

Digitalisasi Masyarakat: Menilik Kekuatan dan Kelemahan Dinamika Era Informasi Digital dan Masyarakat Informasi

AG. Eka Wenats Wuryanta⁵

***Abstract:** Some adagium which have been told by modern communications growth observer show that information become one of the vital element in society. Information become a fundamental requirement so that can be expressed as the lifeblood that sustains political, social and business decision. As a consequence, society has to expose themself with the growth and new media dynamics and global communications. The rotation in production, consumption and information distribution is faster experienced of and owned by global new society system supported by economic and extention power, global information system network and also contributed by digital technology. This Paper will explain some of alternative discourse to see the excess and weakness of information technologization process which finally instruct the society at digital era.*

***Key words:** Digitalization, information society, media industry, political economics perspective, social transformation.*

Para pakar komunikasi sekarang mulai sepakat bahwa era modern ditandai dengan era informasi. Penguasaan dan hegemoni informasi bisa menempatkan kekuasaan sebagai konsekuensi logis. Prediksi dan analisis Alvin Toffler (1980) menyatakan bahwa era kemanusiaan dibagi dalam tiga era

⁵ **AG. Eka Wenats Wuryanta** adalah staf pengajar di Universitas Katolik Atma Jaya Jakarta dan Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Mercu Buana Jakarta. Aktif sebagai koordinator Program dan Penelitian Departemen Kajian Media dan Trend Budaya Institut Kajian Sosial dan Komunikasi Strategis Jakarta

pokok, yaitu era masyarakat agraris, masyarakat industri dan masyarakat informasi, telah dan sedang menjadi kenyataan umum yang mau tidak mau diakui.

Don Tapscott (1996), seorang pemerhati perkembangan teknologi informasi dan komunikasi di Amerika Serikat—dalam bukunya yang berjudul *The Digital Economy, Promise and Peril in the Age of Networked Intelligence*—menyatakan bahwa perkembangan ekonomi dunia sedang mengalami perubahan dari dinamika masyarakat industri yang berbasis pada baja, kendaraan, dan jalan raya ke arah dinamika masyarakat ekonomi baru yang dibentuk oleh *silicon*, komputer, dan jaringan (*networking*).

Beberapa adagium yang telah dikemukakan oleh para pemerhati perkembangan komunikasi modern memperlihatkan kepada setiap manusia bahwa informasi menjadi salah satu unsur konstitutif dalam suatu masyarakat. Straubhar menyatakan bahwa masyarakat informasi adalah masyarakat mempunyai aktivitas ekonomi politik-sosial melalui proses produksi, konsumsi dan distribusi informasi. Masyarakat informasi ditandai dengan intensitas yang tinggi atas pertukaran dan penggunaan teknologi komunikasi (Straubhar, 2002). Dapat dikatakan bahwa informasi menjadi kebutuhan pokok sehingga dapat dinyatakan dengan ungkapan “*information is the lifeblood that sustains political, social and business decision*”. Hal ini pula yang menyebabkan bahwa masyarakat mulai harus membuka diri dengan perkembangan dan dinamika media baru dan komunikasi global. Perputaran produksi, konsumsi dan distribusi informasi semakin cepat dialami dan dimiliki oleh sistem masyarakat baru yang global dengan didukung oleh kekuatan dan ekspansi ekonomi, jaringan sistem informasi global serta terakhir disokong oleh teknologi.

Dengan mengukur perkembangan komunikasi dari pengaruh pra-lisan, tradisi lisan, tulisan, cetakan, media massa dan akhirnya telematika dapat disimak bahwa bagaimana lambannya gerakan proses kebudayaan komunikasi tersebut pada proses awalnya, tapi kemudian terakselerasi secara cepat dan massif pada era belakangan ini (Briggs, 2002).

