

EFEK PERKEMBANGAN TEKNOLOGI INFORMASI KOMUNIKASI (ICT) PADA MEDIA CETAK DI ERA KONVERGENSI

Siswanto

*Program Studi Sistem Komputer Fakultas Teknologi Informasi Universitas Serang Raya
fitrakbar06@gmail.com*

Abstrak - Teknologi di bidang informasi dan komunikasi saat ini mengalami revolusi. Bukan lagi evolusi yang lambat melainkan revolusi yang cenderung cepat. Semakin berkembangnya sebuah teknologi selalu diikuti update yang terus – menerus dan kemudian akan disusul dengan teknologi lainnya. Jika dahulu kita dibiasakan menonton tv atau membaca koran untuk memperoleh informasi, sekarang gaya hidup semacam itu telah berubah. Internet menyediakan segalanya. Didukung dengan smartphone, PC, laptop maupun netbook atau tablet lainnya, seluruh informasi kini berada dalam genggaman tangan. Dengan adanya konvergensi ini terdapat efek pergeseran untuk memperoleh informasi yang mulanya dari media cetak berubah ke media elektronik hal tersebut berpengaruh pada minat baca terutama di generasi muda. Untuk itu diperlukan strategi khusus untuk membatasi konten yang dimuat dalam media Online dan memberikan porsi yang lebih untuk media cetak.

Kata kunci : *Konvergensi, Media Cetak, Media Online.*

I. PENDAHULUAN

Berkembangnya ICT selama dekade terakhir membawa tren baru di dunia industri komunikasi yakni hadirnya beragam media yang menggabungkan teknologi komunikasi baru dan teknologi komunikasi massa tradisional. Pada dataran praktis maupun teoritis, fenomena yang sering disebut sebagai konvergensi media ini memunculkan beberapa konsekuensi penting. Di ranah praktis, konvergensi media bukan saja memperkaya informasi yang disajikan, melainkan juga memberi pilihan kepada khalayak untuk memilih informasi yang sesuai dengan selera mereka. Tidak kalah serius, konvergensi media memberikan kesempatan baru yang radikal dalam penanganan, penyediaan, distribusi dan pemrosesan seluruh bentuk informasi baik yang bersifat visual, audio, data dan sebagainya (Preston: 2001).

Fenomena jurnalisme online sekarang ini menjadi contoh menarik. Khalayak mengakses media konvergen alias "pembaca" tinggal meng-click informasi yang diinginkan di komputer yang sudah dilengkapi dengan aplikasi internet untuk mengetahui informasi yang dikehendaki dan sejenak kemudian informasi itupun muncul. Alhasil, aplikasi teknologi komunikasi terbukti mampu mem-by pass jalur transportasi pengiriman informasi media kepada khalayaknya. Di sisi lain, jurnalisme online juga memungkinkan wartawan untuk terus-menerus meng-up date informasi yang mereka tampilkan seiring dengan temuan-temuan baru di lapangan. Dalam konteks ini, konsekuensi lanjutnya adalah berkurangnya fungsi editor dari sebuah lembaga pers karena wartawan relatif mempunyai kebebasan untuk segera meng-up load informasi baru tanpa terkendala lagi oleh mekanisme kerja lembaga pers konvensional yang relatif panjang.

II. LANDASAN TEORI

Pada aras teoritik, dengan munculnya media konvergen maka sejumlah pengertian mendasar tentang komunikasi massa tradisional terasa perlu diperdebatkan kembali. Konvergensi menimbulkan perubahan signifikan dalam ciri-ciri komunikasi massa tradisional atau konvensional. Media konvergen memadukan ciri-ciri komunikasi massa dan komunikasi antarpribadi dalam satu media sekaligus. Karenanya, terjadi apa yang disebut sebagai demasifikasi (demassification), yakni kondisi di mana ciri utama media massa yang menyebarkan informasi secara masif menjadi lenyap. Arus informasi yang berlangsung menjadi makin personal, karena tiap orang mempunyai kebebasan untuk memilih informasi yang mereka butuhkan.

