

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Kajian Teoritis

2.1.1 Pengertian Komunikasi

Menurut Ruliana (2014: 2), istilah komunikasi berasal dari Bahasa Inggris yaitu communication yang berasal dari kata Latin, communication dan bersumber dari kata communis yang berarti sama. Sama di sini maksudnya adalah sama makna. Sama makna berarti membuat kebersamaan atau membangun kebersamaan antara dua orang atau lebih. Secara sederhana komunikasi dapat terjadi apabila ada kesamaan antara penyampaian pesan dan orang yang menerima pesan baik secara verbal dan nonverbal.

Komunikasi adalah suatu proses penyampaian informasi (pesan, ide, gagasan) dari satu pihak kepada pihak lain agar terjadi saling mempengaruhi di antara keduanya. Pada umumnya, komunikasi dilakukan secara lisan atau verbal yang dapat dimengerti oleh kedua belah pihak. Apabila tidak ada bahasa verbal yang dapat dimengerti oleh keduanya, komunikasi masih dapat dilakukan dengan menggunakan gerak-gerik badan, menunjukkan sikap tertentu, misalnya tersenyum, menggelengkan

kepala, atau mengangkat bahu. Cara seperti ini disebut komunikasi dengan bahasa nonverbal (Hermawan, 2012: 4).

Komunikasi merupakan kegiatan yang tidak pernah lepas dari kehidupan manusia. Ketika manusia sendirian atau bersama dengan orang lain manusia selalu melakukan kegiatan komunikasi. Artinya manusia selalu terlibat dalam kegiatan menyampaikan pesan dan menerjemahkan pesan. Hal ini dapat berlangsung secara disadari atau tidak disadari (Umar, 2011: 1).

Keith Davis mengemukakan komunikasi adalah pemindahan pengertian dari satu orang kepada orang lain. Sedangkan T. Hani Handoko mengatakan bahwa komunikasi adalah proses pemindahan pengertian dalam bentuk gagasan atau informasi dari seseorang kepada orang lain. Menurut Hani Handoko perpindahan pengertian tersebut tidak hanya melibatkan sekedar kata-kata, melainkan juga mimik wajah, intonasi, titik putus suara atau vokal, dan sebagainya (Umar, 2011: 2).

Komunikasi secara umum dapat diartikan sebagai proses penyampaian informasi dari komunikator kepada komunikan dengan menggunakan media dan cara penyampaian, sehingga informasi dapat yang dipahami oleh kedua pihak, serta saling memiliki kesamaan arti lewat transmisi pesan secara simvoli (Brantas, 2009: 160). Dari pengertian tersebut, sesuai dengan penelitian yang dilakukan penulis bahwa komunikasi adalah kegiatan berinteraksi yang dilakukan antara komunikator dengan komunikan dengan mengharapkan bahwa komunikan tersebut mengerti dengan pesan yang diberikan komunikator. Kegiatan komunikasi merupakan kegiatan yang dilakukan dalam kehidupan sehari-hari. Manusia tidak akan bisa hidup tanpa ada

komunikasi. Dalam penelitian ini kegiatan berkomunikasi menjadi dasar yang dilakukan oleh pegawai PT Atech Electronics Indonesia, karena pegawai perusahaan ini juga merupakan manusia yang melakukan kegiatan komunikasi.

2.1.2 Pengertian Media Massa

Dalam era informasi sekarang ini, atau yang sering disebut Everett Rogers dengan era komunikasi interaktif (*interactive communication*), media massa mempunyai peranan yang sangat besar dalam kehidupan. Transfer pengetahuan (*transfer of knowledge*), tranfer informasi, bahkan komunikasi dapat dilakukan dengan menggunakan media massa (Ruliana, 2012: 21). Media massa yang dipahami dalam konteks media cetak (surat kabar, majalah maupun tabloid), media elektronik (televisi dan radio), serta media baru (intenet dan media sosial lainnya seperti *friendster* dan *facebook*) merupakan media yang tidak asing bagi masyarakat kita. Bisa dikatakan media massa yang disebutkan tersebut merupakan media yang sangat familiar bagi masyarakat kita dan menjadi kebutuhan (Ruliana, 2012: 21-22).

Penelitian ini mengenai tentang pemanfaatan media internet yang termaksud ke dalam media baru dari media massa. Media internet merupakan wahana komunikasi atau wadah komunikasi untuk mendapatkan informasi yang diperlukan oleh pegawai. Oleh karena itu penulis mengambil beberapa pengertian dari buku-buku yang mendukung seperti di atas, agar sebagai pedoman bahwa penelitian ini memiliki acuan dalam mencari hasil yang diharapkan.

