jurnalisme interaktif dengan strategi *open format*.

Rubrik Soerabaja Tempo Doeloe diakses informan karena dengan melihat gambar-gambar Soerabaja Tempo Doeloe, baik berupa bangunan, suasana kota, jalan, dan transportasi informan merasa terkenang pada era tahun 1920-an sampai 1960-an. Rubrik Ekonomi Bisnis dipilih karena profesi informan sebagai wiraswasta merasa sangat perlu mengikuti berita seputar kegiatan ekonomi dan bisnis di Surabaya dan sekitarnya. Rubrik Politik dipilih karena informan ingin mengetahui berita politik terkini. Rubrik Informasi Kurs USD dipilih karena untuk mencari data kurs mata uang dolar (*USD*) dengan tepat, karena rujukan SS.net dalam kurs mata uang menurut informan sama dengan informasi dari bank dan bursa efek, sehingga tidak diragukan lagi. Rubrik Info Teknologi dipilih karena informan membutuhkan

wawasan pengetahuan tentang teknologi informasi. Rubrik Cuaca Surabaya dipilih karena untuk mengetahui situasi cuaca Surabaya 'hari ini' agar aktivitas pekerjaan tidak terganggu.

Dari temuan penelitian, kelompok pertama sebagai *existingnetter* yaitu informan yang memiliki intensitas dalam mengakses situs SS.net setiap hari (satu kali sehari, ±30 menit) dan sering (dua-tiga kali seminggu, atau satu bulan enam kali) mengetahui dan memaknai media Suara Surabaya.net (www.suarasurabaya.net) selama penelitian berlangsung sebenarnya tidak lepas dari atribut mereka sebagai pendengar aktif Radio Suara Surabaya (Radio SS 100 FM) sebagai radionya masyarakat Dewasa, Intelektual, Peduli dan Berkepribadian. Artinya, citra dan keberadaan Radio SS sudah terlebih dahulu ada di benak para pengakses, karena terdapat informan yang pernah menjadi informan *talkshow* di radio ini. Sehingga keberadaan media Suara Surabaya.net bagi mereka dimaknai bisa sebagai media komplementer, untuk melengkapi informasi ketika apa yang di siarkan (berita/ informasi) di Radio SS100 FM kurang detail dan hanya sekilas, maka mereka mengakses SS.net karena **mudah, murah (tidak berlangganan), informatif, fleksibel** (bisa diakses dimana pun, kapan pun), **praktis, cepat (realtime), menarik** karena sifatnya yang *multimedia* menggabungkan *audio, visual* dan *video* serta bisa menjadi jembatan ke dunia global dan bisa sebagai **gudang data (database)** informasi. Terutama menyangkut informasi Surabaya dan Jawa Timur.

Kelompok kedua adalah para informan yang masuk dalam *target market* SS.net yang memiliki intensitas mengakses SS.net dengan kategori jarang (satu bulan sekali) dan pernah (tergantung kebutuhan) bisa dijadikan acuan untuk mencari model jurnalisme online diperoleh wacana, bahwa media SS.net sudah sesuai dengan tuntutan jaman.

e. Model Interaktivitas : *Interactive Media Users*

Nilai interaktivitas SS.net yang diperoleh *users* disamping dari *hyperlinks*, juga pengalaman masa lalu, *bookmark* situs SS.net untuk memudahkan mengingat, adanya nilai guna, *search engines* SS.net yang memudahkan pengguna, dan adanya mekanisme *feedback* yang memberikan kesempatan *users* untuk berhubungan dengan redaksi, maupun *users* lain. Sehingga diantara mereka dapat saling merespon secara *users to users* yaitu individu berinteraksi dengan individu lain dalam diskusi online, sifatnya lebih *de-massified* – personal (meniadakan hal-hal yang bersifat massa). Sedangkan respon *users to documents* adalah individu mengakses rubrik *news, article, archive, searching*, foto, dan sebagainya. Berita bisa di *frame* dan diatur ke dalam format yang diinginkan *users*, tidak lagi menunggu jadwal waktu terbit media (periodisasi waktu terbit). Terdapat keleluasaan *users* dalam mengakses informasi yang dibutuhkan. Sementara *users to computer* (transaksi

online) adalah interaksi dengan *users* dengan komputer itu sendiri. Lebih jelasnya bisa dilihat dalam kategorisasi di bawah ini.