Dalam catatan McMillan (2004), teknologi komunikasi baru memungkinkan sebuah media memfasilitasi komunikasi interpersonal yang termediasi. Dahulu ketika internet muncul di penghujung abad ke-21, pengguna internet dan masyarakat luas masih mengidentikkannya sebagai "alat" semata. Berbeda halnya sekarang, internet menjadi "media" tersendiri yang bahkan mempunyai kemampuan interaktif. Sifat interactivity dari penggunaan media konvergen telah melampaui kemampuan potensi umpan balik (feedback), karena seorang khalayak mengakses media konvergen secara langsung memberikan umpan balik atas pesan-pesan yang disampaikan. Karakteristik komunikasi massa tradisional di mana umpan baliknya tertunda menjadi lenyap karena kemampuan interaktif media konvergen. Oleh karenanya, diperlukan pendekatan baru di dalam melihat fenomena komunikasi massa. Disebabkan karena sifat interactivity media komunikasi baru, maka pokok-pokok pendekatan linear (SMCRE = source à message à channel à receiver à effect/feedback) komunikasi massa terasa kurang relevan lagi untuk media konvergen.

Dalam konteks yang lebih luas, konvergensi media sesungguhnya bukan saja memperlihatkan perkembangan teknologi yang kian cepat. Konvergensi mengubah hubungan antara teknologi, industri, pasar, gaya hidup dan khalayak. Singkatnya, konvergensi mengubah pola-pola hubungan produksi dan konsumsi, yang penggunaannya berdampak serius pada berbagai bidang seperti ekonomi, politik, pendidikan, dan kebudayaan. Di negara maju semacam Amerika sendiri terdapat tren menurunnya pelanggan media cetak dan naiknya pelanggan internet. Bahkan diramalkan bahwa dalam beberapa dekade mendatang di negara tersebut masyarakat akan meninggalkan media massa tradisional dan beralih ke media konvergen. Jika tren-tren seperti itu merebak ke berbagai negara, bukan tidak mungkin suatu saat nanti peran pers online akan menggantikan peran pers tradisional. Konvergensi memberikan kesempatan baru kepada publik untuk memperluas pilihan akses media sesuai selera mereka. Dari sisi ekonomi media, konvergensi berarti peluang-peluang profesi baru di dunia industri komunikasi.

Definisi media ONLINE

Media Online atau biasa disebut dengan internet adalah hasil dari crosspolination teknologi komunikasi yang menawarkan kepada pengguna sebagai media yang berfungsi sebagai alat komunikasi antar manusia¹⁴. Media ini bisa mengantarkan teks, grafik, gambar, audio dan juga audio-video pada saat yang sama dan juga mempunyai fungsi sebagai media massa seperti halnya televisi radio juga surat kabar.

Media online disebut juga dengan media interaktif , yaitu suatu jenis media kolaboratif, mengacu pada media yang memungkinkan partisipasi aktif oleh penerima dan pengirim (interaktif)¹⁵. Definisi yang cukup teknis dinyatakan oleh *Federal Networking Council*, yang menyatakan Media Online mengacu kepada sistem informasi global yang: (1) secara logis dihubungkan oleh ruang alamat global yang unik didasarkan pada Internet Protocol (IP) atau ekstensi selanjutnya, (2). secara logis dihubungkan oleh ruang alamat global yang unik didasarkan pada Internet Protocol (IP) atau ekstensi selanjutnya, (3). menyediakan, menggunakan atau membuat dapat diakses, baik umum atau pribadi, layanan tingkat tinggi berlapis pada komunikasi dan infrastruktur terkait¹⁶.

Media online (*online media*) juga berarti media massa yang tersaji secara online di situs web (*website*) internet. Media online adalah media massa "generasi ketiga" setelah media cetak (*printed media*) –koran, tabloid, majalah, buku– dan media elektronik (*electronic media*) –radio, televisi, dan film/video. Media Online merupakan produk jurnalistik online. Jurnalistik online –disebut juga *cyber journalisme*– didefinisikan sebagai "pelaporan fakta atau peristiwa yang diproduksi dan didistribusikan melalui internet".

Dari berbagai definisi tersebut, ada beberapa hal yang dikategorikan sebagai karakteristik media online. Media online bersifat real time sehingga proses publikasi bisa dilakukan kapan saja dan dimana saja. Dapat memuat

berbagai macam model multimedia (audio, video dll) dan mendukung interaktifitas antar user. Banyak media online yang muncul tanpa membutuhkan organisasi resmi. Ciri lain adalah relatif lebih terdokumentasi karena online.