Teknologi dalam perkembangan arus produksi, konsumsi dan distribusi informasi memegang peranan penting. Urgensi peranan teknologi dalam proses massifikasi informasi terjadi ketika hasil teknologi membantu mengubah pola komunikasi yang dibatasi oleh ruang dan waktu menjadi pola komunikasi informasi tanpa batas. Dengan demikian, pada dasarnya teknologi bersifat baik, sehingga tidak mengherankan apabila terjadi perubahan dari media massa tradisional menjadi media massa baru. Pada akhirnya media baru dalam konteks teknologi dan globalisasi mengalami perubahan yang sedemikian

kompleks. Globalisasi menjadi salah satu faktor penting dalam industri dan teknologi media komunikasi.

Dalam wacana media komunikasi baru muncul beberapa konsiderasi atau pertimbangan yang patut diperhatikan. Beberapa konsiderasi itu adalah pemahaman masyarakat informasi dalam era digital, perkembangan teknologi media kontemporer, wacana industri media pada era informasi digital, wacana ekonomi politik dalam konteks masyarakat komunikasi digital, dan beberapa catatan etis-kritis menanggapi beberapa janji—kemudahan sekaligus ketidakpastian masa depan industri media digital modern.

PEMAHAMAN MASYARAKAT INFORMASI DIGITAL

Masalah yang jelas dalam pemahaman masyarakat informasi digital adalah sejauh mana definisi masyarakat informasi mendapat tempat dan porsi yang tepat dalam seluruh konteks perkembangan masyarakat. Pada dasarnya masyarakat informasi melekat dalam setiap tahapan masyarakat yang ada. Adalah sebuah kenyataan bahwa setiap komunitas sosial mempunyai kebutuhan dan tuntutan tindakan komunikatif-informatif. Hanya memang perkembangan dinamika sejarah kemanusiaan menempatkan komunikasi dalam konteks masyarakat informasi industrial yang dipicu dan dibantu oleh teknologi yang mampu memampatkan keterbatasan ruang dan waktu.

Seperti sudah dikatakan bahwa, masyarakat informasi merupakan masyarakat yang melihat bahwa produksi, proses dan distribusi informasi sebagai bagian dalam seluruh aktivitas sosial ekonomi. Informasi dalam konteks ini dapat dikatakan sebagai bagian dari "kapital". Konstelasi kapital dan informasi lebih dilihat sebagai proses komodifikasi informasi sehari-hari. Artinya, masyarakat melihat bahwa modal ekonomi-sosial didasarkan pada informasi, sehingga informasi telah menjadi komoditas. Itulah sebabnya, dalam masyarakat pasca-industri—yang banyak ditandai oleh komodifikasi informasi—komoditas utamanya terletak pada produksi, distribusi dan konsumsi pengetahuan.

Proses komodifikasi informasi dalam masyarakat informasi kontemporer dibantu oleh teknologi informasi. Teknologi dan media informasi pada akhirnya mempengaruhi kinerja dan pola komunikasi. Salah satu ciri dinamika teknologi informasi adalah ciri konvergensi.

PERKEMBANGAN TEKNOLOGI MEDIA KONTEMPORER

Perkembangan teknologi komunikasi modern yang bersifat konvergen merupakan proses konkruesi dari seluruh proses evolusi media massa. Ada beberapa pertimbangan yang perlu dilihat dalam wacana dinamis perkembangan teknologi media kontemporer.

Pertama, perubahan komponen dalam proses komunikasi. Konvergensi media meliputi digitalisasi, perluasan teknologi serat optik dan *networking technology*. Pemampatan, digitalisasi, kompresi dan akselerasi distribusi-produksi dan konsumsi informasi mempengaruhi nilai mental yang berpengaruh dalam seluruh proses komunikasi. Pola S – M – C – R adalah model sederhana. Pola klasik komunikasi ini diubah melalui isu inovasi kapitalisasi pengetahuan, isu virtualisasi, isu molekularisasi, integrasi jaringan, isu dan permasalahan prosumsi dan perluasan isu diskordansi.