Tabel Kategorisasi Interaktivitas dalam Situs Suara Surabaya.net

Rul rik	Interaktivitas	Rul rik	Interaktivitas
Kelana Kota	<i>User to document</i>	Berita Terkini	<i>User to document</i>
Potret Kelana Kota	<i>User to document</i>	Agenda Kota	<i>User to document</i>
Politik	<i>User to document</i>	Iklan Anda (<i>members</i>)	<i>User to document</i>
Ekonomi Bisnis	<i>User to document</i>	Online polls	<i>User to document</i>
Olah Raga	<i>User to document</i>	Suara Netter (<i>members</i>)	<i>User to user</i>
Pernik Khatulistiwa	<i>User to document</i>	Forum Diskusi Online (<i>members</i>)	<i>User to user</i>
Info Wisata	<i>User to document</i>	Info Sinema	<i>User to document</i>
Info Teknologi	<i>User to document</i>	Soerabaja Tempo Doeloe	<i>User to document</i>
Komunitas PDA	<i>User to document</i>	Resensi Buku	<i>User to document</i>
Konsultasi Kesehatan	<i>User to document</i>	Radio Online (internet)	<i>User to document</i>
Cuaca Surabaya	<i>User to document</i>	Radio on Demand	<i>User to document</i>
Kurs USD	<i>User to document</i>	Video on Demand	<i>User to document</i>
<i>Search Engine</i>	<i>User to document</i>	Kuliner	<i>User to document</i>

Penerimaan interaktivitas menurut informan tidak terlepas dari aktivitas internet yang ia lakukan. Sebagai *heavy users*, yang bisa dikategorikan seseorang akses internet lebih 4 (empat) jam per hari, biasanya *surfing* informasi dan sesekali melakukan diskusi online dengan pengelola dan pengakses lain di website SS.net.

Menurut Blumer (dalam Jensen, 2002: 52) makna diperoleh dari hasil interaksi dengan orang lain, dan makna ditransformasikan lebih jauh

melalui sebuah proses interpretasi selama berinteraksi. Interaksi dalam media online juga terjadi manakala individu berinteraksi (saling merespon) dengan sesamanya melalui simbol-simbol yang bermakna dan dimengerti oleh peserta diskusi online. Sehingga apa yang dilakukan *user* dalam rubrik diskusi maya SS.net sebenarnya merupakan sebuah tradisi dari komunikasi tradisional yang dimediasi oleh jaringan komputer (*Computer-Mediated Communication/ CMC*) yang terhubung satu sama lain. Bentuk dari CMC bisa berupa *e-mail*, *newsletter* dari redaksi ke *users*, suara *netter*, dan menjadi peserta forum diskusi online.

f. Pencitraan dan Global Brand

Menurut para informan media online lebih informatif, cepat dalam memberitakan sesuatu, netral dan murah karena tidak harus berlangganan. Disamping itu, dengan mendengarkan radio online, batasan geografis menjadi 'hilang', walaupun tinggal di luar negeri. Mereka senang bisa menikmati dan mengikuti berita daerahnya sendiri secara *realtime*, beberapa diantaranya karena masih memegang ikatan emosional (kerinduan) dengan kota kelahirannya.

Globalisasi industri komunikasi yang selama ini terjadi dari negara maju ke negara berkembang membawa beberapa konsekuensi. Misalnya, terjadi apa yang disebutnya *imperealisme budaya*, seperti dilakukan oleh industri perfilman Hollywood, perusahaan elektronik Sony Jepang Samsung Korea, Siemens Jerman, perusahaan penyiaran dunia seperti CNN, *World Wide Television News*, dan Reuters (*news agency*). Tunstall dan Palmer (dalam Street, 2001:173) mencatat bahwa Reuters telah menjadi distributor layanan informasi melalui komputer dengan 81 negara, dan ditahun 1998 ekspansi bisnis beritanya telah mencapai lebih 260 klien media penyiaran di 85 negara.

Fenomena timpangnya arus informasi tersebut tertandingi setelah hadirnya internet, yang mampu membuka isolasi dunia yang terpinggirkan. Internet telah menjadi fenomena utama yang membawa pengaruh dan perubahan komunikasi global melalui dampaknya yang dramatis dalam dunia industri media, yang juga dirasakan oleh informan dengan menjadi pendengar setia radio online SS.net. Sehingga benar pernyataan Manuel Castells bahwa, "*we live, not in global village, but in 'customized cottages globally produced and locally distributed'*". Dunia global hanyalah bentuk kehidupan yang memberi ruang untuk bergabungnya bagian-bagian lokal. Sehingga kemudian berkembang pemikiran mengenai dunia *glokal*, yaitu *global-lokal*, dunia yang menyatukan antara kehidupan global dan kehidupan lokal dalam ruang dan waktu yang sama (Bungin. 2001: 207).

Kesimpulan

Media konvensional di era internet dituntut untuk melakukan perubahan atau membuat inovasi untuk pendengarnya, karena pengakses menjadi lebih bebas (prinsip egaliter), mengglobal jangkauannya, dan tidak bisa dibatasi lagi oleh dimensi ruang dan waktu. Khalayak media menjadi lintas bangsa, negara, wilayah dan berbicara global. Ini tidak lepas dari peran *information technology* melalui teknologi konvergensi multimedia dan internet, yang akhirnya menyebabkan percepatan diseminasi arus informasi. Sehingga pada akhirnya manusia tidak saja hidup di perkampungan global, tetapi mampu memproduksi materi lokal (karakteristik *pull* dalam media online) untuk disebarluaskan secara global.

