



## Teknologi Media Baru: Perubahan Analog Menuju Digital

**Munadhil Abdul Muqsith**

Dosen FISIP Universitas Pembangunan Nasional  
"Veteran" Jakarta

 [10.15408/adalah.v5i2.17932](https://doi.org/10.15408/adalah.v5i2.17932)

**Abstract:**

*The current of globalization that flows rapidly to all corners of the world is caused by the development of information and communication technology (ICT), thereby erasing boundaries between countries including distance and time. This paper wants to discuss the change from analog to digital, which of course has a significant impact on human life.*

**Keywords:** Analog; Digital; Technology

## A. PENDAHULUAN

Pesatnya perkembangan teknologi informasi dan komunikasi (*information and communication technology/ICT*) berawal dari proses revolusi teknologi dari analog ke digital. Sehingga membuat arus globalisasi (politik, sosial, ekonomi, dan budaya) terasa makin deras mengalir ke seluruh penjuru dunia. Menghapus batas-batas ruang antar negara, bahkan menghapus batas jarak dan waktu.

Pada mulanya, teknologi informasi masih bersifat analog. Analog merupakan suatu bentuk dari komunikasi elektronik yang merupakan proses pengiriman informasi pada gelombang elektromagnetik, dan bersifat variabel dan berkelanjutan atau disebut juga dengan sinyal analog.

Contohnya seperti pada TV atau monitor tabung yang didalamnya hampa udara. Cara kerja monitor tabung tersebut dalam menampilkan gambar yaitu menggunakan media elektron yang hanya bisa bekerja di ruang hampa udara.

Teknologi informasi berinovasi menjadi digital. Digital, merupakan hasil teknologi yang mengubah sinyal menjadi komunikasi urutan bilangan 0 dan 1 (disebut juga dengan biner) untuk proses informasi yang mudah, cepat dan akurat.

Sinyal tersebut disebut sebuah bit. Contohnya seperti pada komputer jaman sekarang yang kebanyakan sudah menggunakan monitor LCD.

## **B. KONVERGENSI MEDIA KONTEKS PENGUMPULAN BERITA PRODUKSI BERITA DAN DISTRIBUSI BERITA**

Tren baru di dunia industri komunikasi yakni hadirnya beragam media yang menggabungkan teknologi komunikasi baru (Digital) dan teknologi komunikasi massa tradisional (Analog). 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.

Fenomena jurnalisme online sekarang ini menjadi contoh menarik. Khalayak pengakses media konvergen alias "pembaca" tinggal meng-klik 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.

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 antar pribadi dalam satu media sekaligus. Karenanya, terjadi apa yang disebut sebagai demasivikasi (*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 message channel receiver 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.

Tidak kalah pentingnya di dalam mempersiapkan sumber daya yang mampu merespon kebutuhan pasar ke

depan adalah sektor pendidikan. Pendidikan sekarang harus mampu merespon tantangan perubahan yang salah satunya diakibatkan oleh merebaknya media konvergen. Terutama untuk jenjang pendidikan tinggi, diperlukan bukan saja kurikulum yang merangkum pelbagai aspek teknis mekanis teknologi komunikasi baru (ICT); melainkan juga perlu ditanamkan kaidah-kaidah profesional sehingga pada saatnya nanti para lulusan dapat berkarya di masyarakat secara etis dan bertanggung jawab.

### **C. KONTEN YANG DIBUAT SECARA SOSIAL, DISOROT SOSIAL KONTEN DAN JARINGAN SOSIAL**

Kemajuan inovasi teknologi informasi dan komunikasi/ICT ini menciptakan kemungkinan-kemungkinan baru dalam industri, didukung oleh interaksi-interaksi baru antara pemirsa dengan media serta antar pemirsa dengan pemirsa lainnya. Konvergensi media, yang merupakan konsekuensi dari kemajuan teknologi, menyelaraskan semua platform media (media siar, online dan media cetak) menjadi satu. Konvergensi media juga berarti suatu usaha untuk menggabungkan media konvensional dan media baru untuk menyebarkan berita, informasi dan hiburan

Menurut seorang praktisi media Indonesia, konvergensi dalam media adalah mengenai "bagaimana berita disampaikan secara multiplatform" (N. Patria, Vivanews, wawancara, 17/11/2011). Hal ini tampaknya telah memaksa industri media untuk mengubah cara berbisnis mereka. Melalui konvergensi, kanal-kanal akan terselaraskan. Untuk

dapat beradaptasi dengan situasi ini, industri media harus dapat menggabungkan beberapa ruang redaksi yang berbeda menjadi satu ruang redaksi yang terintegrasi. Strategi bisnis yang berubah ini termasuk perubahan dalam proses 'pengumpulan berita.' Dalam konvergensi, maksimalisasi konten terjadi melalui berbagai platform.

Jadi yang disinergikan adalah peliputan, [berbagai kanal] bisa bekerja sama. Artinya apa? Bisa saja kalau misalnya ada peristiwa di suatu tempat yang ada di situ duluan adalah wartawan radio [atau] reporter radio. Maka kemudian si wartawan itu yang duluan [yang membuat beritanya]. Jadi sebetulnya yang akan disinergikan terutama itu adalah news gathering process, peliputan. Jadi satu peliputan. Jadi siapa duluan [dia yang meliput], dan yang lain bisa memanfaatkan. Tapi itu hanya berlaku [untuk] yang sifatnya breaking news atau peristiwa. Masing-masing [kanal media] punya tim produksi. Di sini disebut the news production team yang punya agenda sendiri-sendiri. (Z. Lubis, ANTV, Wawancara, 16/11/2011, huruf miring ungkapan asli narasumber)

Pendapat Zulviani di atas menyiratkan bahwa dalam konvergensi media, produksi sebuah berita – mulai dari agenda setting hingga pelaksanaannya – berada di bawah kendali satu ruang redaksi yang akan menjadi sumber berita untuk semua kanal. Namun, terlepas dari usaha untuk menyelaraskan semua kanal, masing-masing dari mereka memiliki agenda dan proses produksi berita masing-masing.

Dalam prakteknya, hal ini berarti bahwa setelah semua berita dikumpulkan, masing-masing kanal masih harus mereproduksi beritanya sesuai dengan agendanya masing-masing. Beberapa pebisnis memandang konvergensi media sebagai strategi efisiensi untuk produksi, karena hanya dibutuhkan satu jurnalis saja untuk memproduksi liputan untuk berbagai kanal di saat yang bersamaan. Namun, ada masalah inheren dalam pendekatan ini, seperti kemampuan jurnalis dalam bekerja untuk semua platform.

#### **D. PENUTUP**

Sebagai sebuah gagasan, konvergensi dapat bermanfaat bagi industri karena ia mengintegrasikan semua kanal sehingga pemirsa setia mereka bisa mendapatkan berita dari perusahaan media yang sama melalui kanal yang berbeda. Dengan meningkatnya jumlah operator media, ada persaingan yang ketat dalam menarik perhatian publik. Setiap kelompok media akan berusaha untuk meraih perhatian public melalui penggunaan sejumlah kanal. Semakin banyak kanal yang dimiliki, semakin banyak perhatian yang mereka dapat dari publik.

#### **REFERENSI:**

Yanuar Nugroho, Dinita Andriani Putri, Shita Laksmi. (2012). Memetakan Lanskap Industri Media Kontemporer di Indonesia. *Engaging Media, Empowering Society: Assessing media policy and governance in Indonesia through the lens of citizens' rights*, 159.