MAKALAH

MAILING LIST

Oleh :

Praptadi Saiputra

No : 31

Kelas : XI-IA3

SMA NEGERI 2 BOJONEGORO

**KATA PENGANTAR**

Puji syukur saya panjatkan ke hadirat Tuhan Yang Maha Esa karena hanya atas rahmat dan petunjuk-Nya saya dapat menyelesaikan penulisan karya tulis berupa makalah yang berjudul PENGGUNAAN MAILING LIST . Sumber dari makalah ini berupa buku-buku refrensi yang ditambah dengan informasi. yang didapat dari hasil wawancara terhadap penduduk setempat, browsing di internet referensi.

Dalam penulisan makalah ini pastilah ada banyak kendala yang saya temui namun saya. Berhasil menghadapinya dan menyelesaikan makalah ini tepat waktu. Akhir kata jika ada sesuatu pada khususnya kata-kata yang tidak berkenan pada hati pembaca mohon dimaklumi. Semoga makalah ini dapat bermanfaat bagi pembaca.

**BAB I   
 PENDAHULUAN**

* 1. Latar Belakang Masalah  
      **Milis** ([bahasa Inggris](http://id.wikipedia.org/wiki/Bahasa_Inggris): *mailing list*) adalah [grup](http://id.wikipedia.org/w/index.php?title=Grup&action=edit&redlink=1) diskusi di [Internet](http://id.wikipedia.org/wiki/Internet) di mana setiap orang bisa berlangganan dan berikutserta didalamnya. Anggota milis dapat membaca surat dari orang lain dan kemudian mengirimkan balasannya. Secara sederhana, milis adalah sebuah daftar alamat [surat elektronik](http://id.wikipedia.org/wiki/Surat_elektronik) yang mempunyai kesukaan/kepentingan yang sama.

Saat seseorang mengirimkan [surat](http://id.wikipedia.org/wiki/Surat) yang kemudian dikirimkan ke semua orang yang terdapat di dalam daftar, penerima pesan memiliki kebebasan untuk membalas [topik](http://id.wikipedia.org/wiki/Topik) diskusi tersebut atau tidak.

Setiap kali ada orang membalas sebuah surat, surat tersebut disalurkan ke setiap kotak surat masing masing orang yang terdapat di dalam daftar. Semua proses ini diatur oleh sebuah program yang dinamakan [Mailing List Manager](http://id.wikipedia.org/w/index.php?title=Mailing_List_Manager&action=edit&redlink=1) (MLM's) atau [Mail Servers](http://id.wikipedia.org/w/index.php?title=Mail_Servers&action=edit&redlink=1).

Berdasarkan topik [diskusi](http://id.wikipedia.org/wiki/Diskusi), **milis** ada bermacam-macam. Ada milis umum, ada milis yang membahas bidang ilmu tertentu (misalnya Teknologi Informasi), ada senarai yang membahas masalah agama, dan sebagainya.

Penyedia layanan milis yang dikenal luas antara lain adalah yahoogroups.com dan googlegroups.com.

Daftar untuk penggunaan **milis** dapat disebut sebagai daftar [distribusi](http://id.wikipedia.org/wiki/Distribusi). Dalam milis yang [legal](http://id.wikipedia.org/wiki/Legal) atau tidak bermuatan [spam](http://id.wikipedia.org/wiki/Spam), individu dapat berlangganan atau berhenti berlangganan sendiri.

1.2 Identifikasi Masalah

Diskusi dan [interaksi](http://id.wikipedia.org/wiki/Interaksi) antarmanusia dapat dilakukan melalui jaringan Internet. Salah satu media yang paling sederhana untuk melakukan diskusi adalah *e-mail* menggunakan jasa *mailing list server* yang dapat menampung ribuan orang dalam berdiskusi melalui *e-mail* sekaligus.

Pada tahun 1987-1988, ketika Internet masih belum berkembang seperti sekarang ini, sekelompok kecil mahasiswa Indonesia di [Berkeley](http://id.wikipedia.org/wiki/Berkeley,_California),[California](http://id.wikipedia.org/wiki/California), [Amerika Serikat](http://id.wikipedia.org/wiki/Amerika_Serikat) membentuk *mailing list* Indonesia yang pertamadengan alamat *e-mail***indonesians@janus.berkeley.edu**.

