

TEKNOLOGI KOMUNIKASI DAN MEDIA

Oleh :
Media Sucahya, Drs

ABSTRAK

Munculnya teknologi komunikasi telah mengubah sistem komunikasi di Indonesia, termasuk sistem media massa. Teknologi komunikasi yang ditandai dengan digitalisasi, konvergensi, internet, menghasilkan teknologi dan aplikasi yang mengisi seluruh bentuk komunikasi mulai dari komunikasi interpersonal, komunikasi antarpersonal, komunikasi kelompok, dan komunikasi massa. Teknologi komunikasi telah memungkinkan setiap orang mengirim pesan melalui berbagai bentuk komunikasi. Teknologi komunikasi telah mengubah pola produksi, content, pola distribusi, dan pola membaca khalayak. Produsen media massa wajib mengantisipasi kehadiran internet dan media baru, karena keduanya telah melahirkan media online dan surat kabat digital (e-paper), bila tidak ingin bisnis medianya tutup.

Kata Kunci: Media Massa, Teknologi Komunikasi, Digital, Konvergensi, Media Online. E-paper.

PENDAHULUAN Latar

Belakang Masalah

Majalah *Newsweek* menghentikan edisi cetaknya pada akhir tahun 2012 dan beralih ke edisi digital online pada awal 2013. Keputusan mengubah format *Newsweek* menjadi versi *online* itu diambil karena pertimbangan tingginya ongkos cetak, mahalnya distribusi, dan kondisi keuangan terus-menerus merugi. Langkah penggabungan edisi cetak dan *online*, akan diberi nama baru *Newsweek Global*. Bersamaan dengan itu, terjadi perampingan bagian editorial dan bisnis. *Newsweek Global* akan menjadi edisi tunggal untuk seluruh dunia, yang akan menyasar pangsa pasar para pembuat opini dengan tingkat mobilitas tinggi.

Jauh sebelumnya, beberapa media cetak di Amerika Serikat banyak yang tutup, karena tirasnya terus merosot akibat kalah bersaing dengan kehadiran internet. Salah satu surat kabar terkemuka di Amerika Serikat, *The Washington Post*, menutup tiga kantor biro di Chicago, Los Angeles, dan New York pada akhir tahun 2009. Surat kabar yang tutup masih banyak seperti *The Seattle Post-Intelligencer* pada 2009, dan selanjutnya hanya terbit lewat internet. Surat kabar *Rocky Mountain News*

juga tutup. Penerbit Rocky, perusahaan E. W. Scripp menutup surat kabar yang telah berumur 150 tahun 27 Februari 2009. Harian yang berbasis di kota Denver ini terpaksa ditutup karena tidak berhasil meraih minat investor. (vivanew.com,27/2/2009).

Media massa terus mengalami perubahan bentuk, format, dan isi. Saat pertama kali surat kabar terbit di Bremen Jerman tahun 1609 yang dicetak menggunakan mesin cetak hasil temuan Johann Guternberg. Perkembangan teknologi komputer yang sangat pesat ikut mengubah cara dan proses produksi berita. Penggunaan teknologi komputer tidak terbatas di ruang redaksi saja. Semakin canggihnya teknologi komputer notebook yang sudah dilengkapi modem dan teknologi *wireless*, serta akses pengiriman berita teks, foto, dan video melalui internet atau via satelit, telah memudahkan wartawan yang meliput di medan paling sulit sekalipun.

Dalam rentang waktu hampir 400 tahun (1609-2010) wajah media sudah mengalami perubahan yang begitu drastis. Kini media sudah memasuki tahap digitalisasi dalam bentuk e-paper dan komputer tablet (iPad). William Rivers (2004:349) menyebutkan perkembangan teknologi memberi pengaruh

besar terhadap sistem komunikasi massa, termasuk pola-pola komunikasinya. Pengaruh yang terjadi adalah

Pertama, sumber hiburan dan informasi bagi masyarakat lebih banyak dan beragam. Untuk mengetahui sesuatu, masyarakat dapat mencari informasi dari berbagai sumber seperti buku, radio, televisi, media cetak, dan internet. Situasi itu akan melipatgandakan kompetisi. Tiap media harus bekerja lebih keras untuk memperoleh khalayak, dan sedapat mungkin menyesuaikan diri dengan kemajuan teknologi.

Kedua, jenis-jenis media –buku, koran, majalah, radio, film, televisi– tidak lagi berdiri sendiri-sendiri. Televisi kini sering bekerja sama dalam produksi film untuk memperkaya program siarannya.

Ketiga, komunikasi kini tidak hanya berlangsung orang ke orang atau orang ke media, namun juga bisa mesin ke mesin. Komputer canggih bisa berkomunikasi sendiri satu sama lain.

Keempat, khalayak kian terfragmentasi. Tidak ada lagi orang yang hanya menjadi khalayak bagi satu jenis media saja. Kemudian penerbitan seperti majalah khusus mulai berkembang. Majalah khusus menulis tentang hobi, profesi, idola, dan komunitas. Film, radio, televisi juga mengkhususkan diri dengan target khalayak tertentu.

Kelima, pudarnya pemilahan antara komunikasi individual dan komunikasi massa. Di satu sisi, teknologi memungkinkan penggunaan produk komunikasi massa secara individual, atau disesuaikan dengan selera individual. Di sisi lain, hal itu menjadikan komunikasi personal sebagai komunikasi publik. Mesin faksimili dan komputer cenderung menggusur surat menyurat tradisional. Percakapan telepon yang tadinya bersifat personal, namun teknologi konferensi jarak jauh menjadikannya sebagai komunikasi publik.

Keenam, media cetak tradisional tidak akan hilang dengan munculnya teknologi baru. Media cetak.

Kemajuan teknologi komunikasi telah

membuat adanya beberapa perubahan mekanisme kerja dalam media masa.

Media baru membawa perubahan di dunia jurnalistik dalam empat sisi (Pavlik, 2001:xiii).

1. Perubahan isi berita sebagai hasil dari konvergensi teknologi. Berkaitan dengan teknologi informasi, cara wartawan menyajikan berita bertransformasi, dari teks statis menjadi teks dinamis, dari video/film/grafis menjadi *omnidirectional images*.
2. Bagaimana cara jurnalis bekerja dan perubahan perangkat kerja di dunia digital. Berbagai perangkat aplikasi teknologi dikembangkan untuk membantu wartawan, mulai dari pengolahan kata sampai dengan *workstations*, yang dapat diintegrasikan ke berbagai platform perangkat keras teknologi yang portabel, sehingga ketika melakukan liputan, wartawan cukup berbekal sebuah pesawat telepon genggam yang sudah ditanami berbagai perangkat tersebut.
3. Struktur dari ruang redaksi yang secara virtual mengalami transformasi fundamental, tidak lagi mengandalkan pola dan jaringan konvensional. Otomatisasi dan sinkronisasi memberi dampak pada proses kerja di ruang redaksi.
4. Media baru merubah tatanan antara organisasi media, jurnalis dengan publik, termasuk audiens, sumber, kompetitor, pengiklan dan pemerintah.