Meskipun secara prinsip media online sama dengan media cetak, namun terdapat beberapa perbedaan diantara keduanya. Media online tidak terbatas dalam hal jumlah halaman seperti halnya media cetak. Namun demi alasan kecepatan akses, keindahan desain, tingkat keterbacaan dan alasan-alasan lainnya, perlu dihindarkan penulisan naskah yang terlalu panjang.

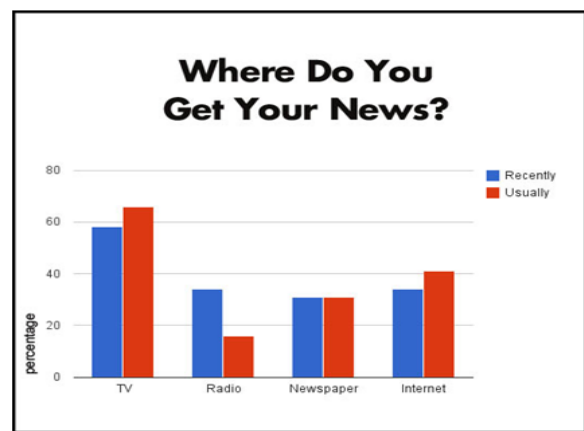
Mekanisme dalam prosedur naskah cenderung lebih simple karena media online mengejar kecepatan. Proses editing sekaligus publishing seringdilakukan oleh bagian yang sama. Mekanisme editing juga bisa dilakukan ketika sudah dipublish.

Jadwal terbit media online sangat ketat. Informasi yang disajikan oleh media online sangat real time. Ketika peristiwa itu berlangsung, pada saat itu juga media online menginformasikannya. Berbeda dengan media cetak yang perlu durasi harian, mingguan atau bulanan. Proses publikasi inheren dengan kerja bagian redaksi. Berita yang sudah ditulis sudah otomatis terdistribusi ke jaringan.

III. PEMBAHASAN

a. Perbandingan pengguna media cetak dan internet.

Kelebihan dari konvergensi media tersebut dapat menggeser keberadaan media massa khususnya media cetak. Mengapa hanya media cetak? Karena ternyata televisi masih memegang peranan tertinggi dalam menyediakan informasi bagi masyarakat. Jadi televisi saat ini belum menerima ancaman yang berarti. Sedangkan radio memiliki fungsi hiburan lebih besar dibandingkan pemberi informasi.



Sumber: *Pew Project For Excellence in Journalism*

Gambar 1. Grafik perbandingan Penggunaan media pencari informasi

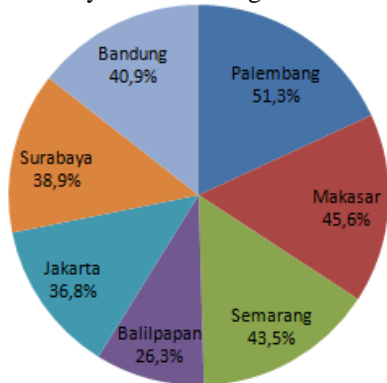
Berdasarkan data tersebut, televisi tetap menjadi sumber utama sebuah informasi. Sedangkan internet menjadi sumber kedua menggeser kedudukan surat kabar. Namun demikian berita online menjadi satu –satunya media yang mengalami peningkatan dari tahun ke tahun, sedangkan radio, surat kabar dan televisi mengalami penurunan jumlah penonton/pembaca.

Kondisi yang demikian diperkuat dengan hasil survey yang dilakukan oleh International Federation of Audit Bureaus of Circulations dan World Association of Newspapers and News Publishers dimana 59% surat kabar dunia mengalami penurunan jumlah sirkulasi, sedangkan 41% mengalami peningkatan dari tahun 2009 menuju 2010. Hal tersebut semakin menguatkan ancaman bagi media cetak di dunia.