2.1.3 Media Internet

Internet pada dasarnya merupakan sebuah media yang digunakan untuk mengefesiensikan sebuah proses komunikasi yang disambungkan dengan berbagai aplikasi, seperti *Web, VoIP, E-mail*. Internet merupakan sebuah jaringan komputer yang saat ini berkembang pesat dari berbagai macam kepentingan bisnis, pendidikan, hingga ke dalam jaringan pemerintahan yang dapat saling berhubungan satu sama lain, dimana dengan jumlah penggunanya bisa berkembang melebihi dari 200 negara (Fitri, 2005: 15).

Fadli dalam jurnal (Sujoko, 2013: 73) mengatakan bahwa internet adalah jaringan komputer yang saling terhubung ke seluruh dunia tanpa mengenal batas teritorial, hukum dan budaya. Dalam jurnal (Sujoko, 2013: 73), internet adalah jaringan informasi komputer mancanegara yang berkembang sangat pesat dan pada saat ini dapat dikatakan sebagai jaringan informasi terbesar di dunia, sehingga sangat pesat dan pada saat ini dapat dikatakan sebagai jaringan informasi terbesar di dunia, sehingga sudah seharusnya para profesional mengenal manfaat apa yang dapat diperoleh melalui jaringan ini.

Pada dasarnya, apabila melihat dari pendapat tokoh dan beberapa komunitas diatas mengenai internet, ada beberapa hal yang bisa disimpulkan mengenai pengertian internet, yaitu :

- Internet merupakan kependekan dari *interconnection network*, atau juga sering disamakan dengan istilah *international network*.
- Internet adalah salah satu jaringan terbesar, yang seringkali dipandang sebagai sebuah pusat dari berkembangnya informasi.
- Internet bekerja dengan cara menghubungkan seluruh komputer di dunia, ke dalam satu jaringan, sehingga dapat saling berkomunikasi satu sama lain.

Dalam hubungan antar jaringannya, internet membutuhkan sebuah *protocol*, agar bisa menerima dan juga mengirim informasi, yaitu *TCP/IP*, (sumber: 24 Pengertian Internet menurut Para Ahli). Internet bukanlah satu *network*, tetapi merupakan sekumpulan *network* yang berkomunikasi satu dengan lainnya melalui *gateway*. *Gateway* (atau beberapa pakar *network* sering menyebut pula dengan istilah *router*) adalah suatu sistem yang melakukan fungsi *relay antarnetwork* (Amperiyanto, 2003: 7).

Internet merupakan tempat terhubungnya berbagai mesin komputer yang mengolah informasi di dunia ini, baik berupa *server*, komputer pribadi, *handphone*, komputer genggam, PDA dan lain sebagainya. Masing-masing mesin ini bekerja sesuai dengan fungsinya, baik sebagai penyedia layanan yang biasa disebut dengan *client*. Berbagai jenis komputer yang jumlahnya mencapai jutaan, terhubung melalui jaringan yang disebut dengan internet ini (Febrian, 2008: 2). Sesuai dengan penelitian yang penulis lakukan, media internet merupakan penghubung para pegawai untuk mencari informasi yang dibutuhkan. Maka dari itu, penulis menambahkan beberapa

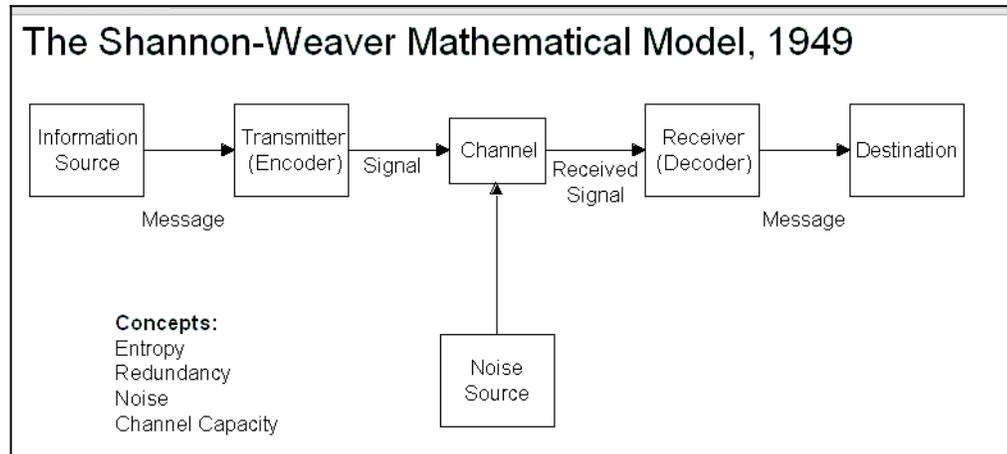
pengertian mengenai media internet untuk acuan penulis dalam melakukan penelitian ini. Penulis merasa bahwa perlu adanya pengertian media internet yang lebih mendalam supaya penelitian ini bisa berjalan dengan baik. Media internet merupakan media penghubung atau salah satu saluran komunikasi yang bisa dipilih oleh pengguna.

