

BAB II

LANDASAN TEORI

A. Tinjauan Pustaka

Dalam penyusunan skripsi ini, terdapat penelitian-penelitian terdahulu yang relevan terkait dengan strategi transformasi konvergensi media untuk dijadikan referensi dan pegangan, yaitu sebagai berikut:

Pertama, Skripsi berjudul Efektivitas *Radio Picture* Radio Republik Indonesia (RRI) Surabaya Sebagai Media Konvergensi , oleh Nur Hastiti Ardhinda Nugraheni 2017, Program Studi Ilmu Komunikasi, Sekolah Tinggi Ilmu Komunikasi Almamater Wartawan Surabaya.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa *Radio Picture* dapat diterima oleh sebagian besar responden. Namun ada beberapa kategori yang menurut responden belum memenuhi harapan. Pada kategori tampilan item pertanyaan yang paling menonjol yang belum dapat memenuhi harapan responden adalah kualitas gambar yang kurang bagus serta jam tayang yang tidak konsisten dan kurang terorganisir. Pada kategori konten siaran, ditemukan bahwa responden beranggapan jika konten siaran kurang variatif dan sering melakukan penayangan ulang. Hal ini menunjukkan bahwa *Radio Picture* cukup efektif sebagai media konvergensi.

Persamaan dengan penelitian ini yaitu sama-sama melakukan penelitian terkait media konvergensi. Perbedaan dengan penelitian yaitu kajian yang dilakukan, dimana penulis ingin mengetahui pengaruh konvergensi Siaran Pro2 aplikasi RRIplay Go dalam meningkatkan minat pendengar. Sedangkan Penelitian sebelumnya bertujuan untuk mengetahui bagaimana Efektivitas *Radio Picture* Radio Republik Indonesia (RRI) Surabaya Sebagai Media Konvergensi.¹

Kedua, Jurnal berjudul Konvergensi Media Terhadap Kinerja Jurnalis (Studi Kasus: Fajar TV dan Fajar FM), oleh Dian Muhtadiah Hamna 2018,

¹ Nur Hastiti Ardhinda Nugraheni, Skripsi: Efektivitas *Radio Picture* Radio Republik Indonesia (RRI) Surabaya Sebagai Media Konvergensi, (Surabaya: Sekolah Tinggi Ilmu Komunikasi Almamater Wartawan, 2017).

Program Studi Ilmu Komunikasi, Fakultas Ilmu Sosial dan Politik, Universitas Muhammadiyah Makassar.

Hasil penelitian tersebut menunjukkan bahwa Konvergensi media terjadi antara dua platform media Fajar TV dan Fajar FM. Konvergensi tersebut memengaruhi kinerja jurnalis yang bekerja ganda untuk memenuhi kebutuhan perusahaan media. Konvergensi ini juga menyebabkan jurnalis mau tidak mau dituntut meningkatkan skill memenuhi kebutuhan Sumber Daya Manusia (SDM) platform media. Konvergensi media menjadi keniscayaan agar media itu tetap mampu bertahan dan berkembang di tengah persaingan media digital. Konvergensi media belum memengaruhi tingkat kesejahteraan jurnalis. Meski berperan ganda, jurnalis Fajar TV dan Fajar FM masih menerima upah untuk satu platform media.²

Persamaan dengan penelitian ini yaitu sama-sama menggunakan teori konvergensi media. Perbedaan dengan penelitian yaitu kajian yang dilakukan, dimana penulis ingin mengetahui pengaruh konvergensi Siaran Pro2 aplikasi RRIplay Go dalam meningkatkan minat pendengar. Sedangkan penelitian sebelumnya dimaksudkan untuk mengetahui pengaruh konvergensi media antara Fajar TV dan Fajar FM makasar dalam meningkatkan kinerja jurnalis yang terlibat di dalamnya.

Ketiga, Skripsi berjudul Model Konvergensi Media Massa di Era Digital (Studi Deskriptif Harian Umum Pikiran Rakyat Bandung), oleh Muhammad Alif Prayuta Akbar 2017, Program Studi Ilmu Komunikasi, Departemen Pendidikan Ilmu Pengetahuan Sosial, Universitas Pendidikan Indonesia Bandung.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa Pikiran Rakyat mengadopsi ketiga model konvergensi meski belum masuk kategori sempurna. Pikiran Rakyat menerapkan ketiga model *newsroom*, *newsgathering* dan *content* karena mereka masih bingung harus memilih yang mana dan karena mereka masih dalam tahap berkembang. Peneliti menemukan model konvergensi

² Dian Muhtadiah Hamna, "Konvergensi Media Terhadap Kinerja Jurnalis (Studi Kasus: Fajar TV dan Fajar FM)", (Jurnal Tabligh Volume 19 No 1, Juni 2018).