Pertimbangan kedua adalah soal *networking* (jaringan). Jaringan memungkinkan adanya keterkaitan antara jaringan yang satu dengan jaringan yang lain. Jaringan teknologi komunikasi ini mempunyai tingkatan, baik lokal, nasional, maupun global. Tentu saja, adanya “jalan tol informasi” turut memperbaiki dan membuat jangkauan informasi menjadi lebih luas dan lebih baik.

Konvergensi teknologi komunikasi ditandai dengan warna digitalisasi. Titik utama dari proses konvergensi pada tingkat teknologi informasi adalah digitalisasi. Digitalisasi adalah proses di mana semua bentuk informasi baik angka, kata, gambar, suara, data, atau gerak dikodekan ke dalam bentuk bit (*binary digit* atau yang biasa disimbolisasikan dengan representasi 0 dan 1) yang memungkinkan manipulasi dan transformasi data (*bitstreaming*). Teknologi digital mampu menggabung, mengkonversi atau menyajikan informasi dalam berbagai macam bentuk. Apapun isi yang ditampilkan, bit dapat dieksplorasi sekaligus dimanipulasi, termasuk *cropping* informasi asli dengan pengurangan maupun penambahan.

Pertimbangan ketiga adalah teknologi multimedia. Teknologi multimedia tidak hanya mengubah cara berkomunikasi tradisional yang bersifat manual tapi juga bersifat digital, inovatif, cepat dan interaktif.

Digitalisasi telah mengubah dan melakukan transfigurasi teknologi media dan komunikasi. Jaringan telepon otomatis yang sebelumnya dioperasikan secara manual sekarang bisa dioperasikan oleh perangkat jaring-intelek komputer dengan perangkat lunak yang mampu mengkonfigurasikan jaringan cerdas (*intelligent network*) dengan fitur-fitur kompleks digital.

Dalam industri film, meski hasil akhirnya berupa seluloid, sebagian besar *editing* dikerjakan secara digital, sementara suara dan efek khusus seluruhnya dilakukan secara digital. Contoh yang paling jelas dari penggunaan teknologi ini adalah hasil efek khusus dalam film “Independence Day”, “Lords of The Ring”, “Spider Man” atau serial “Matrix”.

Digitalisasi juga mengarahkan konvergensi produk dan proses aplikasi informasi yang dapat melakukan berbagai fungsi audio-visual dan komputasi. Konvergensi produk komunikasi terjadi ketika televisi dan komputer menjadi satu produksi media sehingga akses ke internet dapat dilakukan dari pesawat televisi (lihat layanan Indovision yang menyediakan jaringan komputer dengan *band-width* yang cukup lebar atau yang bisa disebut *broadband channel*). Sebaliknya, siaran televisi dapat dinikmati lewat internet secara *real time*.

Produk kombinasi lainnya bisa dilihat dengan hadirnya perangkat telepon selular yang disertai dengan berbagai macam layanan dan fasilitas modern. Telepon selular modern selain mempunyai kemampuan untuk melakukan hubungan telepon konvensional, media komunikatif tersebut juga bisa mengirim SMS (Short Message Service) atau MMS (Multimedia Message Service) dengan kemampuannya untuk memproduksi, menerima, mengolah atau mengirim gambar, suara, data, bahkan melakukan aktivitas “berselancar” dalam internet. Begitu juga dengan teknologi mencetak yang menggabungkan alat cetak, pemindai (*scanner*), fotokopi, mesin faksimili, dan telepon menjadi satu. Belum lagi teknologi telepon selular sudah masuk pada generasi ketiga dan selanjutnya, yang tentunya semakin banyak dan lebar *band* frekuensi yang dipunyainya.