Perluasan kota-kota membuka peluang pelipatgandaan sirkulasi sehingga penerbitan koran kian membutuhkan aneka peralatan dan biaya produksi yang serba mahal, termasuk untuk menambah pelayanan kepada para pembaca yang jumlahnya sudah jauh lebih banyak. (Rivers, Peterson, Jensen, 2004;72)

Peralatan kerja yang dibutuhkan untuk menjalankan roda perusahaan pers adalah memiliki karakter yang khusus yaitu peralatan teknologi komunikasi generasi terbaru. Karena bila menggunakan

peralatan teknologi lama, membuat sistem operasional perusahaan tersebut berjalan lambat, membutuhkan waktu lebih lama, dan memerlukan biaya tinggi. Padahal karakter dari bisnis pers adalah kecepatan dan ketepatan dalam menyampaikan informasi kepada khalayak. Untuk mendukung kedua hal tersebut yaitu kecepatan dan ketepatan, maka harus menggunakan teknologi generasi terbaru. Kemajuan teknologi memudahkan peliputan dan pemberitaan. (Rivers, Peterson, Jensen, 2004:69).

Disamping itu, teknologi komunikasi juga membuat produk komunikasi mempunyai standarisasi. Standarisasi produk ini merupakan dampak tak terelakkan dari industrialisasi media, mekanisasi, urbanisasi, dan redistribusi pendapatan. Media telah berubah dari seni menjadi industri yang harus menggunakan teknik-teknik produksi massal (Rivers, Peterson, Jensen, 2004:71)

Kehadiran Internet telah mengubah cara orang berkomunikasi, cara mendapatkan berita dan informasi, serta cara membaca berita di media cetak, melihat gambar di majalah, mendengar radio, dan menonton program televisi. (Ishadi, 2010:129).

Pada intinya media baru tidak mengubah mekanisme kerja para profesional yang bekerja pada media massa. Yang berubah hanya dalam penyampaian pesan yang sudah menggunakan digitalisasi.

Menurut (Adiputra, 2010:142) ada empat ciri dari media baru yaitu:

1. Komunikasi yang termediasi melalui komputer
2. Jaringan komunikasi
3. Pesan yang terdigitalisasi
4. Semua pesan media menjadi konvergen.

Media baru memberikan dampak yang luas akan cara pandang kita dalam berkomunikasi secara personal maupun sosial. Selain itu, media baru memperluas fungsi media dari sekadar memberi informasi, menghibur, dan mendidik, menjadi pembentukan budaya yang

partisipatif dan intelektualitas kolektif

Namun, internet (bersama dengan media baru lainnya) telah meledak terbuka arti yang sangat dari massa media dalam beberapa cara. Pertama, mengaburkan perbedaan antara individu dan massa penonton, karena orang menggunakan media untuk komunikasi individu, komunikasi kelompok kecil, dan komunikasi massa

Kedua, gagasan pengirim dan penerima anonim dikenal menjadi lebih bermasalah di internet. Ketika pendaftaran diperlukan untuk akses situs web atau menerima mailing, penonton, pada kenyataannya, yang dikenal oleh produser. Bila tidak ada informasi identitas disediakan di situs web, pengirim mungkin tetap relatif anonim kepada pengguna.

Ketiga, batas antara produser dan penerima menjadi kabur. Internet menggantikan satu untuk banyak model komunikasi massa tradisional dengan kemungkinan banyak untuk komunikasi web. Setiap individu dengan teknologi tepat guna sekarang dapat menghasilkan sendiri on-line media dan termasuk gambar, teks, dan suara tentang apa pun ia memilih.

Keempat, komunikasi sering tidak lagi satu arah. Pengunjung ke situs web, misalnya, sering diundang untuk memberikan saran melalui e-mail atau diundang untuk menandatangani buku tamu dan meninggalkan komentar.

Kadang-kadang pengguna lain yang mengunjungi situs juga dapat membaca komentar dan menanggapi. menekankan pentingnya perubahan ini, mencatat bahwa internet memainkan dengan sumber-pesan-penerima fitur dari model komunikasi massa tradisional, kadang-kadang menempatkan mereka dalam pola tradisional, kadang-kadang menempatkan ke dalam konfigurasi yang sama sekali baru (Baran dan Davis, 2010: 299).

Untuk membedakan media baru dan media konvensional Rachmat Kriyantono (2008:253) membuat lima ciri internet:

1. Desentralisasi.
Desentralisasi diartikan pusat informasi tidak lagi pada

pemasok komunikasi. Setiap individu, kelompok, institusi bisa menjadi pemasok komunikasi. Individu bisa membuat web sendiri, begitu pula dengan institusi.

2. Kemampuan tinggi.
Dalam arti tidak terjadi hambatan komunikasi disebabkan oleh pemancar sinyal karena lewat satelit atau kabel.
3. Timbal balik.
Dalam arti ada interaksi langsung antara sumber dengan penerima
4. Kelenturan atau fleksibilitas pada bagian isi, bentuk atau penggunaannya
5. Menyediakan fasilitas komunikasi impersonal dan personal sama baiknya.

Rumusan Masalah

1. Bagaimana media cetak menyesuaikan isi menghadapi news media?
2. Bagaimana media cetak melakukan penyesuaian format dengan teknologi komunikasi?

Tujuan Penulisan

1. Untuk mengetahui bagaimana media cetak menyesuaikan isi menghadapi news media?
2. Untuk mengetahui bagaimana media cetak melakukan penyesuaian format dengan teknologi komunikasi?

B. TINJAUAN PUSTAKA

Teknologi Komunikasi

Teknologi komunikasi berasal dari kata teknologi dan komunikasi. Kata teknologi berasal dari bahasa latin yaitu *texere* yang mempunyai arti menyusun atau membangun. Pengertian teknologi tidak hanya membicarakan masalah teknis atau permesinan semata, tapi mencakup pengertian yang luas yang sering digunakan dalam percakapan sehari-hari. Teknologi berkembang semakin cepat dari waktu ke

waktu karena penemuan satu teknologi baru dapat mempercepat penemuan teknologi berikutnya. Dalam sejarah peradaban manusia, terdapat banyak penemuan yang dapat menghasilkan teknologi yang berpengaruh besar terhadap kehidupan manusia

Menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia, teknologi dijabarkan sebagai: 1. metode ilmiah untuk mencapai tujuan praktis; ilmupengetahuan terapan; 2 keseluruhan sarana untuk menyediakan barang-barang yg diperlukan bagi kelangsungan hidup manusia; (Balai Pustaka,2005:1158). Dalam penjabaran definisi yang pertama, dijelaskan bahwa teknologi merupakan metode ilmiah dan ilmu pengetahuan terapan. Sedangkan dalam penjabaran definisi yang kedua, teknologi merupakan keseluruhan sarana untuk menyediakan barang-barang. Teknologi tidaklah sekedar barang, melainkan dapat berupa sesuatu yang abstrak seperti metode, ilmu pengetahuan, atau keseluruhan sarana yang dapat berwujud fisik maupun gaib.

Teknologi merupakan sebuah perangkat yang dapat mengurangi ketidakpastian yang disebabkan oleh hubungan sebab-akibat yang melingkupi dalam mencapai suatu tujuan. Teknologi memiliki implikasi untuk segala aspek dari masyarakat dan ekonomi. Teknologi mengubah cara manusia melakukan berbagai kegiatan, bagaimana kita belajar, bagaimana kita menggunakan waktu luang kita. Teknologi bukanlah sekedar barang berbentuk fisik, tetapi dapat juga merupakan keseluruhan dengan sesuatu yang bersifat abstrak.

Pengertian teknologi komunikasi adalah peralatan perangkat keras dalam sebuah struktur organisasi yang mengandung nilai-nilai sosial, yang memungkinkan setiap individu mengumpulkan, memproses dan saling tukar informasi dengan individu-individu-individu lain (Roger, 1986: 2). Secara tersirat definisi tersebut menyebutkan bahwa teknologi komunikasi adalah alat, teknologi komunikasi dilahirkan oleh

sebuah struktur ekonomi, sosial dan politik.