media yang diterapkan di Pikiran Rakyat disebut model konvergensi newsroom gathering content. Model tersebut ditemukan sebab Pikiran Rakyat memadukan konsep pengolahan berita di satu ruangan, *multitasking* jurnalis dan kombinasi konten pada setiap *platform* yang dimilikinya.³

Persamaan dengan penelitian ini yaitu sama-sama terkait model konvergensi media. Perbedaan dengan penelitian yaitu kajian yang dilakukan, dimana penulis ingin mengetahui pengaruh konvergensi Siaran Pro2 aplikasi RRIplay Go dalam meningkatkan minat pendengar. Sedangkan penelitian sebelumnya untuk mengetahui bagaimana model konvergensi media yang diterapkan di Harian Umum Pikiran Rakyat.

B. Kerangka Teori

1. Pengertian Konvergensi

Pengertian *Convergence* atau konvergensi secara harfiah adalah dua benda atau lebih bertemu/bersatu di suatu titik; pemusatan pandangan mata ke suatu tempat yang amat dekat.⁴ Secara umum, konvergensi diartikan sebagai proses yang datang bersamaan atau menyatu dalam suatu tujuan atau fokus yang sama, atau lebih singkatnya lagi dua hal atau lebih yang datang bersamaan. Namun, adanya perbedaan perspektif dalam memandang konvergensi menyebabkan definisi konvergensi juga semakin beragam. European Commission, beranggapan bahwa konvergensi merupakan perpaduan antara peralatan konsumen berupa telepon, televisi, dan computer pribadi (*personal computer/PC*).

Menurut Jenkins konvergensi adalah aliran konten ke berbagai platform media, kerja sama antara berbagai industri media, serta perilaku migrasi audiensi yang senantiasa mencari pengalaman *entertainment* dari konten media yang mereka konsumsi. konvergensi media adalah suatu proses dimana teknologi baru diakomodasi melalui industri media dan

³ Muhammad Alif Prayuta Akbar, *Skripsi: Model Konvergensi Media Massa di Era Digital (Studi Deskriptif Harian Umum Pikiran Rakyat Bandung)*, (Bandung: Universitas Pendidikan Indonesia, 2017).

⁴ Khomsahrial Romli, *Komunikasi Massa*, (Jakarta: PT Grasindo, 2016), hlm. 131.

komunikasi serta kultur. Jenkins menekankan bahwa konvergensi media bukan hanya sekedar proses teknologi yang mampu menggabungkan beberapa fungsi media kedalam satu *device*. Konvergensi media menurut Jenkins lebih mewakili perubahan kultural dimana para konsumen media semakin terdorong untuk mencari informasi baru dan berusaha menghubungkan konten-konten media yang sebelumnya tersebar.⁵ Sementara itu, Burnett and Marshall mendefinisikan konvergensi sebagai penggabungan industri media, telekomunikasi, dan komputer menjadi sebuah bentuk yang bersatu dan berfungsi sebagai media komunikasi dalam bentuk digital. Senada dengan dua definisi diatas, *Key Concepts in Journalism Studies* menegaskan konvergensi media adalah pertukaran media diantara semua media yang berbeda karakteristik dan *platform*-nya.⁶

Sementara dari perspektif teknologi, konvergensi dalam teknologi dipahami secara umum sebagai kemampuan jaringan platform berbeda-beda yaitu penyiaran, satelit, kabel, telekomunikasi dalam mengantarkan jenis layanan yang sama. Sedangkan pengertian media adalah alat yang digunakan oleh komunikator (penyampai) pesan atau informasi yang ia ketahui kepada komunikan (pendengar/khalayak). Maka, jika disimpulkan istilah konvergensi media dapat dimaknai sebagai suatu gabungan atau penyatuan berbagai jenis layanan teknologi komunikasi dalam satu media yang berupa media digital.

Kesimpulan yang didapatkan dari beberapa pendapat diatas ialah, konvergensi diartikan sebagai dua buah media atau lebih yang digabungkan mejadi satu untuk menghasilkan sebuah inovasi media baru, namun tidak mengubah media yang telah ada.

2. Perkembangan Konvergensi

⁵ TIM Mercu Buana, *Reposisi Komunikasi dalam Dinamika Kovergensi*, (Jakarta: Kencana: Prenada Media Group, 2012), hlm. 590-591.

⁶ Dudi Iskandar, *Konvergensi Media: Perbauran Ideologi, Politik, Dan Etika Jurnalisme*, (Yogyakarta: ANDI, 2018), hlm. 3.