Konvergensi memungkinkan terjadinya penggabungan (*merger*) perusahaan yang terkait dengan industri komputer, telekomunikasi, dan media. Microsoft berinvestasi dalam bidang penyiaran, televisi kabel, satelit, penerbitan, dan industri internet. AT&T yang membeli televisi kabel Tele-Communication Inc (TCI). Singapore Technologies Telemedia membeli saham mayoritas PT Indosat Tbk. PT Indosat Tbk. sendiri juga mempunyai *output* produk dalam usaha sambungan langsung internasional, sambungan lokal di Indonesia, dan bisnis internet. Indosat sendiri telah mengembangkan hubungan antara sistem digital selular pada Matrix, Mentari dan IM3. Hal itu juga dikembangkan oleh PT Telkom yang tidak hanya melayani sambungan telepon dan internet (Telkomnet Instant).

Dalam istilah konvergensi atau pemampatan industri digital akan tergambar ketika pada industri lama perusahaan komputer didefinisikan sebagai produsen perangkat lunak (*soft-ware*) dan keras (*hard-ware*), penerbit bergerak dalam teknologi cetak serta perusahaan telekomunikasi didefinisikan sebagai

penjual jasa telekomunikasi, mengoperasikan jaringan atau membuat perangkat. Momen-momen dinamis teknologi komunikasi semakin mengaburkan batas-batas media konvensional dan pengertian-pengertian yang dikonseptualisasi dalam ilmu komunikasi. Dalam industri media dan komunikasi digital yang ada serta berperan adalah peralatan informasi, sehingga produksi dan konsumsi media baru dibedakan pada tingkatan-tingkatan dari kreasi isi hingga konsumsi akhir.

Industri yang dikembangkan oleh penerbit, studio film maupun stasiun televisi sudah merambah pada soal isi media. Hal ini terjadi karena dalam teknologi digital dapat dilakukan konversi data yang murah, cepat dan efisien dari media satu ke model media yang lain. Ini bisa dilihat dengan dijadikannya film menjadi permainan. Film terakhir James Bond “Die Another Day”, Lord of The Ring: The Return of King, atau rangkaian acara televisi yang berjudul “Smack Down” tersedia versi permainan virtualnya untuk bisa dimainkan di komputer atau dalam *play-station* sampai generasi ke-2. Permainan Street Fighter atau Tomb Raider produksi Eidos Interactive yang bisa dimainkan lewat perangkat seperti Playstation, komputer, kemudian dibuat filmnya. Penerbit buku kini dapat juga memasarkan bukunya dalam bentuk CD-ROM.

Konvergensi televisi dan komputer disatukan dengan jaringan yang meruncingkan industri TV kabel, yang menggunakan *coaxial cable* dengan menggunakan teknologi *Hybrid Fiber Coax*. Teknologi ini memungkinkan layanan televisi dikonvergensi dengan fasilitas akses internet berkecepatan tinggi dan *IP telephone* yang memungkinkan komunikasi suara ke PSTN, ISDN atau GSM. Selain TV kabel, teknologi digital juga memungkinkan untuk mengembangkan *broadcasting television* melalui sambungan satelit atau siaran televisi melalui alamat web internet.

WACANA INDUSTRI MEDIA DIGITAL MODERN

Paradigma masyarakat informasi memberikan akibat yang tidak sedikit atas perkembangan industri media digital dan proses digitalisasi masyarakat. Setidaknya industri media digital memiliki karakter yang unik pada masalah produksi, distribusi dan proses komodifikasi pesan komunikasi masyarakat.

Teknologi dalam industrialisasi media begitu krusial. Industrialisasi media komunikasi membutuhkan teknologi untuk menjadi perpanjangan tangan yang efektif menaikkan skala keuntungan ekonomi yang diperoleh, tapi tetap ada beberapa argumentasi yang perlu dikaji, selain argumentasi ekonomi. Pertama, adalah argumentasi budaya komunikasi yang berkembang. Argumentasi ini mau memperlihatkan adanya perkembangan atau perubahan

mobilitas manusia dan keterbatasan ruang dan waktu bisa mempengaruhi pola komunikasi manusia. Mobilitas manusia atau masyarakat diimbangi dengan proses teknologi digital yang dibantu oleh media massa modern.