2.1.4 Teori Informasi Komunikasi

Dalam menggunakan media internet, seringkali terjadi hal-hal yang tidak diinginkan. Faktanya bahwa setiap kegiatan komunikasi diharapkan bahwa penerima pesan mengerti apa yang disampaikan pengirim pesan. Begitu juga dengan penggunaan media internet. Saat pengguna menggunakan media internet, diharapkan pengguna tersebut mengerti dan paham apa yang dimaksud dengan informasi yang diberikan oleh media internet tersebut. Dalam mencari data dengan menggunakan media internet ini, seringkali terjadi adanya hambatan, salah satunya adalah jaringan yang lelet. Penelitian ini dilakukan untuk meneliti kepada para pegawai yang menggunakan internet. Oleh karena itu diperlukan adanya model komunikasi yang sesuai dengan penelitian ini.

Salah satu model awal komunikasi dikemukakan Claude Shannon dan Warren Weaver dalam buku *The Mathematical Theory of Communication*. Model ini menjelaskan bahwa komunikasi merupakan informasi sebagai pesan ditransmisikan

dalam bentuk pesan kepada penerima (*receiver*) untuk mencapai tujuan komunikasi tertentu yang dalam prosesnya memiliki kemungkinan terjadinya *noise* atau gangguan.



Gambar 2.1 *The Shannon-Weaver Mathematical Model*

Model Shannon dan Weaver ini menyoroti problem penyampaian pesan berdasarkan tingkat kecermatannya. Model itu melukiskan suatu sumber yang menyandi atau menciptakan pesan dan menyampaikannya melalui suatu saluran kepada seorang penerima yang menyandi balik atau mencipta ulang pesan tersebut. Dengan kata lain, model Shannon dan Weaver mengasumsikan bahwa sumber informasi menghasilkan pesan untuk dikomunikasikan dari seperangkat pesan yang dimungkinkan. Pemancar (*transmitter*) mengubah pesan menjadi sinyal yang sesuai dengan saluran yang digunakan. Saluran (*channel*) adalah medium yang mengirimkan sinyal (tanda) dari transmitter ke penerima (*receiver*). Dalam percakapan, sumber informasi ini adalah otak, transmitternya adalah mekanisme suara yang menghasilkan

sinyal (kata-kata terucapkan), yang ditransmisikan lewat udara (sebagai saluran). Penerima (*receiver*), yakni mekanisme pendengaran, melakukan operasi sebaliknya yang dilakukan transmitter dengan merekonstruksi dari sinyal, sasaran (*destination*) adalah (otak) orang yang tujuan pesan itu. Model Shannon dan Weaver dapat diterapkan kepada konteks-konteks komunikasi lainnya seperti komunikasi antarpribadi, komunikasi publik atau komunikasi massa. Sayangnya model ini juga memberikan gambaran yang parsial mengenai proses komunikasi. Komunikasi dipandang sebagai fenomena statis dan satu arah dan juga tidak ada konsep umpan balik atau transaksi yang terjadi dalam penyandian dan penyandian balik dalam model tersebut (Mulyana, 2015: 143-150).

2.1.5 Proses Komunikasi

Proses komunikasi adalah setiap langkah mulai dari saat menciptakan informasi sampai dipahami oleh komunikan. Komunikasi adalah sebuah proses, sebuah kegiatan yang berlangsung kontinu (Suprpto, 2011: 11). Penelitian ini juga merupakan sebuah kegiatan komunikasi yang memerlukan proses disetiap kegiatannya berlangsung. Untuk itu, penulis juga memasukan beberapa teori tentang proses komunikasi yang terdiri dari: (1) ide, (2) encoding, (3) pengiriman, (4) decoding, (5) balikan. Berikut ini merupakan pengertian dari proses komunikasi tersebut, yaitu:

Dalam aplikasinya, langkah-langkah dalam proses komunikasi adalah sebagai berikut:

1. Ide

Langkah pertama, ide/ gagasan diciptakan oleh sumber/ komunikator.

2. *Encoding*

Langkah kedua, ide yang diciptakan tersebut kemudian dialih bentuk menjadi lambang-lambang komunikasi yang mempunyai makna dan dapat dikirimkan.

3. Pengiriman

Langkah ketiga, pesan yang telah di-*encoding* tersebut selanjutnya dikirimkan melalui saluran/ media yang sesuai karakteristik lambang-lambang komunikasi ditujukan komunikan.

4. *Decoding*

Langkah keempat, penerima menafsirkan isi pesan sesuai dengan persepsinya untuk mengartikan maksud pesan tersebut.