Konvergensi adalah sebuah kata yang berguna, meski terlalu banyak diberi tugas, yang degan bebas dipakai oleh Pool sebelum menjadi sering digunakan. Sejak 1990-an kata tersebut paling umum dipakai dalam perkembangan teknologi digital, integrasi teks, angka, bayangan dan suara, unsur yang berbeda-beda dalam media, yang umumnya ditelaah secara terpisah dalam bab-bab terdahulu. Akan tetapi pada 1970, kata itu digunakan degan banyak hal lain, terutama apa yang dinamakan Alan Stone “sebuah perkawinan yang dilangsungkan di surga” antara komputer, juga pasangan dalam perkawinan-perkawinan yang lain, dan telekomunikasi. Kata cangkakan yang kurang tepat “*compunications*” merupakan deskripsi yang lebih dahulu muncul.⁷

Konvergensi media hadir diawali dengan ditemukannya teknologi komputerisasi dan internet yang mempermudah manusia untuk memperoleh berbagai bentuk informasi yang dibutuhkannya. Teknologi ini kemudian menimbulkan pergeseran dari sistem manual dan analog menjadi sistem digital yang semakin membantu kehidupan manusia, karena lebih efisien dalam hal pemanfaatan waktu dan energi sehingga mempermudah manusia dalam menyelesaikan pekerjaan, berkomunikasi, dan berinteraksi dengan sesamanya, serta melakukan berbagai aktivitasnya.

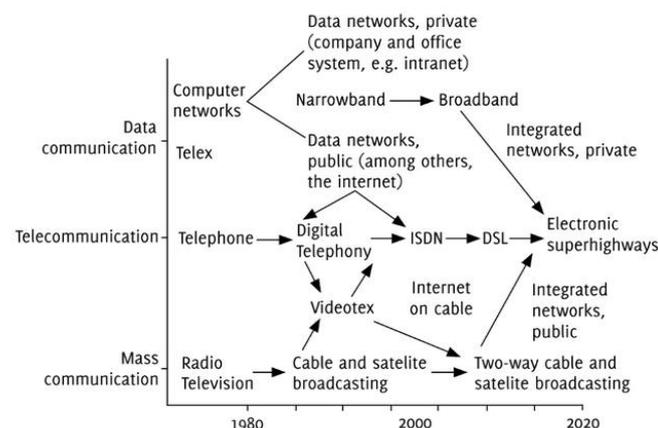
Kertajaya menyatakan bahwa sejak awal tahun 1970 kita telah menyaksikan konvergensi di antara industri komunikasi dan industri komputer dalam berbagai cara yang signifikan. Industri komunikasi, yang selalu merupakan bisnis “sistem”, telah menjadi sebuah bisnis “digital” telepon mulai berubah menjadi peralatan yang menyerupai komputer, berbasis semikonduktor, dan perangkat lunak sistem yang kompleks. Pada waktu bersamaan, bisnis komputer, yang secara tradisional adalah bisnis digital, telah menjadi sebuah bisnis sistem, dengan komputer di berbagai belahan dunia yang terhubung bersama untuk menciptakan

⁷ Asa Briggs dan Peter Burke, *Sejarah Sosial Media: Dari Gutenberg sampai Internet*, (Jakarta: Yayasan Obor Indonesia, 2006), hlm. 326

sebuah jaringan data tanpa batas. Kedua teknologi ini mengalami konvergensi, menghasilkan internet yang kini telah merevolusi setiap aspek kehidupan kita sehari-hari. Digitalisasi ini memungkinkan perusahaan dan setiap individu di dalam perusahaan untuk melakukan networking dengan perusahaan dan individu lain di seluruh dunia.⁸

Dari segi perangkat media, konvergensi media menandai era media baru. Secara struktural konvergensi media berarti integrasi tiga aspek, yakni telekomunikasi, data komunikasi, dan komunikasi massa dalam satu medium. Dalam tataran praktis, konvergensi media bisa terjadi melalui beberapa level: (1) level struktural seperti kombinasi transmisi data maupun perangkat antara telepon dan komputer; (2) level transportasi seperti web TV yang menggunakan kabel atau satelit; (3) level manajemen seperti perusahaan telepon yang juga memanfaatkan jaringan telepon untuk TV berlangganan; (4) level pelayanan (*services*) seperti penyatuan layanan informasi dan komunikasi di internet; dan (5) level tipe data seperti menyatukan data, teks, suara, maupun gambar. Untuk lebih jelasnya konvergensi media digambarkan seperti pada gambar berikut.

Gambar 1
Integrasi Transmisi dalam Komunikasi



⁸ TIM Mercuri Buana, *Reposisi Komunikasi dalam Dinamika Konvergensi*, (Jakarta: Kencana: Prenada Media Group, 2012), hlm. 592-593.