Media konvensional akan semakin kalah populer dengan media online di masa depan. Karena masa depan adalah era telematika (gabungan telekomunikasi dan informatika), yang memberikan posisi khalayak sebagai pihak yang memiliki kekuatan dalam menciptakan makna secara bebas (prinsip egaliter) dan bertindak atau berperilaku sesuai dengan makna yang mereka ciptakan atas teks media. Disamping itu, media online mampu meruntuhkan konsep lama media tentang khalayak yang bersifat massa bergeser menjadi khalayak lebih personal atau kepada *media interactive users*. Di sinilah individu melakukan perannya sebagai bagian dari sebuah *interpretive community* yang secara aktif melakukan persepsi dengan interpretasi dan membangun *image* dari pesan yang mereka terima ketika bersentuhan dengan media online.

Daftar Pustaka

- Abrar, Ana Nadhya. 2003. *Teknologi Komunikasi, Perspektif Ilmu Komunikasi*. Yogyakarta : LESFI
- Baran, Stanley J. 2003. *Mass Communication Theory; Foundations, Ferment, and Future*, 3rd edition. Belmont, CA : Thomson
- Bungin, Burhan. 2001. *Imaji Media Massa, Konstruksi dan Makna Realitas Sosial Iklan Televisi dalam Masyarakat Kapitalistik*. Yogyakarta : Jendela.
- Craig, Richard. 2005. *Online Journalism; Reporting, Writing and Editing for New Media*: Thomson
- Dijk, Jan Van. 2004. *The SAGE Handbook of Media Studies*. Editor-in-Chief, John D.H. Downing. Associate Editors; Dennis McQuail, Philip Schlesinger, Ellen Wartella. California : SAGE
- Folkerts, Jean. 2004. *The Media in Your Life*, Third Edition. Boston: Pearson Educations, Inc.

- Featherstone, Mike., Lash, Scott dan Robertson, Roland.,1995. *Global Modernities*. London: Sage Publications, Ltd.
- Iriantara, Yosol. 2005. *Media Relations*. Bandung : PT. Remaja Rosdakarya
- Jensen, Klaus Bruhn. 2002. *A Handbook of Media and Communication Research, Qualitative and Quantitative Methodologies*. London : Routledge
- Jensen, Klaus Bruhn. 2003. *A Handbook of Qualitative Methodologies for Mass Communication Research*. London : Routledge
- Littlejohn, Stephen W. 2002. *Theories of Human Communication*. London : Wadsworth Publishing Company
- Lorimer, Rowland. 1994. *Mass Communications : A Comparative Introduction*. Manchester, UK: Manchester University Press.
- McLuhan, Marshall. 1999. *Understanding Media; The Extension of Man*. London : Routledge, halaman 7.
- McQuail's, Denis. 2001. *Mass Communication Theory*. London. 4th edition: SAGE Publications, Inc.
- McQuail, Denis. 1997. *Audience Analysis*. London. SAGE Publications, Inc.
- Muslimin, Totok., dan Djuroto. 2002. *Teknik Mencari dan Menulis Berita*. Semarang: Dahara Prize, Effhar Offset.
- Neuman, W. Lawrence. 2000. *Social Research Methods: Qualitative and Quantitative Approaches*. Needham Height MA : Allyn & Bacon.
- Oetama, Jacob. 2001. *Pers Indonesia Berkomunikasi dalam Masyarakat Tidak Tulus*: Percetakan PT. Gramedia. Jakarta, Oktober.
- Pavlik, John V. 2001. *Journalism and New Media*. New York : Columbia University Press.
- Rahmat, Jalaludin. 2002. *Metode Penelitian Komunikasi*. Bandung: PT.Remaja Rosdakarya.
- Rahardjo, Turnomo. 2005. *Menghargai Perbedaan Kultural, Mindfulness dalam Komunikasi Antaretnis*. Yogyakarta : Pustaka Pelajar
- Rogers, Everett M. 1986. *Communication Technology, The New Media In Society*. London : The Free Press. Collier Macmillan Publishers.
- Santana K, Septiawan. 2005. *Jurnalisme Kontemporer*. Jakarta : Yayasan Obor Indonesia.

Undang-Undang dan Peraturan Pemerintah Republik Indonesia

Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 36 Tahun 1999 tentang Telekomunikasi

Peraturan Pemerintah Republik Indonesia Nomor 52 Tahun 2000 tentang Penyelenggaraan Telekomunikasi.

Landow, George; *The Definition of Hypertext and Its History as a Concept*,
<http://www.the-core.nus.edu.sg/landow/cpace/ht/jhup/history.html#1>,
diakses 14 Pebruari 2005

Online News Association [ONA], *Digital Journalism Credibility Study*,
<http://www.journalists.org/Programs/Study.htm>, diakses 7 Pebruari
2002.

Website: <http://www.suarasurabaya.net>, diakses 6 September 2005