Kemudian teknologi komunikasi membawa nilai-nilai yang berasal dari struktur ekonomi, sosial, dan politik tertentu, dan teknologi komunikasi meningkatkan kemampuan indera manusia, terutama kemampuan mendengar dan melihat.

Internet

Internet merupakan medium media massa baru yang terdiri dari jaringan kabel, telepon, dan satelit yang menghubungkan komputer. Internet mengubah komunikasi dengan beberapa cara fundamental. Bila media konvensional menawarkan model komunikasi "satu-untuk-banyak". Sedangkan internet memberikan model-model tambahan: "banyak-untuk-satu" (email ke satu alamat sentral, banyaknya pengguna yang berinteraksi dengan satu webside), dan "banyak-untuk-banyak" (email, milis, kelompok-kelompok baru). Internet juga menawarkan potensi komunikasi yang lebih terdesentralisasi dan lebih demokratis dibandingkan media konvensional.

Roger Fidler (2003) dalam bukunya *Mediamorfosis: Memahami Media Baru*, mengatakan bahwa pada awalnya internet merupakan domain pribadi dari periset-periset dan ilmuwan-ilmuwan Amerika Serikat, namun dalam perkembangannya internet telah menjadi suatu sistem komunikasi global besar yang dipakai oleh jutaan orang di seluruh dunia untuk tujuan-tujuan akademik dan bisnis, serta untuk korespondensi pribadi dan pencarian informasi.

Internet sebenarnya adalah suatu jaringan longgar ribuan jaringan komputer yang saling terhubung. Tidak ada badan pemerintah atau komersial yang memilikinya atau secara langsung memperoleh keuntungan dari operasinya. Jaringan ini tidak memiliki presiden, CEO atau kantor pusat. Walau tadinya didanai oleh Pemerintah Amerika Serikat, pengembangannya telah berlangsung secara lebih organik daripada birokratik.

Internet merupakan singkatan dari

interconnected network atau jaringan-jaringan saling terkoneksi dari sistem-sistem komputer yang dapat saling diakses. Internet juga dapat diartikan sebagai jaringan rangkaian komputer dengan komputer lain di seluruh dunia, yang berguna untuk berkomunikasi dan bertukar informasi, file, data, suara, gambar dan sebagainya antar-individu di seluruh dunia

Internet adalah perkakas sempurna untuk menyiagakan dan mengumpulkan sejumlah besar orang secara elektronik. Levy, 1995 dalam Severin dan Tankard (2007: 6).

Media Baru

Media baru merupakan bentuk media di luar media elektronika (televisi, radio, film) dan media cetak (majalah, koran, tabloid). Sifat media baru (*new media*) adalah cair (*fluids*), konektivitas individual dan menjadi sarana untuk membagi peran kontrol dan kebebasan. Kemajuan teknologi komunikasi telah melahirkan internet, *newsgroup*, *mailing list*, televisi kabel multisaluran, televisi digital, dan buku-buku yang sudah dapat dibaca dalam format *e-book*. Kehadiran media baru ini, membuat lingkungan media massa mengalami berbagai perubahan. Pengertian komunikasi massa mengalami penambahan makna. Karena kini teknologi percetakan dan telekomunikasi yang bersifat satu arah, mulai mengalami perubahan fungsi dan format dalam berbagai hal.

Sejak kehadiran internet, media cetak (surat kabar, majalah, tabloid) dan media elektronik (radio, televisi, film) sering dikategorikan media konvensional, karena pesan yang disampaikan adalah *one to many* (satu untuk semua). Sedangkan internet yang sifatnya interaktif dikategorikan dalam media baru karena mampu menyampaikan pesan *from many to many* (milis).

Ada empat ciri lingkungan media baru yang dibentuk karena kemajuan teknologi. (Mc.Manus dalam Severin, 2005).

1. Teknologi yang dahulu berbeda dan terpisah seperti percetakan

- dan penyiaran kini bergabung.
2. Kita sedang bergeser dari kelangkaan media menuju media yang melimpah.
 3. Kitasedang mengalami pergeseran dari mengarah kepuasan massa audiens kolektif menuju kepuasan grup atau individu.
 4. Kita sedang mengalami pergeseran dari media satu arah kepada media interaktif. Adapun

penjelasan lingkungan media baru adalah, pertama, teknologi yang dahulu berbeda dan terpisah kini bergabung. Batasan antara penerbit, produsen, distributor, konsumen, dan pengamat konten sudah semakin kabur. (Rice,1999:29).

Media baru merupakan bagian dari teknologi komunikasi. Namun, dalam berbagai diskursus tentang media baru, terdapat pertanyaan, bagaimana beberapa media dapat dikategorikan sebagai suatu media yang baru. Pada beberapa tahun silam, telepon seluler merupakan salah satu media baru. Namun seiring berjalannya waktu, media baru bukanlah terbentuk dari perubahan bentuk fisik suatu media yang telah lama digunakan, melainkan perubahan mengenai metode bagaimana distribusi dan penyimpanan data dilakukan. Internet menjadi salah satu media signifikan yang dapat dikategorikan sebagai media baru. Internet merupakan jaringan elektronik yang dapat menghubungkan penduduk dunia dengan informasimelalui berbagai perangkat. Informasi tersebut pun bentuknya beragam,dari mulai data teks, foto, suara, hingga video.

New media telah membuat bentuk komunikasi massa mengalami perubahan. Ada enam perubahan utama yang berkaitan dengan munculnya media baru (Denis Mc Quail, 2011:153)

1. Digitalisasi dan konvergensi atas segala aspek media
2. Interaktivitas dan konektivitas jaringan yang makin meningkat
3. Mobilitas dan delokasi untuk mengirim dan menerima

4. Adaptasi terhadap peranan publikasi dan khalayak
5. Munculnya beragam bentuk baru pintu (gateway) media
6. Pemisahan dan pengaburan dari lembaga media.

Menyatunya teknologi dalam satu media karena tiga hal, pertama secara teknis perangkat keras teknologi tersebut memungkinkan untuk digabung. Kedua, perangkat lunak yang mengoperasikan sistem tersebut sudah kompatibel satu dengan yang lainnya. Ketiga, persaingan pasar membuat produsen menciptakan produk yang memiliki banyak fungsi. Printer yang awalnya hanya berfungsi mencetak, kini sudah dilengkapi dengan fitur foto copy dan scanner. Telepon seluler yang awalnya hanya untuk berkomunikasi, kini sudah dilengkapi dengan fitur foto, video, musik, internet, dan games.

Kedua, kita sedang bergeser dari kelangkaan media menuju media yang melimpah. Sebelum teknologi komunikasi berkembang pesat, orang mendapatkan informasi hanya dari media cetak, radio, dan televisi. Pada tahun media bertambah lagi dengan kehadiran internet. Saat membuka internet, orang akan mendapatkan berbagai media mulai dari dari media cetak dan media elektronika.

Ketiga, kita sedang mengalami pergeseran dari mengarah kepuasan massa audiens kolektif menuju kepuasan grup atau individu. Media konvensional membuat produk bersifat umum, untuk menjangkau audiens dari seluruh lapisan masyarakat. Kehadiran internet dan TV kabel membuat audiens menjadi spesifik, sehingga membuat pihak yang berkepentingan harus membuat produk yang sesuai dengan media baru tersebut. Produk komunikasi harus dibuat sesuai dengan karakter media yang akan digunakan. Hal itu dilakukan untuk memuaskan audiens media tersebut. Produk iklan untuk TV umum harus dibuat berbeda dengan produk iklan yang akan dimuat untuk internet atau TV kabel.