Konvergensi ini pada kenyataannya mengaburkan perbedaan antara telekomunikasi, data komunikasi, dan komunikasi massa itu sendiri. Melalui penyebutan multimedia dan internet apa yang disebut sebagai data yang bersifat pribadi maupun umum berkreasi menjadi multifungsi.⁹

Masa konvergensi media adalah masa yang terjadi diakibatkan oleh adanya teknologi digital. Pada masa ini media dituntut untuk cepat dalam mendapatkan informasi, karena pada masa ini orang-orang menginginkan hal yang serba cepat dan mudah. Hal ini menggambarkan proses adaptasi, penyatuan, dan transisi yang mengindasikan bahwa konfrontasi antara teknologi lama dan baru yang sedang berlangsung saat ini bersifat sangat kompleks konvergensi media memiliki ideology praktis yang mempengaruhi cara berpikir manusia dalam memandang industry media dan komunikasi. Hal ini kemudian menimbulkan ide mengenai konglomerasi dan konsentrasi industri yang tidak dapat terelakan. Proses konvergensi media juga menyebabkan keniscayaan dan timbulnya konsolidasi industri dan kepemilikan silang lintas sektoral.¹⁰

3. Pengaruh Konvergensi

Preston mengatakan, bahwa konvergensi media akan membawa dampak Pak pada perubahan radikal dalam penanganan, penyediaan, distribusi, dan pemrosesan seluruh bentuk informasi baik visual, audio, teks, data, dan sebagainya. Konvergensi media yaitu penyatuan atau penggabungan berbagai media massa dan teknologi informasi ke dalam satu paket perangkat *gadget* yang makin memudahkan pemiliknya untuk mengakses berbagai informasi dan tayangan. konvergensi media merupakan integrasi dari fungsi berbagai media ke dalam satu media yang makin canggih titik konvergensi media ini muncul bukan sekedar karena didorong oleh kebutuhan pengguna akan beberapa fungsi teknologi,

⁹ Rulli Nasrullah, *Teori dan Riset Media Siber (Cybermedia)*, (Jakarta: PRENADAMEDIA GROUP, 2014), hlm. 15-16.

¹⁰ Rahma Sugihartati, *Perkembangan Masyarakat Informasi dan Teori Sosial Kontemporer*, (Jakarta: KENCANA, 2014), hlm. 87

melainkan merupakan implikasi dari akumulasi perkembangan teknologi informasi yang makin modern dan meluas.

Sistem digital, dalam proses terjadinya konvergensi media merupakan faktor pendukung yang penting titik ketika setiap informasi berkembang dari format analog menjadi format digital, maka sejak itu kemungkinan atau peluang penyebaran informasi yang makin masif dan cepat akan lebih terbuka. seperti diketahui, digital yaitu teknologi yang berkaitan dengan internet, sehingga dengan perkembangan konvergensi media, maka hal itu akan memungkinkan bergabungnya media telekomunikasi konvensional dengan internet yang merupakan energi baru yang benar-benar radikal. dibanding analog, digital memiliki beberapa kelebihan seperti kemampuan memproses informasi lebih cepat, tidak mudah terganggu oleh gangguan luar seperti cuaca dan bangunan, dan tampilan yang modern. konvergensi teknologi yang termasuk revolusi gelombang pertama, bisa dikatakan dimulai berkembang ketika ditemukan telepon, televisi dan komputer yang kemudian berbagai perangkat teknologi informasi ini disatukan dengan kehadiran internet yang menyebabkan proses penyebaran dan penelusuran informasi akhirnya berkembang seolah tanpa batas. memadukan perangkat TI dengan internet merupakan langkah revolusioner yang memungkinkan para pengguna *gadget* dapat menikmati berbagai informasi dan tayangan serentak dan meluas.

Menggabungkan kelebihan dari berbagai media dan teknologi informasi selain mempengaruhi perkembangan teknologi yang kian cepat, munculnya konvergensi media dalam banyak hal juga mengubah hubungan antara teknologi, industri, pasar, gaya hidup dan khalayak di ranah ekonomi dan bisnis, munculnya konvergensi media telah mengubah pola hubungan produksi dan konsumsi, yang penggunaannya berdampak serius pada berbagai bidang, baik di bidang ekonomi politik pendidikan, maupun kebudayaan. singkat kata, konvergensi media telah mengubah pola komunikasi pada saat kehadiran teknologi informasi dan media massa

makin mampu menawarkan layanan baru yang semakin luas, yang ujung-ujungnya semuanya itu telah mengubah cara kita hidup dan bekerja, mengubah persepsi, keyakinan, dan lembaga yang ada di masyarakat. Dengan adanya konvergensi media, maka konstruksi sosial yang berkembang di masyarakat cepat atau lambat akhirnya berubah.