5. Balikan

Langkah kelima, apabila pesan tersebut telah berhasil didecoding, khalayak akan mengirim kembali pesan tersebut ke komunikator.

Komunikasi yang efektif adalah hasil dari pemahaman bersama antara komunikator dan penerima. Sebenarnya komunikasi (*communication*) berasal dari kata latin (*communis*), artinya sama (*common*). Komunikator berusaha menetapkan sesuatu kesamaan (*commonness*) dengan penerima. Jadi kita dapat mendefinisikan komunikasi sebagai penyampaian informasi dan pengertian dengan menggunakan

tanda-tanda yang sama. Tanda-tanda yang sama (*common symbol*) mungkin bersifat lisan atau bukan-lisan (Brantas, 2009: 162).

2.1.6 Efek Media Massa

Penelitian ini menggunakan pemanfaatan media internet, media internet merupakan salah satu media massa, yaitu kategori media baru. Dalam pemanfaatan media baru ini, pasti terdapat efek yang diberikan oleh media baru ini, untuk itu penulis memberikan beberapa efek media massa dari beberapa sumber buku yang berbeda. Berikut ini yang merupakan efek dari komunikasi massa (Lamintang, 2013: 10-11), yaitu:

1. Efek komunikasi merupakan suatu perubahan yang terjadi di dalam diri penerima, karena menerima pesan-pesan komunikasi dari suatu sumber. Perubahan ini meliputi perubahan pengetahuan, sikap dan perilaku nyata.
2. Komunikasi dikatakan efektif apabila ia menghasilkan efek-efek atau perubahan-perubahan sebagai yang diharapkan oleh sumber, seperti pengetahuan, sikap, perilaku, atau ketiganya. Perubahan-perubahan di pihak penerima ini diketahui dari tanggapan yang diberikan penerima sebagai umpan balik.
3. Kita ingin mengetahui bagaimana komunikasi itu mendapat efek. Pengirim pesan ingin mengetahui efek dari suatu jenis komunikasi atas seseorang, atau sekelompok orang. Untuk suatu isi pesan yang dikomunikasikan, kita ingin mengetahui dan meramalkan apa yang akan timbul pada diri penerima pesan.

4. Umpan balik merupakan unsur yang penting dengan adanya umpan balik kita dapat mengetahui apakah komunikasi yang kita lakukan itu berhasil atau tidaknya dan bagaimana menghasilkan efek yang kita harapkan atau tidaknya.

Sedangkan menurut Keith R. Stamm dan John E. Bowes (1990) menyatakan bahwa ada dua jenis efek yaitu (Lamintang, 2013: 11):

1. Efek primer, meliputi terpaan, perhatian dan pemahaman.

Efek sekunder meliputi perubahan tingkat kognitif (perubahan pengetahuan dan sikap) dan perubahan perilaku (menerima dan memilih).

Faktanya terdapat beberapa efek pesan media massa (Ardianto, 2007: 52-53), yaitu:

1. Efek Kognitif

Efek kognitif adalah akibat yang timbul pada diri komunikan yang sifatnya informatif bagi dirinya sendiri.

2. Efek Afektif

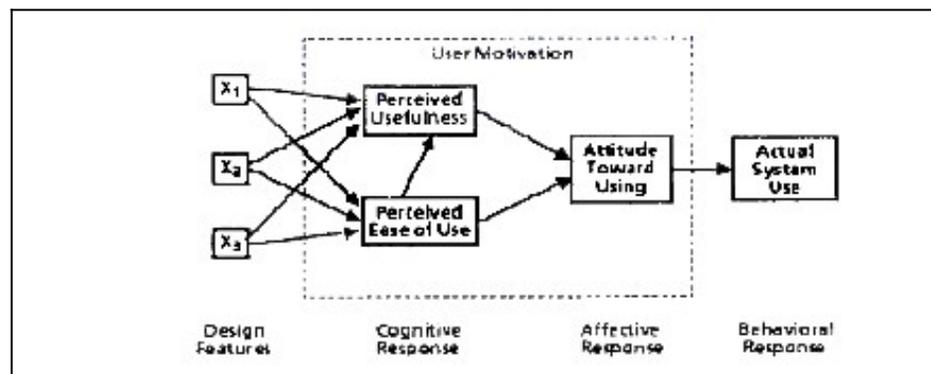
Tujuan dari komunikasi massa bukan sekadar memberitahu khalayak tentang sesuatu, tetapi lebih dari itu, khalayak diharapkan dapat turut merasakan perasaan iba, terharu, sedih, gembira, marah, dan sebagainya.

3. Efek Behavioral

Efek behavioral merupakan akibat yang timbul pada diri khalayak dalam bentuk perilaku, tindakan atau kegiatan.