Keempat, kita sedang mengalami pergeseran dari media satu arah kepada media interaktif. Media massa cetak dan

elektronika menyampaikan pesan hanya satu arah dari produsen ke masyarakat. Sehingga pembaca atau pemirsa tidak memiliki kesempatan untuk memberikan feedback secara langsung kepada para pengelola media tersebut. Feedback pada media cetak dan elektronika bersifat feedback tertunda. Teknologi komunikasi baru membuat hubungan produsen media cetak dan masyarakat bisa berlangsung timbal balik dalam waktu bersamaan. Peran keduanya bisa saling berpindah, dimana satu saat pengelola media cetak menjadi komunikator, tapi saat berikutnya berubah menjadi komunikan. Demikian pula terhadap pembaca, yang bisa berubah peran sebagai komunikator dan komunikan.

Media baru merupakan istilah yang dipakai untuk semua bentuk media komunikasi massa yang berbasis teknologi komunikasi dan dan teknologi informasi. Media baru yang memiliki ciri tersebut adalah Internet. Internet adalah jaringan kabel dan telepon dan satelit yang menghubungkan komputer (Vivian,2008;263). Media baru merupakan sebuah sebutan untuk menjelaskan konvergensi antara teknologi komunikasi digital yang terkomputerisasi serta terhubung ke dalam jaringan.

Ciri media baru internet menurut Denis Mc Quil (2011:150). Pertama, internet tidak hanya berkaitan dengan produksi dan distribusi pesan, tetapi juga dapat disetarakan dengan pengolahan, pertukaran, dan penyimpanan. Kedua, media baru merupakan lembaga komunikasi publik dan privat, dan diatur (atau tidak) dengan layak. Ketiga, kinerja mereka tidak seteratur sebagaimana media massa yang profesional dan birokratis.

Terdapat perbedaan signifikan yang menekankan fakta bahwa hubungan media baru dengan media massa adalah pada penyebarannya yang luas, secara prinsip tersedia untuk semua jenis komunikasi, dan setidaknya bebas dari kontrol. Bila sebelumnya masyarakat mengenal media konvensional (media cetak, radio, televisi, film), kini telah diperkenalkan dengan media baru (internet).

Konvergensi Media

Kemajuan teknologi komunikasi telah melahirkan suatu konvergensi teknologi dalam industri media. Perkembangan teknologi tersebut telah mengubah cara orang berkomunikasi. Prinsip-prinsip berkomunikasi yang dijalankan secara konvensional, secara perlahan mulai ditinggalkan dan beralih ke arah digital.

Konvergensi dapat diartikan pula proses penggabungan atau integrasi yang menuju satu titik tujuan dimana bersatunya telekomunikasi dan komputer menjadi suatu sistem tunggal, sehingga disebut jaringan intelejen. Jaringan ini dinilai tidak hanya sebagai suatu teknologi, tapi juga sebagai sumber daya informasi.

Konvergensi atau bergabungnya layanan yang dahulu terpisah, termasuk internet, televisi, kabel, dan telepon. Salah satu faktor penyebab terjadinya media konvergen adalah masalah teknis-lebih banyak isi media dimasukkan dalam format digital dalam bentuk bit (Severin, 2005:5).

Konvergensi membuat fungsi suatu produk akan kehilangan identitas yang khas. Bila pada masa lalu videoteks adalah teknologi informasi elektronika yang berfungsi mengirim dan memperoleh kembali data, termasuk informasi grafis. Namun pada tempat tertentu, fungsi videoteks bila berubah-ubah. Pada saat di rumah, videoteks dapat digunakan untuk computer. Sedangkan di kantor videoteks disatukan dalam sistem otomatisasi kantor konvensional.

Konvergensi berupa perkawinan teknologi lama dengan teknologi baru, dimana penambahan teknologi lama menambah nilai tambah pada teknologi baru, terus berkembang mencari bentuk dan formatnya sendiri-sendiri. Bisnis inti perusahaan yang menentukan ke arah mana bentuk konvergensi teknologi komunikasi tersebut. Karena pada dasarnya, sebuah perusahaan teknologi akan terus mengembangkan produk-produknya untuk memenuhi kebutuhan konsumen yang selama ini telah disasanya. Fitur-fitur baru terus dicangkokkan untuk menambah fungsi produk yang mereka hasilkan.

Produk yang dilengkapi dengan banyak fitur, akan memberikan nilai tambah terhadap produk tersebut. Banyaknya fitur, akan memudahkan tim marketing untuk menjualnya.

C. METODE PENELITIAN

Paradigma Penelitian

Menurut Charon (1998) seperti dikutip Mulyana (2008:7) perspektif adalah pemandu persepsi kita, perspektif mempengaruhi apa yang kita lihat dan bagaimana kita menafsirkan apa yang kita lihat. Persepektif adalah kaca mata kita menafsirkan apa yang kita lihat. Perspektif adalah suatu kerangka konseptual, suatu perangkat asumsi, nilai, atau gagasan yang mempengaruhi perspektif kita, dan pada gilirannya mempengaruhi cara kita bertindak dalam suatu situasi.

Paradigma adalah suatu cara pandang untuk memahami kompleksitas dunia. Paradigma juga menunjukkan apa yang penting, absah, dan masuk akal. Selain itu, menurut Mulyana (2008:9), paradigma juga bersifat normatif, menunjukkan pada praktisinya apa yang harus dilakukan tanpa perlu mempertimbangkan eksistensial atau epistemologis

Paradigma konstruktif fokus utama adalah pencarian pola-pola makna. Dilakukan untuk memahami dan menafsirkan pandangan serta bagaimana individu hidup dalam dunia mereka. Yakin bahwa kebenaran adalah hasil dari perspektif, karena itu semua kebenaran bersifat relatif, dan keutuhan konstruksi anggota sosial.

Pendekatan Penelitian

Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan pendekatan kualitatif. Yang dimaksud dengan pendekatan kualitatif adalah suatu pendekatan dalam melakukan penelitian yang berorientasi pada gejala-gejala yang bersifat alamiah karena orientasinya demikian, maka sifatnya naturalistik dan mendasar atau bersifat kealamiahannya serta tidak bisa dilakukan di laboratorium melainkan harus terjun di

lapangan. Oleh sebab itu, penelitian semacam ini disebut dengan field study. (Nazir,1986:159.)

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dimana proses penelitian untuk memahami suatu masalah sosial, dengan menggambarkan atau menuruskannya secara terperinci, lengkap dengan. Penelitian kualitatif adalah tradisi tertentu dalam ilmu pengetahuan sosial secara fundamental bergantung pada pengamatan manusia berhubungan dengan orang-orang tersebut dalam bahasannya dan peristilahannya. Sehingga penelitian ini menggunakan data awal dan akhir dengan menggunakan deskriptif atau pun interpretif, berupa kata-kata dan cenderung tidak menggunakan angka sebagai data utama. Inti dari penelitian ini untuk memahami masalah sosial atau masalah manusia, berdasarkan pada penciptaan gambaran holistik lengkap yang dibentuk dengan kata-kata, melaporkan pandangan informan secara terperinci dan disusun dalam sebuah latar alamiah

Setiap penelitian pada dasarnya bersifat interpretif karena dibimbing oleh seperangkat keyakinan mengenai dunia (ontologi) dan cara-cara untuk memahami (epistemologi) dan mempelajari dunia (metodologi) (Agus Salim, 2006: 59).