Kehadiran konvergensi media, dalam bentuk konkret akan mengarah pada penciptaan produk teknologi dan sistem informasi yang aplikatif yang mampu melakukan fungsi audio visual sekaligus komputasi. kehadiran konvergensi media dan teknologi digital inilah yang kemudian menjadi dasar perubahan menyeluruh untuk mendorong perkembangan pola-pola komunikasi yang lebih masif dan tanpa batas bagi masyarakat, harus diakui bahwa konvergensi media membuat berbagai hal menjadi praktis dalam satu media. di era abad milenium baru seperti sekarang, yang namanya warga masyarakat niscaya akan bisa menonton televisi kapan saja dan akan bisa dibawa kemanapun via ponsel tanpa harus pulang atau berdiam diri di rumah menyaksikan berita, film, dan berbagai acara hiburan lain melalui kotak sihir yang bernama pesawat televisi.

Kehadiran konvergensi media, selain meneguhkan eksistensi dan menghilangkan perkembangan masyarakat informasi, juga mendorong lahirnya ekonomi digital dan sistem ekonomi informal. Namun demikian, Preston mengingatkan bahwa kehadiran konvergensi media ini sebetulnya tidak hanya menguntungkan para pelaku bisnis dan menggairahkan ekspansi usaha di bidang ekonomi tetapi juga menguntungkan dan makin banyak dimanfaatkan oleh politisi dan orang-orang berpengaruh untuk membangun citra diri, membangun wacana publik yang berkaitan dengan politik pencitraan, mencari pengaruh, menyosialisasikan program dan lain sebagainya.¹¹

Salah satu dinamika yang mendorong transformasi media berjalan begitu revolusioner adalah konvergensi media. menyatunya berbagai media komunikasi dalam satu perangkat teknologi memungkinkan

¹¹ *Ibid*, hlm. 88-91.

informasi diakses lebih cepat. Proses globalisasi yang berjalan semakin intensif juga mempercepat proses konvergensi media.

Pada zaman ini boleh dikata hampir tidak ada orang yang bisa melepaskan diri dari pengaruh konvergensi media dan harus globalisasi. masuknya informasi, film, dan telenovela luar negeri merupakan implikasi konvergensi media. Barang elektronik, televisi, jam tangan, radio, buku import, juga merupakan akses dari globalisasi. keterbukaan dan perubahan cara berkomunikasi di level personal, organisasi, dan masyarakat merupakan konsekuensi yang mau tidak mau harus diterima.

Dengan memanfaatkan teknologi konvergensi media, satu media bisa memiliki puluhan fungsi sekaligus, seperti *handphone* atau *smartphone* bisa digunakan untuk mengakses internet, nonton televisi, mendengarkan radio, main *game*, peta digital, atau menjelma menjadi kalkulator yang canggih. Tak ayal, konvergensi media langsung merubah gaya hidup masyarakat mengakses informasi jadi semakin cepat titik perubahan telah berlangsung kerja bermedia dengan teknologi informasi yang sebelumnya parsial, manual dan “butuh waktu” kini telah bertransformasi semakin cepat dan integral mengarah pada pembentukan lingkungan *online*. data berita, video, gambar serta grafis yang sebelumnya terpisah, dengan konvergensi media langsung menyatu, menjadi sinergis dan integratif.

Dunia modern, akan menjadi global village karena teknologi telah menyatukan berbagai kebutuhan informasi manusia. konvergensi juga membawa dampak positif karena mengefisienkan banyak kegiatan birokratis atau administratif. Misalnya rutinitas sipil warga yang sebelumnya berlapis, seperti antri di bank, atau menunggu lama di kantor kecamatan jadi lebih singkat, sebab konvergensi media secara otomatis membuang proses yang tidak perlu.

