

Kemajuan Teknologi Informasi dan Komunikasi dalam Industri Media di Indonesia

Oleh

Anita Septiani Rosana*)

Abstraksi

Masyarakat tanpa komunikasi adalah sebuah kemustahilan. Seiring dengan perkembangan dan kemajuan teknologi informasi dan komunikasi, masyarakat juga mengalami perubahan dalam segala aspek kehidupannya. Takterkecuali juga di bidang industri media di Indonesia. Perkembangan teknologi informasi dan komunikasi secara langsung maupun tidak langsung telah mempengaruhi keberadaan industri media.

Kata kunci : teknologi informasi dan komunikasi,
industri media

Pendahuluan

Kemajuan Teknologi informasi dan Komunikasi telah membuka tahap baru bagi masyarakat untuk memperoleh informasi secara otonom. Sekat-sekat informasi dengan sendirinya menghilang oleh inisiatif kuat individu yang ingin mengetahui lebih jauh apa yang terjadi sekitarnya. Masyarakat memiliki akses terhadap sumber informasi dimanapun mereka berada. Konsekuensinya, masyarakat menjadi kritis dan tanggap terhadap banyak hal yang berkembang.

Perkembangan teknologi informasi dan komunikasi (*information and communication technology - ICT*) merupakan suatu yang harus ada dan diikuti oleh masyarakat modern saat ini. Pengembangannya dianggap

sebagai solusi dari permasalahan yang ada. Sumbangan teknologi informasi dan komunikasi terhadap peradaban dan kesejahteraan manusia tidaklah dapat dipungkiri. Seperti yang kita ketahui bahwa di era serba modern seperti saat ini, peran teknologi informasi dalam kehidupan sehari-hari tentunya sangat berpengaruh. Hal ini tidak terlepas dari aktivitas kita yang kerap kali ditunjang dengan teknologi informasi itu sendiri yang mampu menjawab tuntutan pekerjaan yang lebih cepat, mudah, murah dan menghemat waktu. Kemajuan teknologi menjadi jawaban dari kemajuan globalisasi yang kian menyelimuti dunia. Suatu kemajuan yang tentunya akan memberikan dampak bagi peradaban masyarakat.

Perkembangan teknologi dan komunikasi yang begitu pesat, telah memunculkan adanya sebuah media baru. Keberadaan media baru ini diantaranya adalah munculnya internet. Internet sebagai sebuah produk teknologi komunikasi, meski sudah berkembang sejak puluhan tahun yang lalu, namun hingga saat ini keberadaannya semakin dibutuhkan oleh hampir semua masyarakat dunia. Masyarakat tidak hanya merasakan kelebihan internet tetapi juga merasakan dampak negatif adanya internet.

Permasalahan

Berkembangnya teknologi informasi dan komunikasi, membawa tren baru di dunia industri media massa di Indonesia, yaitu hadirnya beragam media yang menggabungkan teknologi komunikasi baru dan teknologi komunikasi tradisional. Konvergensi media telah mengubah komunikasi pada saat layanan baru yang semakin luas dapat dicapai, maka semuanya itu telah mengubah

cara hidup, cara berkomunikasi, persepsi, dan keyakinan seseorang. *Information and Communication Technology* (ICT) merupakan teknologi digital dengan berbagai sifat dasar yang melekat padanya, dalam suatu industri media, yang secara optimistik akan mentransformasi sifat pekerjaan ke arah lebih efektif, efisien, dan kreatif.

Adapun permasalahan yang dapat dirumuskan dalam adalah bagaimanakah pemanfaatan teknologi informasi dan Komunikasi dalam industri media di Indonesia?