Selain itu media cetak saat ini hanya familiar bagi generasi di atas 30 tahun. Generasi di bawah itu lebih banyak menghabiskan waktu dengan internet dan menggunakan internet sebagai sumber informasi. Berdasarkan survey yang dilakukan oleh Pew Project For Excellence in Journalism tahun 2010, 34% responden membaca berita secara online dalam 1 x 24 jam (31% memilih membaca melalui surat kabar) dan secara keseluruhan waktu, 41% membaca melalui media online dan 10% membaca melalui surat kabar. Generasi usia 18 – 29 tahun, 65% menyatakan sumber utama berita mereka adalah internet.

b. Prosentase pembaca media cetak.

Media cetak secara umum lantaran perannya kian tergeser oleh dominasi media televisi dan internet, MARS Indonesia melakukan survei terbaru tentang “Perilaku Belanja Konsumen Indonesia 2009”, termasuk di dalamnya perilaku belanja media, di delapan kota (Jakarta, Bandung, Semarang, Surabaya, Makassar, Medan, Balikpapan, Palembang) dengan jumlah responden sebanyak 5.476 orang.



Sumber: MARS Indonesia

Gambar 2. Jumlah Konsumen Indonesia Pembaca Koran (%)

Dari hasil survei tersebut terungkap, bahwa *market share* koran memang tergerus cukup dalam, sehingga secara total konsumennya kini tinggal 39,3%. Di antara delapan kota tersebut, konsumen/pembaca koran tertinggi terjadi di Palembang dengan porsi 51,3%, disusul kemudian Makassar sebanyak 45,6%, dan Semarang 43,5%. Artinya, di tiga kota tersebut minat baca koran dari warganya masih cukup tinggi.

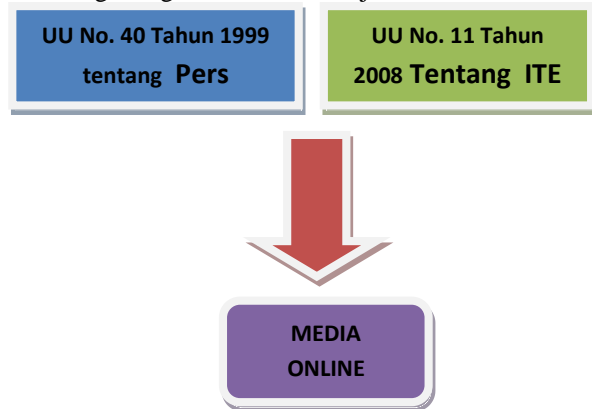
Sebaliknya, konsumen koran yang terendah terdapat di Balikpapan dengan porsi 24,6%. Jakarta memiliki konsumen koran sebanyak 36,8%, sementara Surabaya 38,9%, dan Bandung 40,9%.

c. Regulasi media online

Aturan hukum yang dimiliki Indonesia berkaitan dengan jurnalisme online cukup parsial. Tidak jelas mana yang *lex specialis*, mana yang *lex generalis*. Di sisi lain, peraturan baru yang hendak dibuat dan masuk dalam agenda program legislasi nasional, belum menjanjikan keputusan hukum yang mampu mewartakan perkembangan jurnalisme online.

Jurnalisme online dalam hukum media di Indonesia masih dipayungi dengan Undang-undang No.40 tahun 1999 tentang Pers. Dalam pasal 1 ayat (1) Undang-undang Pers disebutkan bahwa yang dimaksud dengan Pers adalah :“*Pers adalah lembaga sosial dan wahana komunikasi massa yang melaksanakan kegiatan jurnalistik meliputi mencari, memperoleh, memiliki, menyimpan, mengolah, dan menyampaikan informasi, baik dalam bentuk tulisan, suara, gambar, data dan grafik maupun dalam bentuk lainnya dengan menggunakan media cetak, media elektronik, dan segala jenis saluran yang tersedia*”

Sebenarnya jika dirujukkan kepada undang-undang lain, Indonesia memiliki undang-undang No. 11 tahun 2008 mengenai ITE (internet dan Transaksi Elektronik) yang secara khusus membahas persoalan-persoalan di wilayah online. Hanya saja, persoalan jurnalisme online dalam hal ini aktivitas yang dilakukan oleh aktivis jurnalisme warga tidak bisa serata merta dipayungi dengan undang-undang ini. Meskipun dalam konteksnya, kegiatan jurnalisme warga ini bisa dimasukkan dalam aktivitas mendistribusikan dan mentransmisikan informasi atau dokumen elektronik. Akan tetapi, undang-undang ini dibuat bukan dalam rangka menggagas persoalan distribusi informasi sebagai bagian dari aktivitas jurnalisme.