Dengan konvergensi ini penanganan kebutuhan komunikasi publik makin mengarah pada integrasi pelayanan di internet. Penggunaan internet di sektor publik semakin sentral. berbagai keperluan akses bank, reservasi

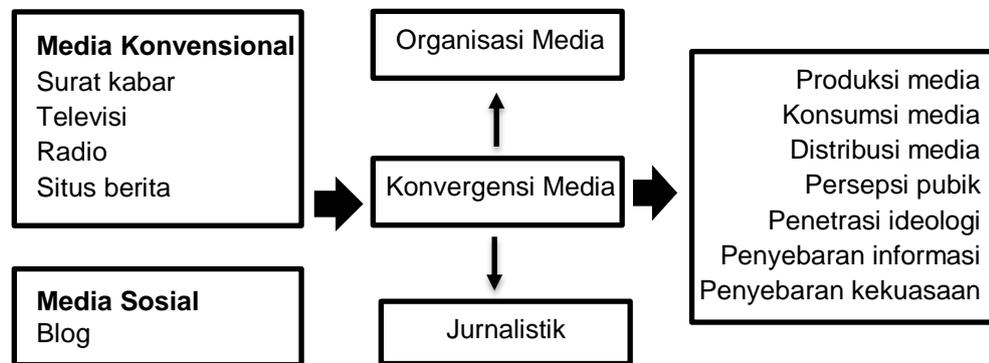
tiket perjalanan pesawat atau kereta api, memantau berita terkini, bisa saja dilakukan secara *online* sembari minum kopi, di kamar tidur. Ringkasnya, terjadinya konvergensi media pelan tapi pasti membawa perubahan mendasar gaya hidup masyarakat, dalam kegiatan publik, ekonomi maupun budaya.¹²

Konvergensi juga merupakan aplikasi dari teknologi digital, yaitu integrasi text, suara, angka, dan gambar, bagaimana berita diproduksi, didistribusikan, dan dikonsumsi. Dailey, Demo, dan Spillman menjelaskan aktivitas konvergensi media meliputi antara lain *cross-promotion* (lintas promosi), *cloning* (penggandaan), *coopetition* (kolaborasi), *content sharing* (berbagi isi), dan *full Convergence* (penyatuan). Dengan konvergensi media, berita yang dahulu disebut menggambarkan peristiwa yang sudah terjadi kini definisi tersebut berubah menjadi peristiwa yang sedang terjadi titik bahkan jika kita menggunakan paradigma jurnalisme interpretatif, berita bisa juga peristiwa yang akan terjadi.

Konvergensi media ternyata bukan hanya berpengaruh pada perubahan proses jurnalistik, tetapi juga menyangkut ke berbagai aspek kehidupan. Ia akan berdampak pada konsumsi media masyarakat, persepsi publik penyebaran informasi dan literasi media. Singkat kata, konvergensi media bakal menghadirkan konstruksi sosial media baru yang belum pernah terjadi sebelumnya.

¹² M. Fikri, *Sejarah Media Transformasi, Pemanfaatan, dan Tantangan*, (Malang: UB Press, 2018), hlm. 32-33

Gambar 2
Proses Konvergensi Media



Konstruksi sosial media baru dihasilkan dari proses ekspresi dan proyeksi sosial pekerja di media yang berbentuk siaran, tayangan, dan atau tulisan. dalam setiap siaran, tayangan, dan tulisan di media mengandung ideologi dan kepentingan pemilik, pemegang saham, redaktur produser, penulis, atau editornya. Siaran, tayangan, dan tulisan ini lah kemudian membangun dalam relasi sosial antara pekerja di media dan masyarakat sekitar. Relasi sosial, kata Marx Schulman, bagi seorang wartawan dengan orang lain di dalam medianya, bertujuan menyingkap kebenaran titik hal ini disebabkan siaran, tayangan, dan atau tulisan untuk halayak baik yang dijual ataupun digratiskan akan membentuk makna tertentu.¹³

Sifat alamiah perkembangan teknologi selalu saja mempunyai dua sisi, positif dan negatif. Di samping optimalisasi sisi positif, antisipasi terhadap sisi negatif konvergensi tampaknya perlu dikedepankan sehingga konvergensi teknologi mampu membawa kemaslahatan bersama. Pada arus politik ini diperlukan regulasi yang memadai agar khalayak terlindungi dari dampak buruk konvergensi media. Regulasi menjaga konsekuensi logis dari permainan simbol budaya yang ditampilkan oleh media konvergen. Tujuannya jelas, yakni agar tidak terjadi tabrakan

¹³ Dudi Iskandar, *Konvergensi Media: Perbauran Ideologi, Politik, Dan Etika Jurnalisme*, (Yogyakarta: ANDI, 2018), hlm. 4-5.

kepentingan yang menjadikan salah satu pihak menjadi dirugikan. Terutama bagi kalangan pengguna atau publik yang memiliki potensi terbesar sebagai pihak yang dirugikan alias menjadi korban dari konvergensi media.