Penelitian kualitatif adalah penelitian yang bersifat interpretatif, menggunakan penafsiran yang melibatkan banyak metode, dalam menelaah masalah penelitiannya. Penggunaan berbagai metode ini, sering disebut triangulasi, dimaksudkan agar peneliti memperoleh pemahaman komprehensif mengenai fenomena yang diteliti (Mulyana, 2007:4).

Penelitian deskriptif menurut Jalaluddin (2007:25) ditujukan untuk mengumpulkan informasi aktual secara rinci yang melukiskan gejala yang ada; mengidentifikasi masalah atau memeriksa kondisi dan praktik-praktik yang berlaku; membuat perbandingan atau evaluasi; menentukan apa yang dilakukan orang lain dalam menghadapi masalah yang sama dan belajar dari pengalaman mereka untuk menerapkan rencana dan keputusan

pra waktu yang akan datang.

Teori Penelitian

Metode penelitian ini menggunakan Teori Determinisme Teknologi yang menyebutkan budaya dibentuk oleh bagaimana cara kita berkomunikasi. Teknologi membentuk individu bagaimana cara berpikir, berperilaku dalam masyarakat. Teknologi tersebut akhirnya mengarahkan manusia untuk bergerak dari satu abad teknologi ke abad teknologi yang lain. Penemuan dalam teknologi komunikasi menyebabkan perubahan budaya, dimana perubahan di dalam jenis-jenis komunikasi akhirnya membentuk kehidupan manusia.

D. PEMBAHASAN

1. Adaptasi Isi Media Cetak Menghadapi Media Baru

Berbagai peneliti komunikasi, menyatakan komunikasi massa akan terus menerus berperan penting dalam kehidupan manusia. Komunikasi massa menjadi mata dan telinga bagi masyarakat. Komunikasi massa memberikan masyarakat sarana untuk mengambil keputusan dan membentuk opini kolektif yang bisa digunakan untuk bisa lebih memahami diri mereka sendiri. Ia merupakan sumber utama untuk mengembangkan nilai-nilai dalam masyarakat (Severin, 2004:5)

Untuk bertahan hidup, media cetak mungkin harus menjalankan suatu fungsi yang tidak dilakukan oleh wahana komunikasi lain. Misalnya media cetak mungkin perlu mengutamakan penilaian, evaluasi atau interpretasi. Dimasa depan, surat kabar mungkin juga harus mengulas berbagai hal di masyarakat yang semula tak diperhatikan.

Jurnalisme secara luas dianggap sebagai profesi, yang berarti bahwa ia memiliki standar independen tentang praktek profesional yang baik. Hal itu terbukti dengan adanya kode etik profesi yang khusus berlaku bagi wartawan. Untuk menciptakan profesionalisme wartawan, agar bisnis media cetak tetap langgeng,

menurut Croteau dan Hoynes (2006:249) adalah:

Pertama, perusahaan pers harus mempertegas aturan pemisahan bisnis perusahaan dengan isi pemberitaan. Perusahaan harus memperkuat fungsi pers untuk kepentingan umum.

Kedua, wartawan perlu mencurahkan lebih banyak ruang dan waktu untuk meliput dan terjun ke dalam masyarakat. Wartawan harus secara rutin memberikan perhatian serius terhadap isu-isu dan perkembangan di berbagai belahan dunia.

Wartawan perlu serius meneliti apakah penulisan beritanya bersinggungan dengan kehidupan publik, dan mempertimbangkan perubahan apa yang mereka lakukan agar lebih efektif memenuhi informasi untuk kebutuhan warga.

Tiga, Jurnalisme akan terus berkembang, karena memiliki hubungan simbiosis dengan demokrasi. Harus disadari, demokrasi membutuhkan media, sebagai corong warga negara untuk mengekspresikan kepentingannya dalam menegakkan hak asasi manusia. Media dapat menghidupkan dan mendinamisasikan kembali kehidupan sesuai dengan kepentingan masyarakat luas. Transformasi media korporasi dan penguatan media independen adalah bagian penting dari proyek yang lebih luas untuk merevitalisasi keterlibatan masyarakat sipil dan kehidupan publik. Hanya dengan perbaikan dan penyesuaian seperti itu, maka koran akan terus bertahan di masa depan.

Menurut Vivian (2008:17) surat kabar adalah medium massa utama bagi orang untuk memperoleh berita. Sebagian besar kita, tak ada sumber berita yang bisa menyamai keleluasaan dan kedalaman liputan berita surat kabar. Ini memperkuat popularitas dan pengaruh surat kabar. Kategori kedalaman liputan berita surat kabar adalah dengan membuat laporan mendalam (in-dept reporting) dan reportase investigasi (investigation reporting). Laporan mendalam adalah teknik reportase untuk mengungkap sesuatu masalah yang selama ini belum terungkap. Tema yang

diangkat untuk laporan mendalam tidak mesti harus aktual, tapi tetap memenuhi syarat sebagai penulisan berita. Menurut Sumaatmadja:2005, reportase investigasi adalah sebuah metode jurnalistik dengan cara penelidikan atau penyelidikan. Gunanya untuk mengungkap informasi yang tersembunyi dan ditutup-tutupi, baik yang dilakukan individu maupun institusi dan swasta.

Reportase investigasi yang dikenal di Amerika Serikat dengan sebutan *muckraking* (pengungkapan kebobrokan) mulai dikenal tahun-tahun pertama abad ke-20. seorang wartawan Amerika Serikat Ida Tarbell melakukan reportase investigasi terhadap tindak monopoli Standar Oil yang dimuat majalah McClure'sn pada 1902.

Majalah *Cosmopolitan* yang saat itu memposisikan diri sebagai jurnal *muckraking*, juga membongkar kecurangan di Senat AS. Belakangan, barulah reportase investigasi diikuti oleh surat kabar – surat kabar. Tulisan reportase investigasi ini menjadikan media cetak tersebut sebagai medium yang kuat untuk membentuk atau mengubah kebijakan publik. Kedua bentuk liputan berita tersebut merupakan salah satu langkah untuk meningkatkan mutu surat

kabar. Deddy Mulyana pun menggarisbawahi, bahwa surat kabar harus mempertahankan mutu terbaiknya, untuk menghadapi persaingan dengan media baru.

Secara jangka pendek, tirus surat kabar, juga perolehan dana dari iklan, mungkin akan tersendat, bahkan mungkin sedikit menurun, begitu muncul televisi baru. Tapi itu akan temporer saja sifatnya. Selanjutnya tirus surat kabar dan perolehan dana dari iklan, akan meningkat lagi, sejalan dengan pertambahan penduduk, dan terutama sejalan dengan jumlah orang yang merel huruf dan terdidik. Syaratnya, surat kabar mempertahankan mutu terbaiknya. (Mulyana 2008;119)

Di masa datang, surat kabar tidak membuat rubrikasi berdasarkan jenis berita seperti rubrik olahraga, rubrik ekonomi, rubrik kesehatan, rubrik politik, rubrik nasional, rubrik internasional, dan rubrik hukum. Surat kabar akan membuat rubrik

mengacu pada waktu. Ada pun pembagian rubriknya adalah pertama berita kemarin yang ditulis secara singkat dan intinya saja. Berita ditulis singkat, karena dianggap pembaca sudah tahu informasi dari media online yang dibacanya dari internet.