2.1.7 Teori Analisa TAM (*Technology Acceptance Model*)

Penelitian ini menggunakan teori analisa dari Fred D. Davis. *Technology Acceptance Model (TAM)* merupakan nama dari teori tersebut. Pada tahun 1986 teori ini digunakan untuk menganalisis dan memahami faktor-faktor yang mempengaruhi diterimanya penggunaan teknologi informasi. Menurut Davis dalam penelitian Yudi dan Tambutoh (2014:9), ada dua hal dalam menentukan sikap dan arah penggunaan sistem informasi, yaitu persepsi pengguna terhadap manfaat (*perceived usefulness*) dan persepsi pengguna terhadap penggunaan (*perceived ease of use*).



Gambar 2.2 *TAM Teory*

Seperti terlihat pada gambar dua persepsi dari *Technology Acceptance Model (TAM)* berpengaruh pada sikap dan perilaku pengguna dalam menggunakan teknologi yang berdampak pada penggunaan teknologi dalam kondisi nyata. Sedangkan faktor eksternal yang mempengaruhi konstruk TAM dapat berupa fitur dari sistem informasi yang diadopsi ataupun karakteristik pengguna dan sistem informasi. *Perceived usefulness* diartikan sebagai tingkat di mana seseorang percaya

bahwa menggunakan sistem tertentu dapat meningkatkan kinerjanya dan *perceived ease of use* diartikan sebagai tingkat dimana seseorang percaya bahwa menggunakan sistem tersebut tidak diperlukan usaha apapun (*free of effort*). *Perceived ease of use* juga berpengaruh pada *perceived usefulness* yang dapat diartikan bahwa jika seseorang merasa sistem tersebut mudah digunakan maka sistem tersebut berguna bagi mereka, (Yudi dan Tambotih, 2014: 9).

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui seperti apa yang dirasakan oleh pengguna media internet, dari perasaan tersebut menghasilkan manfaat apa yang diterima oleh pengguna dalam mengakses media internet tersebut, dan mengetahui adakah penyebab yang membuatnya merasa terhambat atau mendukung dalam penggunaannya. Teori ini menghasilkan 3 dampak yang terlihat, yaitu kognitif, afektif, dan behavioral. Oleh karena itu, penulis memilih teori ini untuk menganalisa permasalahan yang penulis kaji. Karena, pengertian dari teori ini mendukung dan membantu penulis untuk menganalisa permasalahan tersebut.

2.1.8 Manfaat Internet

Untuk menganalisa manfaat dari media internet yang digunakan pada PT Atech Electronics Indonesia, penulis mencoba memaparkan teori-teori yang penulis gunakan dalam penelitian ini agar penelitian ini tetap terarah dan mendapatkan hasil yang diinginkan sesuai dengan keinginan penulis. Menurut Supardi (2002: 5-95), menyatakan bahwa manfaat dari internet adalah sebagai berikut:

1. Browsing situs *web*

Browsing atau *surfing* merupakan suatu aktivitas melihat-lihat halaman web melalyi layanan WWW (*World Wide Web*) untuk mencari informasi tertentu.

2. Menggunakan *E-Mail*

E-mail merupakan suatu layanan yang terdapat di Internet. Dengan *E-mail* kita dapat mengirim pesan (berupa teks, gambar, musik dan video). Sebelum memakai *E-mail*, kita harus mempunyai *account* (alamat *e-mail*). Banyak situs *web* yang menyediakan alamat email gratis, misalnya www.yahoo.com, www.google.com dan lain-lain.

3. Chattingan di internet

Chat merupakan suatu layanan yang terdapat di Internet. Layanan ini semakin populer untuk berkomunikasi. Komunikasi ini dapat berupa teks, suara (*voice*) dan video.

4. Memanfaatkan mesin pencari

Mesin pencari (*search engine*) merupakan layanan di Internet untuk mencari informasi tertentu. Banyak situs yang mempunyai mesin pencari, seperti *Yahoo*, *Google*, *MSN* dan lain-lain.

5. Mendownload dari internet

Pengertian *download* secara mudah adalah mengambil *file* dari *server* ke komputer kita. *Download* merupakan salah satu layanan yang populer di internet. Data atau file yang di-*download* biasanya berupa *file* teks, foto, video, games dan lain-lain.

Sedangkan menurut Febrian (2008: 4), mengemukakan bahwa melalui internet ini, kita dapat memperbanyak arus informasi, memperpendek rentang informasi, memberikan kesempatan pada semua orang untuk punya cakrawala luas, tidak seperti katak di bawah tempurung, sehingga meningkatkan pendidikan dasar, menengah, tinggi, pertukaran informasi pekerjaan, perdagangan, membuat transparansi pemerintahan (pajak, Bank, APBN, dll). Sehingga banyak dari kita akan terhindar dari penipuan dari orang-orang yang seharusnya menyelamatkan kita serta ikut dalam pergaulan dunia yang telah dulu menggunakan internet.