Gambar 3 Undang-Undang Media Online

d. Benchmark beberapa negara dalam regulasi teknologi informasi dan komunikasi (TIK)

1) Australia

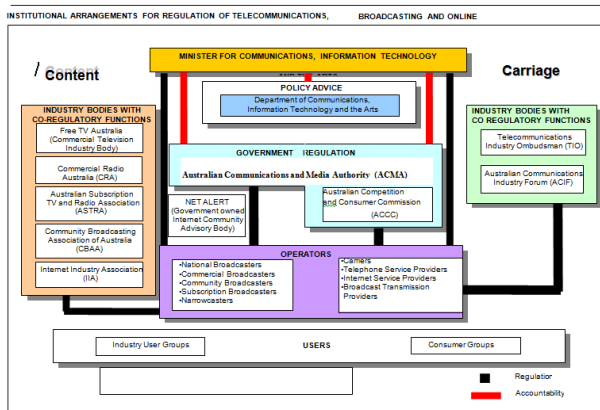
Susunan organisasi kebijakan dan regulasi TIK di Australia adalah sebagai berikut:

- a). Penetapan kebijakan TIK: Department of Broadband, Communication, and Digital Economy)
- b). Badan Regulasi:
 - i. Teknik: Sebelum Juli 2005, ada ACA (*Australian Communications Authority*)

untuk telekomunikasi dan IT) dan ABA (*Australian Broadcasting Authority* untuk Penyiaran). Namun sesudah Juli 2005, kedua badan regulasi tersebut bergabung menjadi ACMA (*Australian Communication and Media Authority*)

ii. Persaingan Usaha: ACCC (*Australian Competition and Consumer Commission*), berdasarkan Trade Practise Acts. Khusus Part XIB mengatur *telecommunications-specific regulation of anti-competitive conduct*, dan Part XIC mengenai *Acess*. ACCC juga mengawasi mengenai *price control*. Part XIC mengatur mengenai interkoneksi dan instruksi mengenai perlunya *number portability*.

2) Badan Industri yang berfungsi sebagai co-Regulator



Gambar 4. Hubungan stakeholder dan industri TIK Australia

Kecuali pada kedua Badan Regulasi dan Menteri, para operator harus memenuhi persyaratan yang dibuat oleh badan-badan yang dibentuk oleh Industri sendiri, yaitu:

- a. Mengenai operasi penyelenggaraan oleh:
 1. TIO (*Telecommunications Industry Ombudments*), mengenai keluhan pelanggan
 2. ACIF (*Australian Communications Industry Forum*), mengenai persyaratan teknik yang telah di-*indorsed* oleh ACMA
- b. Mengenai konten:
 1. Free TV Australia (*Commercial Television Industry Body*)
 2. Commercial Radio Australia (CRA)
 3. Australia Subscription TV and Radio Association (CBAA)
 4. Internet Industry Association (IIA)

Undang- Undang/Act yang mengatur TIK di Australia adalah:

- ◆ Telecommunication Act 1997 direvisi dengan Telecommunication Act
- ◆ Broadcasting Act 1992 dan direvisi dengan Broadcasting Act
- ◆ Radio Communication Act 1992

- ◆ The Telecommunications (Customer Protection and Service Standard) Act 1999- berdirinya TIO – telecommunications Ombudment organization
- ◆ The Australian Communications and Media Act 2005 – terbentuknya ACMA

3) Singapura

A. Penetapan Kebijakan: Ministry of Information, Communications and the Arts (MICA). MICA mempunyai dua misi:

- a. Mengembangkan industri yang kreatif (arts, culture, design, media) dan teknologi informasi sektor untuk menciptakan nilai ekonomi baru.
- b. Mengembangkan *a Connected Society*. Membentuk sense community yang kuat, national identity, dan masyarakat Singapura yang mengakar, dengan meningkatkan sumber daya dan kebudayaan yang terbatas, kualitas media content. Dan memperkuat pribadi melalui literacy dan access infocom untuk semua. Serta mengembangkan pengertian antara Pemerintah Singapura dan stakeholder international melalui komunikasi publik yang efektif.