Pembahasan

1. Definisi Teknologi, Informasi dan Komunikasi (TIK)

Teknologi, informasi dan komunikasi adalah sistem atau teknologi yang dapat mereduksi batasan ruang dan waktu untuk mengambil, memindahkan, menganalisis, menyajikan, menyimpan dan menyampaikan data menjadi sebuah informasi. Pemahaman yang lebih umum istilah tersebut mengarah pada perkembangan teknologi komputer dan telekomunikasi/multimedia (dalam berbagai bentuknya), yang telah memiliki berbagai kemampuan sebagai pengolah data/informasi, alat kontrol, alat komunikasi, media pendidikan, hiburan dan lainnya. Teknologi informasi tidak bisa dilepaskan dengan teknologi komputer dan teknologi komunikasi.

Ketergantungan manusia terhadap teknologi informasi dewasa ini semakin terasa. Banyak orang rela membayar mahal untuk mendapatkan sebuah informasi. Informasi menjadi sesuatu yang tak ternilai harganya. Seperti yang diungkapkan Hartono (1990:7) bahwa informasi ibarat darah yang mengalir di dalam tubuh organisasi sehingga jika suatu system kurang

mendapatkan informasi maka akan menjadi luruh, kerdil dan akhirnya mati. Tidak mengherankan jika dewasa ini TI (Teknologi Informasi) berkembang demikian pesat. Berbagai *hardware* dan *software* telah tercipta dan tersedia dengan model dan harga sangat variatif untuk memenuhi.

Kebutuhan informasi yang lengkap, akurat, cepat, tepat, mudah dan murah yang mampu menembus batas ruang dan waktu. Tuntutan penguasaan dan penggunaan teknologi informasi, bagi individu maupun organisasi/perusahaan dewasa ini semakin nyata dikarenakan beberapa hal sebagai berikut:

- a. Ketatnya persaingan di pasar global sehingga kecepatan memperoleh informasi sangat menentukan dalam mengatur strategi bersaing.
- b. Perubahan pasar yang demikian cepat menuntut penguasaan teknologi informasi untuk mencermati dan mengantisipasinya.
- c. Perkembangan IPTEKS mutakhir menuntut penggunaan dan pemanfaatan teknologi informasi yang semakin optimal.
- d. Tuntutan kemudahan akses untuk membangun relationship dalam pengembangan diri maupun organisasi.
- e. Teknologi Informasi telah menjadi trend kehidupan di era global.

Teknologi informasi sangat terkait dengan teknologi komputer dan komunikasi. Hal ini menjadikan teknologi informasi seringkali disebut juga dengan ICT (*Information dan Communication Technology*). (Hartono, 1990: 8)

Rogers (1986:4-5) dalam Rahardjo (2011:7) menguraikan tiga ciri utama yang menandai kehadiran

teknologi komunikasi baru, yaitu *interactivity*, *de-massification*, dan *asynchronous*. *Interactivity* merupakan kemampuan system komunikasi baru (biasanya merupakan sebuah computer sebagai komponennya) untuk berbicara balik, *talk back*, kepada penggunanya, hampir seperti seorang individu yang berpartisipasi dalam sebuah percakapan.

Sifat kedua adalah *de-massification*, artinya tidak bersifat massal. Bahwa suatu pesan khusus dapat dipertukarkan secara individual diantara para partisipan yang terlibat dalam jumlah yang besar. Ciri yang ketiga adalah *asynchronous*, artinya bahwa teknologi komunikasi baru mempunyai kemampuan untuk mengirimkan dan menerima pesan pada waktu-waktu yang dikehendaki oleh setiap individu peserta.

2. Sekilas tentang Media Baru (*New Media*)

Media baru adalah berbagai perangkat teknologi komunikasi yang berbagi ciri yang sama, dimana selain baru, yang dimungkinkan dengan digitalisasi dan ketersediaanya yang luas untuk penggunaan pribadi sebagai alat komunikasi. (McQuail, 2010:148). Media baru sangat beragam dan tidak mudah untuk didefinisikan, tetapi media baru dan penerapannya diberbagai wilayah memasuki ranah komunikasi massa atau secara langsung atau tidak langsung mempunyai pengaruh terhadap media massa "tradisional". Fokus utama dari media baru ini adalah internet.