Rubrik kedua adalah berita yang akan terjadi pada hari ini dimana surat kabar itu terbit. Berita hari ini dibuat untuk memandu pembaca dalam mengambil setiap keputusan. Berita hari ini menulis pemerintah menaikkan harga BBM, maka orang akan mengambil sikap atas kenaikan BBM itu. Apakah ia akan tetap menggunakan mobil pribadi atau beralih pada kendaraan umum.

Rubrik ketiga adalah adalah berita mendalam. Editor memilih peristiwa kemarin untuk disajikan lebih banyak, dengan tambahan latar belakang dan analisa mendalam.

Rubrik keempat adalah opini yang mengajak pembaca berpikir dan berpendapat. Pola rubrikasi seperti ini, membuat berita politik, kota, olahraga, kriminal bisa masukrubrik mana saja, antara empat rubrik tersebut sesuai dengan kapan peristiwa itu terjadi.

2. Media Cetak Masuk ke Media Online

Lee pemilik jaringan Lee Enterprises yang memiliki 58 surat kabar dengan oplah 1,7 juta memiliki konsep bagaimana sebuah industri surat kabar bisa tetap langgeng. Pertama tekankan pada berita lokal yang kuat, kedua perbesar pendapatan secara kreatif dan cepat, ketiga tingkatan jumlah pembaca dan sirkulasi, keempat bangun masa depan online, kelima kontrol biaya yang cermat (Vivian, John, 2008:70).

Pengelola media cetak membuat media online, dimana informasi yang disajikan dalam web side mereka selalu aktual. Media online yang dikembangkan pengelola media cetak, isinya tidak sama dengan edisi surat kabar cetak. Media online menginformasikan setiap peristiwa dalam hitungan detik. Sedangkan surat kabar menyajikan informasi sehari sebelumnya.

Kekhawatiran masa depan surat kabar

yang akan mati sebenarnya pernah terjadi pada tahun 1920. Sejak ditemukannya radio yang menyiarkan musik dan informasi, surat kabar mendapatkan pesaing baru dalam menyampaikan pemberitaan.

Kehadiran radio dikhawatirkan mengambillalih seluruh fungsi surat kabar dalam menyampaikan informasi. Namun surat kabar tidak kehilangan pembaca, tetap hidup dan berkembang bersama-sama radio. Dalam penyampaian informasi, terjadi sinergi antara surat kabar dan radio, dimana berita yang dibuat oleh surat kabar dan majalah dijadikan sebagai sumber berita oleh pengelola radio. Sedangkan keuntungan yang diraih surat kabar adalah nama surat kabar dipromosikan dan disiarkan oleh penyiar radio sebagai sumber berita.

Kehadiran televisi siaran pada tahun 1950, juga dikhawatirkan akan mematikan radio siaran. Karena masyarakat akan lebih suka menonton televisi dalam bentuk video dan audio, dibanding radio siaran yang bersifat audio. Namun kemunculan televisi siaran pada akhirnya tidak sampai mematikan media terdahulu yaitu surat kabar dan radio. Munculnya radio tidak mematikan media cetak, demikian juga munculnya televisi tidak menghentikan kegemaran orang mendengarkan radio. Media cetak, radio, televisi memiliki karakteristik tersendiri dengan kelebihan dan kelemahan masing-masing sehingga saling melengkapi. Inilah yang menyebabkan ketiga media itu sanggup bertahan bersama-sama secara harmonis (Rivers, 2003).

Ancaman eksistensi surat kabar mulai terasa saat hadirnya internet, dimana banyak lahir media online. Media online yang menyampaikan informasi dalam seketika, mampu menggeser peran surat kabar dalam menyampaikan berita-berita aktual. Mengingat surat kabar menyampaikan informasi aktual pada keesokan harinya. Bandingkan dengan internet yang menyampaikan informasi dalam hitungan detik, setelah sebuah peristiwa terjadi.

Perusahaan media perlu

menggunakan dua mode untuk memaksimalkan audiennya (Vivian, 2008;287). Kita sudah melihat majalah dan surat kabar yang punya edisi cetak dan online, stasiun radio yang memiliki jalur online. Buku cetak juga akan tetap ada mendampingi edisi *e-book*.

Media baru, apapun bentuknya, akan duduk berdampingan dengan media lama, yang mungkin tak akan hilang. Biasanya, teknologi komunikasi baru tidak bisa sepenuhnya menggantikan teknologi lama, tetapi ia mungkin menyebabkan teknologi lama mengambil peran baru. Contohnya, televisi tidak menggantikan radio, tetapi membawa radio ke sistem pemrograman yang baru, termasuk acara perbincangan dan format musik yang spesifik.

Membangun masa depan online menjadi solusi sebuah media untuk tetap bertahan. Pernyataan Lee ini menunjukkan media harus melakukan konvergensi untuk melanggengkan bisnis usahanya. Membangun masa depan online, tanpa harus meninggalkan media konvensional (media cetak, radio, televisi, film). Karena semua media konvensional akan diformat dalam bentuk digital.

Surat kabar Wall Street Journal, salah satu surat kabar berpengaruh di Amerika Serikat telah mencontohkan bagaimana sebuah konvergensi antara media konvensional dan media baru diaplikasikan dalam sebuah model bisnis media. Wall Street Journal membuat aplikasi di iPad atau komputer tablet, dimana pelanggan bisa mengakses surat kabar tersebut dengan cara berlangganan US\$ 17,29 per bulan (detik.com, 3 April 2010). Biaya itu memungkinkan pengguna aplikasi mengakses konten tertentu yang tidak bisa diakses pada Wall Street Journal online. Pers dan medium cetak penyampai pesan mungkin tidak punya masa depan panjang, tetapi kemampuan pengumpulan berita oleh koran akan tetap bertahan (Vivian, 2008:102)

Era kemajuan teknologi komunikasi membuat KKG membuat edisi Kompas internet pada 1995. Kemudian pada 1998, Kompas online dikembangkan menjadi

Kompas Cyber Media yang memberikan layanan berbasis web dan multimedia. Kemudian pada tahun 1999 mengelola situs berita daerah dengan nama www.indomedia.com. Era teknologi komunikasi juga membuat Majalah Intisari bisa dinikmati secara online dengan membuat situs www.intisari-online.com

Tabel 1
Nama Media Massa Online

1.	Advokat Indonesia	Majalah farmasi
2.	Agrina	Majalah Hai
3.	Agromedia	Majalah Hanya Wanita Online
4.	Akses	Majalah Motor
5.	Analisa Daily	Majalah News Music Online
6.	Aneka Yess!!	Majalah Paradigma
7.	Angkasa Magazine Online	Majalah Pengusaha
8.	Antara News	Majalah rohani Kristen
9.	Anteve	Majalah Sakinah
10.	Asiamaya.Com	Majalah selular online Indonesia
11.	Audio Pro	Majalah TEMPO
12.	AURO TV	Majalah Wanita.com
13.	Ayah Bunda Online	Manado Post Online
14.	Bacaanku	Marketing Online
15.	Bahana: Majalah Rohani Populer	Media Indonesia Online
16.	Bali Kami	Mediasehat.Com
17.	Bali Travel News	Medicastore.com
18.	Bangka Pos	Metro TV
19.	Bangkit	Metrورياu
20.	Banjarmasin Post Online	Mikrodata
21.	Bengkel Grafis	MNCTV
22.	Berita Indonesia	National Geographic
23.	Berita Indonesia Online	Obesitas
24.	BeritaJakarta.com	Online Marketing
25.	Bintang Indonesia	Online News from Indonesia
26.	Biskom	Otogenik
27.	Biskom Majalah	Palopo Pos
28.	Bisnis Bali	Panjebar Semangat
29.	Bisnis Indonesia Online	Parenting Indonesia
30.	Bola	Parents Guide