B. Badan Regulasi yang terkait dengan teknologi informasi dan komunikasi:

- a. IDA (*ICT Development Authority*) – www.ida.gov.sg Undang-Undang yang mengatur pembentukan dan fungsi kewenangannya adalah:

- Info-communications Development Authority of Singapore Act (Cap. 137A)
- Telecommunications Act (Cap. 323)
- The Postal Services Act (Cap. 237^a)
- Electronic Transaction Act (Cap 88)

- b. MDA (*Media Development Authority*) – www.mda.gov.sg

Undang-undang yang mengatur pembentukan dan fungsi kewenangannya adalah:

- ◆ Media Development Authority of Singapore Act (Cap.172)
- ◆ Broadcasting Act (Cap. 28)
- ◆ Films Act (Cap. 107)
- ◆ Newspaper and Printing Presses Act (Cap 206)
- ◆ Undesirable Publications Act (Cap. 338)

IV. KESIMPULAN

Dari uraian diatas dapat diambil 3 persoalan penting dalam konvergensi media cetak dan media online pertama perkembangan jurnalisme online di Indonesia hari ini, sebagai medium penyampai pesan dan ranah kebebasan berekspresi, tentunya perkembangan jurnalisme online selayaknya mempunyai aturan sendiri. Mengingat, sifat dari jurnalisme ini berbeda dengan jurnalisme konvensional yang muncul sebelumnya dengan konsekuensi kebebasan berekspresi yang berbeda dengan jurnalisme konvensional.

Kedua diperlukan undang undang gabungan (konvergen) yang mengatur tentang publikasi di media online sehingga setiap orang tidak dapat memberikan informasi secara bebas. Ketiga untuk kantor berita dan media online yang menyampaikan informasi melalui internet harus membatasi konten beritanya (garis besar berita) untuk menarik pembaca mendapatkan versi lengkapnya di media cetak. Mudah mudahan dengan tulisan diatas antara media online dan media cetak dapat berjalan berirama tidak saling membunuh satu sama lain.

DAFTAR PUSTAKA

- [1] Deuze, Mark. Online Journalism : Modelling the First Generation of News Media on the World Wide Web. Diunduh dari http://131.193.153.231/www/issues/issue6_10/deuze/index.html
- [2] Dharmasaputra, Karaniya. 2011. Jurnalisme Online : Asal Seru dan Saru? dalam Jurnal Dewan Pers Edisi No.4 Januari 2011 Era Media Online, New Media Antara Kemerdekaan Berekspresi dan Etika. Jakarta
- [3] Singh, R. & Raja, S. (2010). *Convergence: In Information and Communication Technology*. Washington: World Bank.
- [4] Garcí'a-Murillo, M. (2005), "Regulatory responses to convergence: experiences from four countries", *Journal of Media Management*, vol. 7, no. 1, pp.20-40.
- [5] Wawan Ridwan dan Iwan Krisnadi "Regulatory Impact Analysis Terhadap Rancangan Undang-Undang Konvergensi Teknologi Informasi dan Komunikasi" *InComTech, Jurnal Telekomunikasi dan Komputer*, vol. 2, no.2, 2011
- [6] Quinn, Stephen. 2005. *Convergent Journalism*. Oxford : Focal Press
- Quinn, Stephen. 2004. *An Intersection of Ideals : Journalism, Profits, Technology, and Convergence*. In 'Convergence : The Internationa Journal of Research into New Media Technologies'. London : Sagu Publication Inc.
- [7] Wilson, T. *A Malaysian Reception Study. Media Convergence: Watching Television, Anticipating Going On-Line*. Media Asia, vol. 27 no. 1. 2000. (PDF) <http://dsi.unissula.ac.id/artikel/konvergensi-media-dan-masa-depan-media-cetak/> diakses 6 januari 2015 04.30 wib.
- [8] Undang-undang No.36 tahun 1999 tentang Telekomunikasi.
- [9] Undang-undang No.32 tahun 2002 tentang Penyiaran.
- [10] Undang-undang No.11 tahun 2008 tentang Informasi dan Transaksi Elektronik(ITE).
- [11] Undang-undang No.14 tahun 2008 tentang Keterbukaan Informasi Publik.