Kedua, adalah argumentasi perkembangan sistem ekonomi, sosial dan budaya yang dihidupi oleh manusia modern. Setidaknya perlu dikaji soal relasi signifikan antara perkembangan sistem ekonomi, sosial dan budaya dengan soal urgensi pemanfaatan teknologi dalam industrialisasi media digital.

Ketiga, adalah argumentasi subjektif manusia yang selalu tidak merasa puas dengan perkembangan media komunikasi modern. Alat komunikasi perlu disesuaikan dengan pola pikir dan pola tindakan manusia setempat

Beberapa keyakinan yang menyertai teknologi sebagai sebuah sistem dan praksis. Teknologi sebagai suatu sistem nilai dan praksis kerja yang mengikutinya berada dalam konstelasi proses progres. Dinamisasi efisiensi dan tujuan tertentu mau tidak mau mengandaikan progres dalam teknologi. Efisiensi industri dan teknologi mengakibatkan mekanisasi, otomatisasi, massifikasi produksi dan konsumsi, ekspansi distribusi dan stabilisasi sumber alam yang dipakai untuk perkembangan teknologi itu sendiri.

Industrialisasi produksi isi dan ragam media komunikasi berproses untuk semakin: konvergen dalam hal teknologi media yang ada, digital, mengoptimalkan teknologi serat optik dan teknologi jaringan pada simpul-simpul teknologi komunikasi modern (Dahlan, 2000). Industrialisasi distribusi isi dan ragam media juga akan banyak dipengaruhi oleh soal perubahan yang terjadi pada perangkat dan sarana media komunikasi itu sendiri.

Tingkat mobilitas yang tinggi dalam distribusi media modern sudah menjadi tuntutan yang wajar dalam masyarakat informasi. Tingkat mobilitas dan arus lalu lintas informasi telah menjadi pola perubahan sistem distribusi dalam media massa. Selain itu, media komunikasi modern juga memusatkan pola duplikasi, sistem satelit, digitalisasi informasi jarak jauh, tele-text dalam seluruh proses distribusi media komunikasi modern.

Argumentasi hubungan teknologi dengan media informasi adalah logika perkembangan yang ekspansif proses komunikasi publik secara global. Masyarakat tidak bisa lagi mengelakkan diri dari proses komunikasi. Komunikasi sudah menjadi kebutuhan utama. Komunikasi membutuhkan media untuk menjadi penghantar (menyangkut teknologi informasi yang mempermudah manusia mengirim dan menerima pesan). Ketika ruang dan waktu menjadi faktor yang membatasi proses komunikasi maka diperlukan teknologi yang mengusahakan masalah tersebut. Teknologi komunikasi dibuat dan dikembangkan untuk menyokong proses komunikasi manusia.

Perkembangan komunikasi sangat luar biasa. Perkembangan dramatik teknologi komunikasi tidak terletak pada soal sistem perangkat kerasnya saja tapi sudah menyangkut soal bagaimana membuat interkoneksi jaringan komunikasi. Teknologi komunikasi bukan sekedar soal barang tapi juga soal teknologi jaringan itu sendiri.

Teknologi komunikasi merupakan perangkat yang membutuhkan biaya yang tinggi, dengan demikian hanya pemilik modal besar saja yang mampu menguasai teknologi, maka tidak mengherankan apabila industrialisasi dan teknologisasi media komunikasi membawa industri media pada usaha konglomerasi.

WACANA EKONOMI POLITIK KRITIS-ETIS DIGITALISASI MASYARAKAT

Dari bagian sebelumnya, wacana industri media digital modern dan proses digitalisasi masyarakat tidak bisa dilepaskan dari proses ekonomi politik media yang juga berkembang sampai sekarang. Dalam wacana ekonomi politik media digital modern, terdapat beberapa hal yang perlu diperhatikan.