31.	BUMN Online	PC Media
32.	Cenderawasih Post	Pelita
33.	Center for International Forestry Research	Pengusaha Indonesia
34.	Cosmopolitan	Penulislepas.Com
35.	Database Media-Media Indonesia	Pernik muslim
36.	Detik	Perspektif Online
37.	Dunia Satwa	Pijar Cendikiawan
38.	e-BizzAsia	Ponseljakarta.com
39.	Eksekutif	Portal HR
40.	Elektro	Pos Kupang
41.	Elektro Indonesia	Poskota Online
42.	ELEKTRO Online	Proyeksi
43.	Equator News Online	Radar Banyumas
44.	Estate	Radar Buton
45.	Femina	Radio 999 FM
46.	Gadis Online	Radio Female FM
47.	Gajah Terbang.Com	Radio Gajahmada FM
48.	Galamedia	Radio Indika Mandiri FM
49.	Gatra	Radio Jak 101 FM
50.	Gatra.com	Radio JJFM Surabaya
51.	Gemari	Radio MS Tri FM
52.	Global TV	Radio Piss 102.7 FM
53.	Gramedia majalah	Radio Prambors
54.	Griya Asri	Radio Republik Indonesia
55.	Harian Analisa Online	Radio Ria FM
56.	Harian Berita Sore	Radio Sonora

Sumber: Perpustakaan Nasional Republik Indonesia

3. Surat Kabar Digital (*e-paper*)

Media membentuk format surat kabar dalam bentuk *e-paper*. Format *e-paper* ini merupakan replika surat kabar yang seutuhnya, yang hari itu terbit. Kehadiran *e-paper* yang dapat diakses melalui internet, membuat media menjadi melimpah. Hanya dengan membuka internet, orang bisa mendapatkan beragam media.

Kehadiran teknologi komunikasi untuk mengatasi kelangkaan sumber daya alam dan sumber resources lainnya. Pemakaian sumber daya alam yang terus menerus kian mengurangi kekayaan alam itu, sehingga harus dibuat bahan alternatif baru untuk

menggantikan fungsi sumber daya alam tersebut. Media cetak membutuhkan kertas untuk mencetak surat kabar, majalah, tabloid. Di masa datang, bahan baku kertas yaitu serat pohon akan semakin langka. Isu lingkungan dan rendahnya pasokan bahan baku kertas, membuat harga kertas dimasa datang semakin mahal.

Teknologi komunikasi telah memberikan jalan bagaimana membaca media cetak tetap dapat dilanjutkan, meski kertas sudah tidak ada lagi sekalipun. Yaitu membaca surat kabar digital menggunakan komputer tablet (*iPad*). Koran digital tampilannya sama persis dengan versi

media cetak. Pada edisi digital, pembaca bisa menikmati halaman demi halaman koran itu. Dengan satu klik, artikel—dengan naskah yang terlalu kecil ukuran bisa dibaca dengan mudah di jendela, lengkap dengan foto ataupun infografis yang menjadi ciri utamanya. Artikel pun bisa dicetak semudah mengklik tombol Print tanpa perlu mencetak semua halaman. Pembaca bisa memasuki halaman yang diinginkan, galeri foto, iklan, teks bergerak yang membuatnya terhubung ke situs berita, sampai fasilitas mesin pencari. Tampilan Koran digital sama persis dengan koran cetak, dimana tampilannya di situs internet utuh halaman per halaman. Bila jumlah halaman koran cetak 46, maka ke-46 halaman Koran tersebut tampil utuh di situs internetnya. Semua halaman Koran yang berisi berita dan iklan, dapat dibaca dengan bentuk yang sama persis dengan edisi cetak di depan layar komputer.

Munculnya surat kabar digital dipengaruhi oleh berbagai hal. Ada delapan penyebab lahirnya Surat Kabar Digital

Pertama, koran digital tidak hanya bentuk penyesuaian format surat kabar dengan teknologi terbaru, tapi juga memenuhi permintaan pembaca yang ingin membaca surat kabar tanpa terikat waktu dan tanpa dibatasi lokasi. Ciri dari internet adalah berita dapat diakses dari berbagai tempat dengan mudah dan murah. Sehingga pelanggan surat kabar yang berada di luar negeri, dapat membaca surat kabar tersebut melalui e-paper.

Kedua, koran digital dapat meningkatkan bargaining positionnya pengelola surat kabar dengan para pemasang iklan. E-paper sebagai value-added bagi pemasang iklan, karena selain di koran cetak. Iklan mereka juga akan muncul di Internet. Dengan cara ini, akan semakin banyak iklan yang bisa dijangkau.

Ketiga, koran digital tak hanya sebatas pelengkap surat kabar edisi cetak, tapi bisa menjadi revenue stream yang baru. Di halaman koran digital bisa dibuat iklan dengan format flash.

Pemasang iklan dapat memasang iklan berbentuk video, audio, dan animasi.

Keempat, pengelola media dapat menjadikan koran digital sebagai sumber pendapatan baru, dengan cara menetapkan biaya berlangganan bagi siapa pun untuk membacanya.

Kelima, koran digital merupakan salah satu solusi untuk mengatasi masalah pengiriman dan distribusi. Pada surat kabar cetak, pengiriman melibatkan mata rantai yang cukup panjang dan berjenjang, terutama pada pelanggan yang berada di luar kota dan daerah terpencil. Pengiriman tergantung pada ketersediaan sarana transportasi, sehingga jadwal tiba surat kabar di pelanggan, amat ditentukan oleh jadwal transportasi. Koran digital telah memangkas rangkaian jalur sirkulasi, sehingga pelanggan di daerah terpencil dapat membaca surat kabar digital seketika.

Keenam, koran digital membuat pelanggan dapat membaca dan mencetak berita yang diminatinya saja. Sehingga pelanggan dapat mencetak berita atau artikel tanpa perlu mencetak semua halaman koran tersebut.

Ketujuh, koran digital dapat membuat pembaca melakukan navigasi untuk melompat ke halaman yang diinginkan yaitu berita, artikel, galeri foto, iklan. Pembaca bisa langsung membuka halaman yang diinginkan secara cepat tanpa harus membuka halaman yang tidak diinginkan.

Kedelapan, koran digital dapat dibaca oleh pelanggan yang memiliki masalah dengan kualitas kesehatan matanya dengan cara memperbesar tampilan ukuran koran digital. Ukuran huruf (font) teks pada media cetak 10-12 font, dan pada koran digital ukuran teks tersebut bisa diperbesar di atas 11-12 font. Sehingga teks dan gambar pada surat kabar digital dapat dibaca secara jelas.