Persoalan pertama regulasi menyangkut seberapa jauh masyarakat mempunyai hak untuk mengakses media konvergen, dan seberapa jauh distribusi media konvergen mampu dijangkau oleh masyarakat, Problem mendasar dari regulasi konvergensi media dalam konteks ini terkait dengan seberapa jauh masyarakat mempunyai akses terhadap media konvergen dan seberapa jauh isi media konvergen dapat dianggap tidak melanggar norma yang berlaku. Kekhawatiran sebagian kalangan bahwa isi media konvergen pada bagian tertentu akan merusak moral generasi muda merupakan salah satu poin penting yang harus dipikirkan oleh para pelaku konvergen.¹⁴

Adapun dimensi-dimensi konvergensi media

a. Konvergensi Teknologi

Konvergensi sebagai proses penggabungan antara media, industry telekomunikasi dan komputasi dan penyatuan segala bentuk komunikasi termediasi dalam bentuk digital.

b. Dari Analog ke Digital

Yaitu dunia yang selalu terwujud secara fisik, karena setiap implus pesan, yang berupa suara, teks gambar atau bunyi memiliki jalur penerimaan masing-masing. Perkembangan teknologi menjadi digital memungkinkan sebuah media untuk menghantarkan segala jenis gelombang dalam satu jalur frekuensi saja.

c. Jejaring komputer

Persebaran internet yang dapat menghubungkan komputer dalam suatu jaringan. Dengan terhubung melalui internet, hampir seluruh konten informasi dari media manapun, tersedia kapanpun dan

¹⁴ Khomsahrial Romli, *Komunikasi Massa*, (Jakarta: PT Grasindo, 2016), hlm. 140.

dimanapun tanpa terbatas ruang dan waktu seperti jika kita menggunakan media tradisional.

d. Konten Multimedia

Dari segi konten, konvergensi media mengacu pada kemampuan untuk menampilkan berbagai macam format konten media hanya melalui berbagai macam media.

b. Kepemilikan

Kepemilikan media saat ini cenderung mengarah kepada dimana berbagai media seringkali tergabung dalam satu kepemilikan yang sama.

c. Kolaborasi

Dalam Kolaborasi, konvergensi pun dapat dilakukan oleh media yang kepemilikannya berbeda ataupun jenis media berbeda. Konvergensi yang dilakukan biasanya berupa saling berbagi informasi di tingkat penyajian.

d. Koordinasi

Dalam dimensi koordinasi, media-media yang berbeda kepemilikan bisa saja kerja samaseperti halnya media-media yang tergabung dalam satu kepemilikan. Konvergensi yang dilakukan dapat berupa berbagi informasi, atau saling memanfaatkan fitur-fitur lain yang menguntungkan kedua belah pihak.¹⁵

4. Afektif, Kognitif, dan Konatif

a. Aspek Afektif

Aspek Afektif merupakan aspek yang berada dalam kejiwaan manusia.¹⁶ Aspek afektif terbagi menjadi beberapa macam, yaitu: motif, motivasi, minat, dan frustrasi.

b. Aspek Kognitif

Aspek Kognitif yakni aspek yang berkaitan dengan kemampuan memberdayakan akal pikiran.¹⁷ Aspek-aspek kognitif, yaitu:

¹⁵ *Ibid*, hlm. 142-145.

¹⁶ Enjang Idrus, *Membongkar Psikologi Belajar Aplikatif*, (Majalengka: Guepedia, 2018), hlm. 79.

perhatian, tanggapan, berpikir, *intelegence*, persepsi, fantasi, ingatan, dan lupa.

c. Aspek Konatif

Aspek Konatif adalah aspek yang terdapat dalam jiwa yang bersifat abstrak.¹⁸ Aspek-aspek konatif, yaitu: kehendak, insting, kemauan, dan sugesti.

C. Landasan Teori

1. Komunikasi Massa

a. Pengertian Komunikasi Massa

Definisi komunikasi massa menurut Bittner yang paling sederhana dikemukakan oleh bitner yakni: komunikasi massa adalah pesan yang dikomunikasikan melalui media massa pada sejumlah besar orang (*massa communication is messeges communicated through a mass medium to a large number of people*). Dari definisi tersebut dapat diketahui bahwa komunikasi massa itu harus menggunakan media massa. Jadi, sekalipun komunikasi itu disampaikan kepada khalayak yang banyak, seperti rapat akbar dilapangan luas yang dihadiri oleh ribuan, bahkan puluhan ribu orang, jika tidak menggunakan media massa, maka itu bukan komunikasi massa. Media komunikasi yang termasuk media massa adalah radio siaran dan televisi keduanya dikenal sebagai media elektronik; surat kabar dan majalah keduanya disebut dengan media cetak; serta media film. Film sebagai media komunikasi massa adalah film bioskop.¹⁹

Selanjutnya Defleur dan Dennis, dalam bukunya “*Understanding Mass Communication*” mendefinisikan komunikasi massa ialah sebuah proses dimana komunikator-komunikator menggunakan media untuk menyebarkan pesan-pesan secara luas dan secara terus-menerus menciptakan makna yang diharapkan dapat

¹⁷ *Ibid*, hlm. 81.