Pertama, perkembangan teknologi digital, industri media digital, serta digitalisasi masyarakat informasi tidak bisa dipisahkan dengan proses komersialisasi dan massifikasi kapitalisme modern. Dengan demikian, seturut dengan proses kapitalisasi media digital, maka proses digitalisasi masyarakat melibatkan tiga proses utama ekonomi politik media modern, yaitu komodifikasi, spesialisasi dan strukturasi. Digitalisasi informasi dalam masyarakat melibatkan proses komodifikasi, yaitu proses transformasi barang-jasa, dalam hal ini informasi dan proses komunikasi, dari nilai guna menjadi nilai tukar. Nilai tukar informasi semakin direkonfigurasi melalui bilangan biner yang dikonversi dalam teknologi suara-gambar dan data.

Digitalisasi informasi dalam masyarakat melibatkan proses spesialisasi, yaitu proses pemampatan batasan ruang dan waktu dalam kehidupan sosial. Selain bidang teknis, spesialisasi juga mempunyai makna bahwa digitalisasi informasi memberikan perpanjangan institusi media dalam bentuk korporasi yang semakin besar dan efektif. Perpanjangan spasial industri media digital membawa konsekuensi pada ekstensi vertikal dan horizontal. Strukturasi media digital dan digitalisasi informasi masyarakat membawa hubungan yang semakin erat antara agen, proses struktural dan praktek sosial. Dalam media digital yang bersifat interaktif, terdapat proses interaksi yang semakin interdependen antara agen dengan struktur sosial yang melingkupinya (Mosco, 1996). Persoalan

dalam poin pertama ini berupa pertanyaan kritis yaitu sejauh mana akhirnya masyarakat bisa membentuk dirinya untuk menjadi pelaku aktif dan kritis atas seluruh proses dan teknologisasi media digital ?

Teknologi dan media digital mempunyai kemampuan untuk memacu percepatan dan pembuatan jaringan baru. Laju pertumbuhan dan perkembangan informasi bersifat eksponensial (Dahlan, 2000). Ini berarti bahwa informasi yang diterima oleh masyarakat atau tiap orang bisa merupakan banjir informasi. Masyarakat semakin dibanjiri produksi informasi yang dibawa oleh media digital dan jaringan media komunikasi massa, baik yang bersifat lokal-regional dan internasional. Proses komodifikasi, strukturasi dan spesialisasi membuat informasi seperti air bah yang menerpa masyarakat. Terpaan informasi di satu sisi bisa membuat manusia yang lapar informasi bisa mendapatkan informasi yang diperlukan, tapi di lain pihak terpaan informasi bisa membuat situasi beban berlebih atas seluruh proses informasi yang diterima oleh setiap manusia atau masyarakat. Dalam hal ini, muncul kontradiksi masyarakat informasi yaitu, di satu pihak terjadi banyak dan banjir informasi dan pada saat yang sama terjadi kesulitan masyarakat untuk mencerna informasi yang diterima. Situasi kelebihan beban informasi yang dialami oleh masyarakat membuat masyarakat sendiri tidak mampu memanfaatkan informasi untuk membangun dan mengkonstruksi tata sosial yang lebih baik.

Kedua, adalah masalah komodifikasi informasi. Perubahan nilai guna menjadi nilai tukar pada setiap informasi juga semakin menempatkan makna informasi sebagai sesuatu yang bersifat komersial. Informasi pada tataran wacana ilmu komunikasi diartikan sebagai sesuatu yang bersifat “entropi”. Informasi adalah sesuatu yang belum secara utuh diketahui dan tak terduga. Nilai informasi justru terletak pada soal ketidakpastian dari yang diinformasikan. Titik tolak nilai informasi justru dari derajat ketidakpastiannya (Littlejohn, 2002). Komersialisasi informasi menempatkan informasi sebagai barang atau jasa yang mampu memberikan pemenuhan rasa ingin tahu masyarakat. Dalam proses selanjutnya, informasi justru semakin membawa masyarakat pada ketidakcerdasan dalam membedakan mana yang hakiki dan mana yang semu, memilah mana yang gosip dan mana yang fakta. Komodifikasi digital mampu menyediakan ruang-ruang “simulacra”.