Kemudian Rozi (2008: 37-42), menyatakan bahwa manfaat dari konten internet adalah:

1. Konten- Bagi Pendidik

Konten tentu akan sangat membantu pendidik dalam proses belajar mengajar. Misalnya saja untuk memberi pembelajaran secara umum atau untuk meng-update materi, tentu informasi tersebut tersedia melimpah di Internet.

2. Konten- Bagi Mahasiswa

Seperti halnya pendidik, mahasiswa menggunakan internet konten untuk tujuan pembelajaran atau membuat tugas perkuliahan, salah satunya untuk menyusun makalah.

3. Konten- Bagi Masyarakat Umum

Masyarakat dalam hal ini adalah pengguna internet konten yang tidak termasuk pengguna dalam lingkungan edukasi, ini mencakup segala macam usia dengan ragam kebutuhan.

Horrigan dalam jurnal Zaim, dkk (2015: 2) menggolongkan penggunaan internet menjadi 4 golongan/ kelompok, yaitu : *e-mail*, aktivitas kesenangan, kepentingan akan informasi dan transaksi (*e-commerce*).

2.2 Penelitian Terdahulu

2.2.1 Veronika Hevi Kurniawati. 2012. Surakarta. Jurnal Sosialitas. Perilaku Pemanfaatan Media Internet Sebagai Sumber Belajar Pada Mata Pelajaran Sosiologi Di SMA (Studi Kasus Guru Sosiologi SMA di Surakarta).

Veronika mengangkat judul perilaku pemanfaatan media internet sebagai sumber belajar pada mata pelajaran sosiologi di SMA (studi kasus guru sosiologi SMA di Surakarta), penelitian ini bertujuan untuk mengetahui perilaku dari pengguna media internet. Obyek penelitian ini adalah guru sosiologi di SMA Surakarta. Penelitian ini menggunakan metode kualitatif dengan pendekatan studi kasus. Wawancara dan observasi dilakukan dalam penelitian ini. Hasil penelitian ini adalah:

1. Internet sebagai teknologi informasi selalu memberikan informasi bagi setiap penggunanya. Guru di SMA khususnya di Kota Surakarta berasal dari berbagai macam generasi dari yang tua sampai ke guru yang muda.
2. Guru yang sudah mengajar sejak teknologi informasi belum berkembang pesat seperti sekarang, sebagian besar mengalami kesulitan. pembelajaran ceramah dengan menggunakan buku-buku teks saja.

3. Guru yang sudah mahir menggunakan komputer dan dapat memanfaatkan internet, beliau tidak hanya menggunakan internet untuk kepentingan mencari materi pelajaran dan sumber belajar saja tetapi juga untuk kepentingan pribadi guru tersebut dan untuk berkomunikasi dengan rekan sejawat maupun dengan siswa-siswinya.

2.2.2 Sujoko. 2013. Madiun. Jurnal Kebijakan dan Pengembangan Pendidikan. Pemanfaatan Teknologi Informasi dan Komunikasi sebagai Media Pembelajaran di SMP Negeri 1 Geger Madiun.

Sujoko mengangkat judul pemanfaatan teknologi informasi dan komunikasi sebagai media pembelajaran di SMP Negeri 1 Geger Madiun. Obyek penelitian ini adalah siswa dan guru di SMP Negeri 1 Geger Madiun. Suatu pendekatan kualitatif digunakan dalam penelitian ini. Peneliti sendiri menjadi instrumen utamanya. Wawancara dan observasi kepada narasumber dilakukan di dalam penelitian ini. Hasil penelitian ini adalah:

1. Pemanfaatan Teknologi Informasi dan Komunikasi (TIK) sebagai media pembelajaran cukup maksimal.
2. Kendalanya: belum semua ruang pembelajaran dilengkapi dengan perangkat komputer dan LCD adanya guru yang kurang terampil memanfaatkan TIK sebagai media pembelajaran dan belum terbiasa menulis pada *WEB* sekolah, serta belum memanfaatkan *e-mail* yang dimiliki sebagai media pembelajaran.

3. Solusinya: berusaha melengkapi setiap ruang pembelajaran dengan perangkat komputer dan LCD, memfasilitasi guru-guru untuk meningkatkan ketrampilan dalam memanfaatkan Teknologi Informasi dan Komunikasi (TIK) sebagai media pembelajaran, memfasilitasi guru untuk menulis pada *web* sekolah dan menyarankan memiliki alamat *e-mail* pribadi serta memanfaatkannya sebagai sarana media pembelajaran.