Berawal dari milis pertama di [Janus](http://id.wikipedia.org/wiki/Janus) diskusi-diskusi antar teman-teman mahasiswa [Indonesia](http://id.wikipedia.org/wiki/Indonesia) diluar negeri pemikiran [alternatif](http://id.wikipedia.org/wiki/Alternatif) berserta kesadaran masyarakat ditumbuhkan. Pola **milis** ini ternyata terus berkembang dari sebuah milis [legendaris](http://id.wikipedia.org/w/index.php?title=Legendaris&action=edit&redlink=1) di janus, akhirnya menjadi sangat banyak sekali milis Indonesia terutama di host oleh server di ITB & egroups.com. Milis ini akhirnya menjadi salah satu sarana yang sangat strategis dalam pembangunan komunitas di [Internet](http://id.wikipedia.org/wiki/Internet) Indonesia.

Persatuan komunitas pelajar dan mahasiswa Indonesia di luar negeri terbentuk dengan adanya fasilitas diskusi [maya](http://id.wikipedia.org/wiki/Realitas_maya) ini. Awal diskusi sangat membangun dan berjiwa nasionalis. Tema-tema yang diangkat lebih banyak mengenai [dialog](http://id.wikipedia.org/w/index.php?title=Dialog&action=edit&redlink=1) antarumat beragama.

1.3 Pembatasan Masalah dan Perumusan Masalah

Di samping *mailing list* bertema [keagamaan](http://id.wikipedia.org/wiki/Agama), juga banyak terbentuk *mailing list* Indonesia yang sifatnya keilmuan seperti:

1. **pau-mikro@ee.umanitoba.ca** – yang di kemudian hari menjadi *mailing list* awal para *hacker* ([peretas](http://id.wikipedia.org/wiki/Peretas)) Indonesia.
2. **ids@listserv.syr.edu** - jaringan kajian pembangunan Indonesia.

Dengan adanya Internet di Indonesia pada tahun 1993-1994 dan kepulangan para mahasiswa yang belajar di luar negeri ke Indonesia, *mailing list* Indonesia secara bertahap terbentuk di Indonesia. Dua buah [komputer](http://id.wikipedia.org/wiki/Komputer) [Pentium II](http://id.wikipedia.org/wiki/Pentium_II) di [Institut Teknologi Bandung](http://id.wikipedia.org/wiki/Institut_Teknologi_Bandung) (ITB) yang merupakan sumbangan Alumni Institut Teknologi Bandung telah menyumbangkan banyak jasanya untuk pembentukan awal komunitas maya Indonesia sehingga jumlahnya mencapai ratusan [mailing list](http://id.wikipedia.org/wiki/Mailing_list). Beberapa *mailing list* yang bertahan di ITB sampai hari ini adalah **itb@itb.ac.id** dan**dosen@itb.ac.id**.

Sebagian besar *mailing list* di atas telah menjadi sejarah. Keberadaan dan arsip banyak *mailing list* Indonesia di masa lalu dulu dapat dilihat di

* <http://www.umanitoba.ca/indonesian/milis.html>, atau
* <http://www.airland.com/id/komputer/milis.html>.

Pada hari ini, forum [komunitas](http://id.wikipedia.org/wiki/Komunitas) maya Indonesia lebih banyak bertumpu pada fasilitas gratis yang diberikan oleh **yahoogroups.com** yang dapat diakses di <http://groups.yahoo.com/> dan [Google](http://id.wikipedia.org/wiki/Google) pada mesin <http://groups.google.com/>. Di Indonesia jasa diskusi *mailing list*gratis dilakukan oleh mesin <http://groups.or.id/> yang diletakan di *Internet Service Provider* **CBN**.

1. Mendaftar pada [group](http://id.wikipedia.org/w/index.php?title=Group&action=edit&redlink=1) yang diminati, biasanya terdapat pada yahoogroups.com. Pada tahap ini anggota baru akan diminta mengisi[database](http://id.wikipedia.org/wiki/Database) agar [informasi](http://id.wikipedia.org/wiki/Informasi) dari semua anggota terangkum dengan rapi.
2. Mengirim [pesan](http://id.wikipedia.org/wiki/Pesan) ke milis jika ada sesuatu yang ingin disampaikan seperti info lomba, berita [kesehatan](http://id.wikipedia.org/wiki/Kesehatan), dan lain-lain. Setiap anggota milis berhak menulis apa saja di milis asalkan berita tersebut [akurat](http://id.wikipedia.org/w/index.php?title=Akurat&action=edit&redlink=1).

sangat membantu anda berlangganan dengan orang lain.