Era digitalisasi media massa di Indonesia dimulai pada 2008. Surat kabar digital (e-paper) menampilkan layout yang

sama persis dengan edisi cetak di depan layar komputer. Surat kabar digital dipelopori surat kabar Kontan, lalu diikuti, surat kabar Kompas, Koran Tempo, dan surat kabar Republika. Surat kabar digital membuat semua halaman surat kabar tersebut dapat dibaca dengan bentuk yang sama persis dengan edisi cetak di depan layar komputer. Fitur yang disediakan dalam layanan tersebut juga interaktif sehingga memudahkan pembaca memperoleh informasi. Antara lain fitur *thumbnail* yang menampilkan *preview* semua halaman, kirim ke teman lewat email, fitur cetak halaman hingga fitur pencarian berdasarkan keyword di semua halaman. Lebih dari itu, pembaca juga dapat melakukan pencarian tidak hanya di satu edisi saja tapi di seluruh arsip surat kabar digital. Fasilitas tambahan e-paper lainnya seperti fasilitas suara yang bisa membaca isi artikel, *download*, cetak, dan kirim e-mail, serta *add to my clipping*. Kompas digital mengadopsi segala bentuk media baru, seperti berita-berita online, blog, podcast, streaming video, dan jejaring sosial. Content Kompas.com, seperti televisi (KompasTV dan SelebTV), radio (K-Radio), dan video (VideokuTV), tampaknya diintegrasikan ke koran digital itu.

Tabel 2
e-paper surat kabar harian di Indonesia

1. <http://epaper.kompas.com/>
2. <http://epaper.mediaindonesia.com/>
3. <http://epaper.korantempo.com/>
4. <http://anax1a.pressmart.net/SuaraMerdeka/>
5. <http://epaper.pontianakpost.com/>
6. <http://versipdf.jawapos.co.id/>
7. <http://epaper.republika.co.id/>
8. <http://epaper.riaupos.info/>
9. <http://pdf.kaltimpost.net/>
10. <http://epaper.pikiran-rakyat.com/>
11. <http://www.tribun-timur.com/epaper>
12. <http://internationalbalipost.com/>
13. <http://www.poskota.co.id/e-paper>

14. <http://epaper.banjarmasinpost.co.id/>
 15. <http://solopos.com/epaper>
 16. <http://epaper.hariansumutpos.com/>
 17. <http://epaper.batampos.co.id/>
 18. <http://epaper.bangkapos.com/>
 19. <http://epaper.balipost.com/>
- <http://epaper.rakyataceh.com/>

E. Simpulan

Revolusi teknologi komunikasi telah menghasilkan teknologi dan aplikasi yang mengisi seluruh bentuk komunikasi mulai dari komunikasi interpersonal, komunikasi antarpersonal, komunikasi kelompok, dan komunikasi massa. Teknologi komunikasi telah memungkinkan setiap orang mengirim pesan melalui berbagai bentuk komunikasi. Teknologi komunikasi sebagian akan hilang dengan cepat, dan beberapa akan sukses bertahan. Beberapa media lama akan bertahan, tapi perannya akan berubah drastis atau hilang.

Media baru dan media konvensional, menjual *content* informasi yang didistribusikan kepada masyarakat. Sesuatu yang berubah adalah *platform* dan cara mengemas informasi tersebut. Informasi dalam media konvensional tidak bisa diolah kembali. Karena pesan yang ditampilkan sudah menyatu dengan *row material* media tersebut yaitu kertas atau pita celluloid. Untuk menduplikasi media konvensional harus dengan cara membuat ulang produk tersebut. Program siaran televisi atau radio yang menggunakan teknologi analog, tidak mampu diolah atau diciptakan kembali. Berbeda dengan media baru, yang berbasis digital dimana informasi tidak hanya dapat didistribusikan dan diakses, tapi juga informasi tersebut dapat diolah dan diciptakan kembali.

Di masa depan, bisnis penerbitan harus didefinisikan sebagai tindakan yang cerdas untuk memilih sesuatu yang bernilai untuk dipublikasikan. Disamping juga harus memperhatikan aspek komersial yaitu hanya menerbitkan produk yang diminati

masyarakat dan akhirnya dapat terjual dengan banyak. Disamping itu, penerbit harus memperhatikan nilai keaslian, estetika, kejelasan, dan pemasaran sebagai nilai tambah yang besar untuk meningkatkan daya saing penerbit tersebut.

Penerbit-penerbit elektronik pada awalnya berasal sebagai perusahaan penerbit tradisional. Agar penerbit tradisional ini dapat beradaptasi dengan perubahan yang terjadi dalam penerbitan elektronik, harus memilih materi yang paling berguna dan menarik, dan menyebarkan kepada masyarakat yang menantikan, dengan harga yang sesuai dengan yang dianggap sebagai nilai usahanya.

DAFTAR PUSTAKA

- Altbach, Philip G dan Damtew Teferra, 2010, Bunga Rampai Penerbitan dan Pembangunan, Grasindo, Jakarta,
- Ardianto, Elvinaro dan Edinaya, Lukiati Komala, 2004, Pengantar Komunikasi Massa, Rosdakarya, Bandung
- Baran, Stanley J & Davis Dennis, K, 2010, Teori Komunikasi Massa: Dasar, Pergolakan, dan Masa Depan, Salemba Humanika, Jakarta,
- Burton, Braeme, 2000, Membincangkan Televisi, sebuah pengantar Kepada Studi Televisi, Jalasutra, Yogyakarta,
- Cangara, Hafied, 2003, Pengantar Ilmu Komunikasi, Raja Grafindo Persada, Jakarta:
- Crateau, David dan Hoynes William, 2000, Media/Society, Industries, Images, and Audience, Pine Forge Press, London
- Crateau, David dan Hoynes William, 2006, The Business of Media: Corporate Media and The Public Interest, Pine Forge Press, London
- Fidler, Roger, 2003, Mediamorfosis, Bintang Budaya, Yogyakarta,
- Kaid, Lynda Lee, 2004, Handbook of Political Communication Research, Lawrence Erlbaum Associates, Publisher, London
- McQuail, Denis, 2011, Teori Komunikasi Massa, Salemba Humanika, Jakarta
- Mufid, Muhamad, 2005, Komunikasi dan Regulasi Penyiaran, Kencana Prenada Media Group, Jakarta
- Mulyana, Deddy, 2001, Ilmu Komunikasi: Suatu Pengantar, Rosda, Bandung.
- Moss, Sylvia & Tubbs Stewart L, 2005, Human Communication, Kontek-Kontek Komunikasi, Remaja Rosdakarya, Bandung
- Nasution, Zulkarimein, 1989, Teknologi Komunikasi, Fakultas Ekonomi UI-Press, Jakarta
- Noegroho, Agoeng, 2009, Teknologi Komunikasi, Graya Ilmu, Jakarta
- Rianto, Yan, 2010, Potret Kondisi Teknologi Informasi dan Komunikasi Indonesia 2010, Pusat Data Kementerian Komunikasi dan Informatika, Jakarta, 2010
- Rivers, William L & Peterson, Theodore & Jensen Jay W, 2003, Media Massa dan Masyarakat Modern, Prenada Media, Jakarta
- Rogers, Everett M, 1989, Communications Technology, The New Media In Society, The Free Press, New York
- Severin, Werner J & Tankard, Jr, James W, 2005, Teori Komunikasi, Sejarah, Metode dan Terapan di Dalam Media Massa, Predana Media, Jakarta
- Siregar, Amir Effendi, dkk, 2010, Potret Manajemen Media di Indonesia, Total Media, Yogyakarta
- Sumaatmadja, Dadi, 2005, Reportase Investigasi: Menelisik Lorong Gelap, Latofi Enterprise, Jakarta.
- Vivian, John, 2008, Teori Komunikasi, Kencana, Jakarta
- www.detik.com
www.vivanew.com, 27/2/2009)