Istilah yang dipakai sebagai media online, diantaranya : cyber media, media dotcom, media online, dan jurnalisme online. Generasi awal di Indonesia memasuki era baru sejak 1998, ketika muncul situs

berita berbasis internet. Pada era 2001-2002 muncul puluhan situs, seperti astaga.com, satunet.com, lippostar.com. Era kebangkitan baru pada 2007-2008 dengan munculnya situs-situs baru seperti okezone.com, inilah.com, kompas.com dan tempointeraktif.com.

Fenomena perkembangan blogger dan citizen online journalism yang begitu pesat di negara maju juga menjadi pemicu berkurangnya audience media cetak. Media baru, khususnya *online* dan *mobile* berkembang seiring dengan munculnya generasi digital yang lebih akrab dengan internet dan handphone. Media online jauh lebih murah karena tidak tergantung logistic (kertas) percetakan, distribusi yang membutuhkan tenaga kerja sangat banyak.

Dalam catatan McQuail (2010:141), ada perubahan-perubahan penting yang berhubungan dengan munculnya media baru, yaitu :

1. Digitalisasi dan konvergensi semua aspek dari media
2. Interaktifitas dan konektifitas jejaring yang meningkat.
3. Mobilitas dan delokalisasi pengiriman dan penerimaan (pesan)
4. Adaptasi publikasi dan peran-peran khalayak.
5. Munculnya beragam bentuk baru dari media "gateway", yaitu pintu masuk untuk mengakses informasi pada web atau untuk mengakses web itu sendiri.
6. Fragmentasi dan kaburnya "institusi media"

McQuail (2004:144) menguraikan beberapa ciri-ciri utama yang menandai perbedaan media baru dengan media lama (konvensional), antara lain :

1. Interactivity

Diindikasikan oleh rasio respon atau inisiatif dari pengguna terhadap "tawaran" dari sumber atau pengirim pesan.

2. Social Presence (sociability)

Dialami oleh pengguna, sense of personal contact dengan orang lain dapat diciptakan melalui penggunaan sebuah mediaum.

3. Autonomy

Seorang pengguna merasa dapat mengendalikan isi dan menggunakannya dan bersikap independen terhadap sumber.

4. Playfullnes

Digunakan untuk hiburan dan kenikmatan

5. Privacy

Diasosiasikan dengan penggunaan medium dan atau isi yang dipilih.

6. Personalization

Setiap individu adalah unik. Biarkan mereka memilih apa yang akan mereka gunakan dan butuhkan.

Adapun karakteristik media baru menurut Feldman (1997) dalam Hastjarjo (2012: 144), menyebutkan bahwa media baru memiliki setidaknya lima karakteritik yang dapat kita lihat, yaitu:

1. Media baru mudah dimanipulasi.

Hal ini sering kali mendapat tanggapan negatif dan menjadi perdebatan, karena media baru memungkinkan setiap orang untuk memanipulasi dan merubah berbagai data dan informasi dengan bebas.

2. Media baru bersifat *networkable*.

Artinya, konten-konten yang terdapat dalam media baru dapat dengan mudah *dishare* dan dipertukarkan

antar pengguna lewat jaringan internet yang tersedia. Karakteristik ini dapat kita sebut sebagai kelebihan, karena media baru membuat setiap orang dapat terkoneksi dengan cepat dan memberi solusi terhadap kendala jarak dan waktu antar pengguna.

3. Media baru bersifat *compressible*.

Konten-konten yang ada dalam media baru dapat diperkecil ukurannya sehingga kapasitasnya dapat dikurangi. Hal ini memberi kemudahan untuk menyimpan konten-konten tersebut dan men-*sharenya* kepada orang lain.

4. Media baru sifatnya padat.

Dimana kita hanya membutuhkan *space* yang kecil untuk menyimpan berbagai konten yang ada dalam media baru. Sebagai contoh, kita hanya memerlukan satu PC yang terkoneksi dengan jaringan internet untuk dapat menyimpan berbagai informasi dari berbagai penjuru dunia dalam PC tersebut.