**BAB II**

**KEGUNAAN MILIS**

2.1 Kegunaan Milis

Melalui milis, dapat diketahui beragam informasi, mulai dari [lowongan](http://id.wikipedia.org/w/index.php?title=Lowongan&action=edit&redlink=1) pekerjaan, lowongan [magang](http://id.wikipedia.org/w/index.php?title=Magang&action=edit&redlink=1), hingga berita-berita terbaru mengenai suatu [isu](http://id.wikipedia.org/wiki/Isu) yang sedang hangat diperbincangkan.Milis dapat dikatakan mirip dengan [forum internet](http://id.wikipedia.org/wiki/Forum_internet) karena sama-sama merupakan situs perkumpulan suatu kelompok dengan ketertarikan yang sama. Perbedaan milis dengan forum internet terletak pada adanya [notifikasi](http://id.wikipedia.org/w/index.php?title=Notifikasi&action=edit&redlink=1) yang didapat anggota milis pada *email* mereka masing-masing. Anggota milis dapat memilih apakah ia ingin setiap tulisan terbaru di milis masuk ke dalam notifikasi *email* mereka atau tidak.

Sebuah [''mailing list''](http://id.wikipedia.org/w/index.php?title=%27%27mailing_list%27%27&action=edit&redlink=1) hanyalah merupakan daftar dari alamat [''e-mail''](http://id.wikipedia.org/w/index.php?title=%27%27e-mail%27%27&action=edit&redlink=1) orang yang tertarik pada [subjek](http://id.wikipedia.org/wiki/Subjek) yang sama, adalah anggota dari[kelompok](http://id.wikipedia.org/wiki/Kelompok) kerja yang sama, atau yang mengambil kelas bersama-sama. Ketika seorang anggota daftar mengirim catatan ke grup alamat khusus, e-mail akan disiarkan ke semua anggota daftar. Kunci keuntungan dari milis atas hal-hal seperti diskusi berbasis [web](http://id.wikipedia.org/wiki/Web) adalah bahwa sebagai pesan baru akan tersedia mereka segera disampaikan kepada para peserta ’kotak surat’.

Sebagian besar anggota milis merasa info-info dari milis tersebut hanya dapat memenuhi muatan *email* sehingga banyak yang memilih untuk tidak mendapatan notifikasi dari setiap info terbaru dari milis. Padahal, tidak semua orang sempat mengecek pembicaraan terbaru di milis sehingga notifikasi di email sebetulnya mempermudah anggota suatu **milis** agar mereka tak ketinggalan satu info pun.

2.3 Kegunaan Milis

Ada dua macam pengertian jenis milis.

1. Sebagai daftar pengumuman, di mana sebuah "mailing list" yang digunakan banyak orang sebagai penerima untuk [buletin](http://id.wikipedia.org/wiki/Buletin), majalah atau iklan. Secara tradisional, hal ini dilakukan melalui sistem [pos](http://id.wikipedia.org/wiki/Pos), tetapi dengan munculnya *e-mail*, milis elektronik menjadi populer.
2. Sebagai sarana yang memungkinkan anggota untuk melakukan meng-[unduh dan memuat](http://id.wikipedia.org/wiki/Unduh_dan_muat) data yang didapat kemudian disiarkan ke semua anggota milis lain. Kategori kedua ini biasanya dikenal sebagai daftar diskusi.