2.2.3 Muhammad Zaim, Eko Nugroho, Dwi Adhipta. 2015. Yogyakarta. Jurnal Teknologi Informasi dan Multimedia. Analisis Faktor-Faktor Pemanfaatan Internet Oleh Mahasiswa Di UII Yogyakarta.

Muhammad Zaim, dkk mengangkat judul analisis faktor-faktor pemanfaatan internet oleh mahasiswa di UII Yogyakarta. Penelitian ini bertujuan untuk melihat seperti apa faktor-faktor yang bermanfaat bagi mahasiswa di UII Yogyakarta. Obyek penelitian adalah mahasiswa di UII Yogyakarta. Metode penelitian ini adalah kuantitatif. Kuosioner menjadi instrumen penelitian dan disebarakan kepada responden. Data yang terkumpul dianalisis menggunakan rumus Taro Yamane dengan presisi yang ditetapkan sebesar 10%. Hasil penelitian menyatakan ada 8 faktor yang memungkinkan dapat mempengaruhi pemanfaatan internet di kalangan mahasiswa UII yaitu, hiburan, informasi berita, referensi jurnal, akses referensi non jurnal, komunikasi, e-commerce, pencarian beasiswa, dan pencarian informasi lowongan.

2.2.4 Slamet Erma Yudi. 2013. Salatiga. Jurnal Teknologi Informasi. Analisis Pemanfaatan Teknologi Informasi Menggunakan Pendekatan Innovation and Diffusion Theory (IDT) dan Technology Acceptance Model (TAM) pada Disdikpora Kota Salatiga.

Slamet mengangkat judul analisis pemanfaatan teknologi informasi menggunakan pendekatan innovation and diffusion theory (IDT) dan technology acceptance model (TAM) pada disdikpora kota Salatiga. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui apa saja manfaat teknologi informasi menggunakan 2 teori ini. Obyek penelitian ini adalah pegawai dinas pendidikan, pemuda dan olahraga kota Salatiga, 25 sekolah di Salatiga. Penelitian ini menggunakan metode kualitatif. Wawancara dan observasi dilakukan pada penelitian ini. Hasil dari penelitian ini adalah:

1. Adanya beberapa faktor yang masih menjadi kendala dalam mengoptimalkan peran sistem informasi pendataan diantaranya proses pendataan dilakukan atas dasar tuntutan dari pemerintah pusat.
2. Terjadinya perubahan sistem dari waktu ke waktu, infrastruktur jaringan internet yang kurang memadai.
3. Pelatihan yang masih kurang.

2.3 Kerangka Konseptual

Alasan penulis memilih judul "Analisis Pemanfaatan Media Internet Sebagai Sarana Komunikasi Pada PT Atech Electronics Indonesia", karena penulis ingin menganalisa suatu masalah yaitu kesenjangan komunikasi langsung maupun tidak langsung. Penulis ingin mengetahui penyebab dari terjadinya kesenjangan komunikasi langsung dan tidak langsung. Selain alasan tersebut, alasan yang membuat mengambil judul ini adalah karena penulis bekerja atau seorang karyawan di perusahaan tersebut, oleh karena itu penulis menampilkan objek penelitian di PT Atech Electronics Indonesia.

Masalah yang ditemukan penulis tersebut, membuat penulis memiliki beberapa asumsi mengenai manfaat dari media internet tersebut sehingga menimbulkan kesenjangan komunikasi langsung dan tidak langsung, berikut ini yang merupakan asumsi dari penulis, yaitu: Sebagai tempat mencari informasi melalui situs web, melalui search engine, menggunakan aplikasi e-mail, untuk mendownload, mengobrol di internet (chatingan), dan yang terakhir adalah untuk media promosi.

Dari masalah yang penulis telaah tersebut, penulis menggunakan teori TAM. Teori ini mencoba menganalisa apa manfaat dari dari media internet yang digunakan oleh pegawai PT Atech Electronics Indonesia, oleh karena itu penulis menggunakan teori dari Fred D. Davis yang bernama TAM (*Technology Acceptance Model*). Teori