5. Media baru bersifat imparsial.

Konten-konten yang ada dalam media baru tidak berpihak pada siapapun dan tidak dikuasai oleh segelintir orang saja. Karena itulah media baru seringkali disebut sebagai media yang sangat demokratis, karena kapitalisasi media tidak berlaku lagi. Setiap orang dapat menjadi produsen dan konsumen secara bersamaan dan setiap pengguna dapat berlaku aktif disana.

Secara karakteristik, media baru sangat berbeda karakteristiknya dengan media lama. Pada media lama, interaktivitas tidak terjalin dan gap diantara komunikator dengan komunikan sangat terlihat sekali.

Sebaliknya, media baru membawa potensi hubungan yang interaktif diantara pengguna serta membangun hubungan yang setara antara pengirim dan penerima pesan. Kemudahan-kemudahan yang ditawarkan oleh media baru dapat kita lihat sebagai kelebihan atau sisi positif dari media baru. Tapi kita juga tidak boleh menutup mata bahwa media baru juga memberikan beberapa dampak negatif yang harus kita waspadai.

Sedangkan, beberapa kelemahan media online lain antara, yang pertama, jurnalisme *online* punya tantangan sendiri. Kecepatan yang menjadi keunggulannya, dapat cenderung mengorbankan akurasi berita. Kedua, *Copy paste* dan isu plagiarisme mudah dilakukan sehingga mengabaikan hak milik intelektual. Selain itu dapat mendorong jurnalis menjadi malas.

Perkembangan teknologi informasi dan komunikasi menimbulkan berbagai dampak diberbagai bidang di masyarakat. Industri media sekarang ini bertransformasi mengikuti perubahan teknologi informasi dan komunikasi yang penyajiannya lebih mudah, murah, dan cepat. Keberadaan "new media" telah menggeser kedudukan media lama. Kehadirannya telah membawa banyak perubahan pada pola kehidupan masyarakat, budaya, dan cara berpikir masyarakat di hampir segala aspek kehidupan manusia. "Kehadiran media baru (*new media*) ini akan menggeser media massa konvensional. Media baru tersebut juga diyakini akan mengubah pola hidup masyarakat. Bagaimanapun juga, era digital telah mengubah cara penyajian materi media sehingga lebih mudah, murah, dan cepat dinikmati oleh masyarakat. Kehadiran internet yang diikuti dengan munculnya beragam situs jejaring

sosial ini membawa perubahan signifikan pada dunia media. Media massa mau tak mau harus mengikuti arus teknologi yang sedemikian cepat menyesuaikan kebutuhan konsumennya.

Penguasaan teknologi informasi dan komunikasi menjadi pemicu pertumbuhan penggunaan internet. Media kini harus bertransformasi. Dulu media sangat sedikit, sekarang jumlahnya sangat banyak, semakin spesifik dan segmented. Harus diakui media internet memiliki dua sisi yang saling bertolak belakang. Satu sisi internet memiliki pengaruh negatif khususnya terbukanya akses terhadap konten-konten yang memang kontra produktif dan di sisi lain internet juga bersifat membangun.

3. Konvergensi Media

Perkembangan teknologi informasi dan komunikasi membawa tren baru di dunia industri media. Hadirnya beragam media yang menggabungkan teknologi komunikasi baru dan teknologi komunikasi massa tradisional. Memberikan pilihan kepada khalayak untuk memilih informasi sesuai selera mereka. Memberi kesempatan baru yang radikal dalam penanganan, penyediaan, distribusi, dan pemrosesan seluruh bentuk informasi, baik bersifat visual, audio, data, dan lain sebagainya. (Preston: 2001). Sehingga dapat disimpulkan bahwa definisi konvergensi media adalah Penggabungan atau pengintegrasian media-media yang ada untuk digunakan dan diarahkan ke dalam satu titik tujuan.