2.4 Kelebihan dan Kekurangan

1. Semua anggota di suatu milis dapat menerima informasi-informasi yang hanya disiarkan di milis tersebtu karena ketika seorang anggota di dalam daftar mengirim catatan ke [grup](http://id.wikipedia.org/wiki/Newsgroup) tersebut, *e-mail* akan disiarkan ke semua anggota daftar.
2. Para anggota milis akan selalu merasa terkinikan (*up-to-date*) dengan adanya diskusi berbasis web ini, yang membuat setiap berita yang masuk ke dalam milis menjadi pesan baru di setiap *inbox* anggotanya.
3. Milis kurang [praktis](http://id.wikipedia.org/w/index.php?title=Praktis&action=edit&redlink=1) untuk beberapa hal. Misalnya, setiap *e-mail* yang terkirim ke milis akan terkirim juga ke alamat *e-mail* pengirim. Apabila seseorang jarang membacanya, maka *inbox* *e-mail* yang bersangkutan akan penuh terisi milis. Padahal, kapasitas email sangat terbatas. *Full inbox* juga dapat membuat pesan-pesan non-milis terselip, sehingga tidak terbaca. Padahal, pesan tersebut bisa jadi sangat penting.
4. Milis tidak bersifat [interaktif](http://id.wikipedia.org/w/index.php?title=Interaktif&action=edit&redlink=1) untuk diskusi karena seseorang tidak dapat menggolongkan pesan berdasarkan temanya. Misalnya, untuk [komunikasi internal](http://id.wikipedia.org/w/index.php?title=Komunikasi_internal&action=edit&redlink=1) sebuah [organisasi](http://id.wikipedia.org/wiki/Organisasi), seseorang memerlukan semacam [direktori](http://id.wikipedia.org/wiki/Direktori), sehingga [wacana](http://id.wikipedia.org/wiki/Wacana) atau informasi untuk bidang hubungan kemasyarakatan (humas) tidak bercampur dengan kesekretariatan. Atau agenda-agenda yang menjadi program humas dapat dibahas lebih terperinci.
5. Milis merepotkan pengguna jika harus me-*reply* (menjawab) suatu pesan karena harus menyertakan pesan sebelumnya yang telah di-*reply*. Jika tidak, sulit bagi orang lain untuk mengetahui pesan mana yang sedang seseorang respons. Karena saat ini pengguna milis terpusat pada jasa **yahoogroups.com**, pengaksesan menjadi sangat lambat. Banyak [lebar pita](http://id.wikipedia.org/wiki/Lebar_pita) internasional tersedot karena hal tersebut.

**BAB III**

**PENUTUP**

**3.1 KESIMPULAN**

Kegunaan milisSebagai daftar pengumuman, di mana sebuah “mailing list” yang digunakan banyak orang sebagai penerima untuk bulletin, majalah atau iklan. Secara tradisional, hal ini dilakukan melalui sistem  pos, tetapi dengan munculnya *e-mail*, milis elektronik menjadi populer.Sebagai sarana yang memungkinkan anggota untuk melakukan meng-[unduh dan memuat](http://id.wikipedia.org/wiki/Unduh_dan_muat) data yang didapat kemudian disiarkan ke semua anggota milis lain. Kategori kedua ini biasanya dikenal sebagai daftar diskusi.

**3.2 SARAN**

Dalam memberikan opini, jawaban, respon atau semacamnya, diharapkan sesuai pada tema yang dikedepankan dan tidak melebar. Hal-hal yang tidak ada relevansinya tidak perlu disertakan dalam merespon/ menjawab sebuah posting. Menggunakan kata-kata yang bersahabat dan akrab di hati. Contoh: Murka/ marah → menjadi → kurang/ tidak berkenan.Tuliskan suasana hati ketika menulis. Seperti ::D) Tertawa gembira :(  Cemberut / masam, :O  Kaget, terperangah dan lainnya.Menghapus bagian mail yang dinilai "sampah" pada saat me-reply seperti: header/ footer iklan Yahoogroups reply message lebih dari 2 tingkat/threads.Memberikan kata pengantar dan mencantumkan sumber yang jelas apabila mengirimkan artikel dari koran, majalah atau memforward.Artikel yang terbilang panjang (melebihi 1500 kata atau lebih dari 2 halaman A4) dan bisa diakses oleh internet, cukup diinformasikan / diposting melalui pengiriman link-nya saja.Salam adalah sebuah ucapan pembuka bermakna yang bernilai doa. Mengawali dan mengakhiri setiap email dengan salam adalah salah satu bentuk kebaikan.Menuliskan nama pengirim di akhir setiap pesan yang di kirim ke milisJudul yang dicantumkan dalam sebuah postingan hendaknya ditulis ringkas, jelas, dan tidak dengan huruf kapital (huruf besar).osting yang dikirimkan selalu berawal dengan suatu niat untuk selalu mengingatkan / menasehati, dan penuh manfaat.

DAFTAR PUSTAKA

* Mirabito, M.A.M. & Morgenstern, B.L, New Communication Technology: Applications, Policy, and Impact, 5th Edition, UK: Focal Press, 2004.
* Turkle, Sherry (1995). Life on The Screen: Identity in the Age of the Internet. New York: Touchstone. Chapter 3,4,6.
* Jones, S., Kovac, R., & Groom F. M. (2009). Introduction to Communication Technologies: A Guide for Non-Engineers. Boca Raton, FL: CRC Press. Bab 5, 483.</ref>