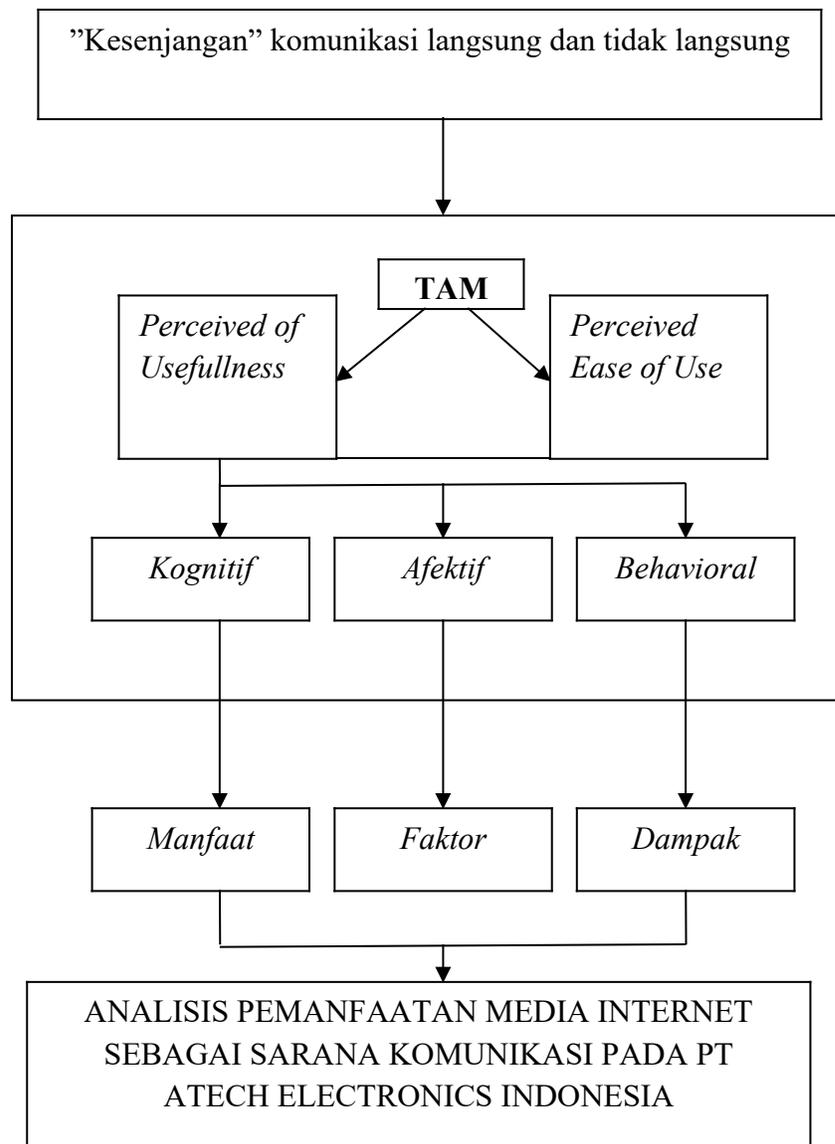
ini memiliki dua indikator yaitu *perceived of usefulness* atau persepsi dari penggunaan media tersebut dan *perceived ease of use* atau persepsi kemudahan dalam penggunaan media tersebut.

Dua indikator tersebut membantu penulis untuk menemukan tujuan penulis, yaitu menemukan manfaat dari media internet, faktor yang menghambat, serta dampak yang diberikan media internet tersebut. Penulis menggunakan 2 indikator yaitu *perceived of usefulness* yang diartikan apa yang dirasakan oleh pengguna media internet, sehingga menghasilkan manfaat seperti apa pada PT Atech Electronics Indonesia dan *perceived ease of use* yang diartikan menjadi kemudahan dalam menggunakan media internetnya untuk menjawab bagaimana pemanfaatan media internet pada PT Atech Electronics Indonesia dan apakah ada faktor lain yang menghambat dan mempermudah dalam pemanfaatan media internet tersebut?, serta dengan dua indikator tersebut apakah ada dampak perilaku yang muncul?.

Menurut penulis kata persepsi memiliki arti sebagai pandangan, pendapat, pengamatan. Dari pengertian itu penulis ingin mendapatkan hasil yang sesuai dengan apa yang diinginkan penulis. Dua indikator yang penulis ambil adalah persepsi dari penggunaan media dan persepsi kemudahan dalam penggunaan media, serta perilaku yang dihasilkan dari dua indikator tersebut.

Media yang digunakan adalah media internet yang merupakan TIK (Teknologi Informasi Komunikasi). Yang dilakukan di perusahaan tempat penulis bekerja, penulis mengambil dua indikator tersebut agar mendapatkan apa yang menjadi persepsi dari penggunaan media internet tersebut atau bahasa yang lebih sederhanya

apa pendapat dari pengguna dengan menggunakan media internet tersebut?, sedangkan indikator satunya yaitu persepsi kemudahan dalam penggunaan media, yang seperti penulis jelaskan di atas, medianya masih sama yaitu media internet, oleh karena itu penulis ingin mendapatkan apa pendapat dari pengguna media internet tentang kemudahan dalam menggunakan media internet tersebut, apakah susah atau mudah, apakah ada kendala dalam menggunakannya?. Dari penjabaran tentang konseptual penelitian yang penulis buat di atas, berikut ini yang merupakan gambar dari kerangka konseptual penelitian ini:



Gambar 2.3 Kerangka Konseptual