Konvergensi atau penyatuan antara media cetak, online, televisi, dan radio. Tanpa konvergensi, dalam 5 tahun hingga 10 tahun ke depan, media cetak di Indonesia akan sulit untuk bersaing dan bertahan hidup.

Konvergensi media yang mengarah pada tren digitalisasi media akan menciptakan kesenjangan dalam penyebaran informasi kepada warga masyarakat yang tidak memiliki daya beli dan akses terhadap informasi. Internet dan komputer berperan besar dalam konvergensi media. Konvergensi akan menjadikan media lama dan media baru hidup bersama dan saling berinteraksi

Munculnya fenomena konvergensi media menyebabkan banyak bentuk media tradisional melakukan perubahan. Pesatnya perkembangan teknologi sekarang ini, mau tak mau menuntut para produsen berlomba-lomba menjadi yang pertama. Dahulu orang masih menggunakan web 1.0 yang tidak memungkinkan komunikannya melakukan umpan balik. Informasi yang diberikan bersifat *one to many*. Kemudian berkembanglah konsep baru yang diperkenalkan oleh O'Reilly dan MediaLive International yang mengeluarkan aplikasi bernama web 2.0 yang menjadi salah satu cirinya adalah adanya aspek kolaborasi dan partisipasi di dalamnya. Dan kini perkembangan selanjutnya adalah web 3.0 dimana mesin komputer telah memiliki sistem pengayaan informasi otomatis. Kecepatan informasi menjadi hal yang penting bagi komunikasi. Tren baru yang berkembang adalah dengan menggabungkan berbagai media, yakni media tradisional dengan media dengan teknologi baru. Penggabungan kedua teknologi inilah yang dinamakan dengan konvergensi. Salah satu ciri dari konvergensi adalah ketika komunikasi dapat menjadi komunikator, pun sebaliknya, seorang komunikator dapat menjadi komunikasi. Setiap orang dapat menjadi jurnalis untuk membagi informasinya kepada khalayak.

Penutup

Ketergantungan masyarakat terhadap ICT semakin tinggi. ICT menembus batas ruang dan waktu sehingga membawa kehidupan ini semakin bersifat global. Perkembangan ICT membawa berbagai perubahan sosial baik gaya hidup, cara berbisnis, cara berkomunikasi dan cara memandang dunia. Terlepas dari dampak negatif ICT, tidak bisa dipungkiri bahwa kita semakin tergantung pada teknologi ini. Optimalisasi pemanfaatan ICT di berbagai sektor kehidupan sangat urgen sekali.

Namun perlu disadari ICT membawa banyak perubahan sosial dalam berbagai bidang di masyarakat, sehingga kita harus lebih cerdas untuk menyaring informasi yang masuk. Di dalam industri media, perkembangan teknologi informasi dan komunikasi mendorong terjadinya konvergensi media. Hal ini didukung dengan adanya media baru, yaitu internet. Pemanfaatan internet dalam industri media memunculkan adanya media online.

***) Penulis adalah dosen program studi Ilmu Komunikasi
Fakultas Ekonomi dan Ilmu Sosial Universitas sultan
Fatah Demak.**

Daftar Pustaka

- Hartono; Jogiyanto, MBA, Ph.D (1990), Analisis dan Disain Sistem Informasi: pendekatan terstruktur teori dan praktek aplikasi bisnis. Yogyakarta : Andi offset
- Hastjarjo, Sri. (2012). Literasi Media baru berbasis local wisdom jawa dalam Titaley, A.John (2012). Literasi Media dan Kearifan Lokal - Konsep dan Aplikasi. Yogyakarta: ASPIKOM.
- McQuail, Dennis (2010). Teori Komunikasi Massa. Jakarta: Salemba
- Rahardjo, Turnomo dkk. (2011). Komunikasi 2.0 : Teoritisasi dan Implikasi. Yogyakarta: ASPIKOM.