Dalam perkembangan masyarakat kapitalisme modern, komodifikasi digital mengembangkan proses rekonfigurasi masyarakat yang tradisional menjadi masyarakat konsumen informasi. Logika informasi telah berkembang dan mempengaruhi sikap konsumtif masyarakat. Ini berarti bahwa masyarakat tidak lagi membawa bentuk konsumsi informasi dalam bentuk nilai guna atau utilitasnya tapi lebih banyak akan berkaitan dengan logika sosial dan gaya

budaya baru yang semakin terisolasi dan teralienasi dari kebutuhan manusia yang sesungguhnya. Logika digital dalam berbagai macam bentuk isi pesannya memang memperkaya khasanah kebudayaan kontemporer, tapi di lain pihak terjadi pemutarbalikan logika episteme yang dipunyai oleh masyarakat. Sistem produksi media digital telah membawa struktur produksi dan konsumsi (produser, *marketer*, iklan) mampu membentuk struktur konsumen, bukan sebaliknya. Logika digital juga membawa pada situasi di mana terjadi “fethisisme komoditas informasi”, dalam arti bahwa informasi yang merupakan sesuatu yang abstrak dijadikan sumber interpretasi realitas yang bersifat konkret. Pencitraan yang dikonstruksi oleh media digital bisa dimanfaatkan untuk membentuk citra “sewenang-wenang” yang dilakukan oleh para pelaku media.

Digitalisasi informasi yang dikembangkan oleh teknologi digital bisa membuat apa saja menjadi mungkin, telah menempatkan logika tanda dalam pencarian kebenaran manusia menjadi soal massifikasi permainan simbol. Tidak hanya sampai di situ saja, digitalisasi masyarakat semakin menempatkan masyarakat menjadi “penonton” kosong yang dibanjiri sejumlah besar informasi. Memang terjadi keterpesonaan atas kemajuan digital dan bentuk kenyamanan sensualistik, sekaligus rimba informasi digital tersebut justru membuat ruang personal dan privat yang semakin sempit. Reduksi digitalistik dalam ruang pribadi masyarakat tidak menutup kemungkinan menimbulkan kehampaan baru atas proses pemaknaan realitas yang seharusnya dilakukan oleh setiap pribadi.

Ketiga, perubahan dalam industri teknologi digital membawa konsekuensi yang tidak sedikit dalam proses ekonomi politik media kontemporer. Setidaknya ada beberapa watak yang unik dalam proses digitalisasi industri media dan masyarakat. Watak konvergensi merupakan watak integrasi dari beberapa media menjadi satu media pokok. Watak demassifikasi media semakin nampak di mana komunikasi tidak mutlak dimulai dari sumber atau media yang menentukan isi pesan dan tujuan komunikasi, tetapi juga oleh penerima komunikasi yang berinteraksi satu sama lain. Watak divergensi media terjadi ketika media digital menjadi lebih personal. Ini berarti, media dalam arti tertentu, dituntut untuk semakin spesialis. Hal ini membawa konsekuensi ekonomi dan politik tersendiri pula. Watak kompetisi dalam pasar media modern semakin tinggi dan membutuhkan bentuk *networking* yang semakin global. Watak variabilitas informasi dituntut oleh konsumen modern. Variabilitas ini mengakibatkan konglomerasi informasi untuk membuka peluang penyediaan informasi secara lebih massal dan luas.

Keempat, wacana ekonomi politik digitalisasi masyarakat juga harus dilihat dalam proses transformasi masyarakat itu sendiri. Artinya, bahwa digitalisasi masyarakat mengarah pada kekuatan pasar yang optimis untuk memasuki kompetisi teknologi baru. Selanjutnya transformasi digitalisasi masyarakat juga menekankan pemberdayaan dan penyebaran tanggung jawab sosial atas seluruh dampak yang diakibatkan oleh teknologi digital. Berikutnya, perubahan yang menyentuh komponen masyarakat dalam berbagai perannya di sekian skala yang mempunyai pertimbangan kesadaran atas informasi, pengetahuan, teknologi, imajinasi, komitmen dan kebebasan sebagai pertimbangan yang mengatasi teknologi. Artinya, teknologi digital mampu melayani kebutuhan manusia.

WACANA AKHIR: LANGKAH KE DEPAN

Permasalahan yang dihadapi saat ini adalah apakah memang orang Indonesia benar-benar siap melangkah menjadi masyarakat informasi serta bagaimana perkembangan citra dan budaya teknologi informasi di Indonesia. Dengan demikian, perkembangan teknologi komunikasi mencakup persiapan masyarakat informasi di Indonesia. Ada beberapa pertimbangan yang perlu ditarik dalam hal ini.

Pertama adalah soal penentuan konsep teknologi dan masyarakat komunikatif macam apa yang mau dibangun. Pertanyaan tersebut bukan pertanyaan yang terlambat untuk dijawab sekarang ini. Masyarakat kita perlu mengadopsi teknologi komunikasi tanpa meninggalkan nilai budaya setempat. Perkembangan teknologi dan industri komunikasi memang harus dilihat secara paralel dengan proses industri dengan logika internal yang menyertainya, tetapi tetap saja teknologi dan industri digital harus dilihat secara kritis. Artinya, proses perkembangan digitalisasi masyarakat justru tidak semakin mengalienasikan manusia dari struktur yang lebih besar atau bahkan mereduksi manusia ke dalam residu teknologistik belaka.

Kedua, perkembangan teknologi mempengaruhi transformasi sosial. Transformasi sosial yang seimbang dan sesuai dengan kekuatan sosial masyarakat. Transformasi itu meliputi integrasi optimisme industri dan teknologi komunikasi, pemberdayaan partisipasi masyarakat—kewenangan negara dan kekuatan swasta—untuk semakin bertindak dan bertanggungjawab secara sosial, transformasi regulasi yang diperlukan untuk aturan main bersama terutama dalam hal perkembangan industri dan teknologi media, aspek transformasi kepemimpinan dalam menemukan dan menciptakan ekonomi baru sebagai perluasan lapangan kerja dan akses informasi yang lebih luas.

Ketiga, perubahan citra teknologi komunikasi itu sendiri. Perubahan citra teknologi komunikasi didorong untuk bisa menciptakan adopsi inovasi. Adapun adopsi teknologi inovasi itu meliputi pemanfaatan komparatif praktek hidup, kompatibilitas nilai dengan kebutuhan masyarakat, kesederhanaan pemakaian, tersedia setiap saat, terbukti bermanfaat.



DAFTAR PUSTAKA

- Briggs, Asa. 2002. *A Social History of The Media: From Gutenberg to the Internet*. Cambridge: Polity Press
- Dahlan, Alwi. 2000. *Perkembangan Industri dan Teknologi Media*, makalah untuk pelengkap kuliah Industri dan Teknologi Komunikasi Semester Genap 1999/2000, Jakarta: Universitas Indonesia:
- Straubhaar, Joseph dan Robert La Rose. 2002. *Media Now: Communication Media in the Information Age*: Australia: Wadsworth
- Tapscott, Don. 1996. *The Digital Economy Era: Promise and Peril in the Age of Networked Intelligence*, New York: McGraw Hill.
- Toffler, A..1980. *The Third Wave*, New York: Morrow:
- Littlejohn, Stephen W. 2000. *Theories of Human Communications*. 7th Ed. Belmont: Wadsworth Publishing Company.