¹⁸ *Ibid*, hlm. 83.

¹⁹ Khomsahrial Romli, *Opcit*, hlm. 1-2.

mempengaruhi khalayak yang besar dan berbeda-beda dengan berbagai cara.²⁰ Dari kedua definisi tersebut dapat disimpulkan bahwasannya pengertian komunikasi massa adalah suatu komunikasi yang disampaikan oleh komunikator dengan menggunakan media yang disampaikan kepada komunikan atau khalayak umum, dimana media yang digunakan dalam menyampaikan komunikasi itu ialah media massa.

b. Elemen Komunikasi Massa

Elemen-elemen yang terdapat dalam komunikasi massa, sebagai berikut:

- 1) Komunikator, merupakan penyampai pesan dalam komunikasi massa. Biasanya komunikator komunikasi massa bekerja di dalam sebuah lembaga media massa, misalnya wartawan dan penyiar.
- 2) Pesan, merupakan suatu informasi yang disampaikan oleh komunikator dalam komunikasi massa. Pesan tersebut dapat berupa berbagai hal seperti, berita, iklan, hiburan dan sebagainya.
- 3) Komunikan, merupakan penerima pesan dalam komunikasi massa yang berjumlah banyak dan dari berbagai wilayah. Komunikan dalam komunikasi massa berisi individu-individu maupun kelompok yang bersifat heterogen.
- 4) Feedback, merupakan umpan balik dalam komunikasi massa. Namun umpan balik yang dihasilkan oleh komunikasi massa bersifat tidak langsung artinya komunikan tidak dapat merespon secara langsung pesan yang disampaikan oleh komunikator.
- 5) Gangguan, merupakan hambatan yang terdapat dalam komunikasi massa.

²⁰ Roudhonah, *Ilmu Komunikasi*, (Depok: Rajawali Pers, 2019), hlm. 167.

- 6) Gatekeeper, merupakan penyeleksi berita agar dapat menarik perhatian komunikan.²¹

c. Ciri-ciri Komunikasi Massa

- 1) Komunikator Terlembagakan. komunikasi massa itu melibatkan lembaga, dan komunikatornya bergerak dalam organisasi kompleks, maka proses pemberian pesan yang diberikan oleh komunikator harus bersifat sistematis dan terperinci.
- 2) Pesan Bersifat Umum. Pesan dapat berupa fakta, peristiwa ataupun opini. Namun tidak semua fakta atau peristiwa yang terjadi di sekeliling kita dapat dimuat dalam media massa. Pesan komunikasi massa yang dikemas dalam bentuk apapun harus memenuhi kriteria penting atau menarik.
- 3) Komunikan Anonim dan Heterogen. Komunikan yang dimiliki komunikasi massa adalah anonim (tidak dikenal) dan heterogen (terdiri dari berbagai unsur).
- 4) Media Massa Menimbulkan Keserempakan. Keserempakan media massa itu adalah keserempakan kontak dengan sejumlah besar penduduk dalam jarak yang jauh dari komunikator, dan penduduk tersebut satu sama lainnya berada dalam keadaan terpisah.
- 5) Komunikasi Massa mengutamakan isi daripada hubungan. Dalam komunikasi massa, pesan harus disusun sedemikian rupa berdasarkan sistem tertentu dan disesuaikan karakteristik media massa yang digunakan. Di dalam komunikasi antarpersonal, yang menentukan efektivitas komunikasi bukanlah struktur, tetapi aspek hubungan manusia, bukan pada “apanya “tetapi “ bagaimana“. Sedangkan pada komunikasi massa menekankan pada “apanya “.

²¹ Onong Uchjana, *Ilmu Komunikasi Teori dan Praktek*, (Bandung: PT Remaja Rosdakarya, 2013), hlm. 20-25.

- 6) Komunikasi Massa bersifat satu arah. Komunikator dan komunikan tidak dapat terlibat secara langsung, karena proses pada komunikasi massa yang menggunakan media massa.
- 7) Stimuli alat indra “Terbatas” Stimulasi alat indra tergantung pada media massa. Pada surat kabar dan majalah, pembaca hanya melihat, pada media radio khalayak hanya mendengarkan, sedangkan pada media televisi dan film kita menggunakan indra pengelihatan dan pendengaran.
- 8) Umpan balik tertunda. Hal ini dikarenakan oleh jarak komunikator dengan komunikan yang berjauhan dan karakter komunikan yang anonim dan heterogen.²²

Seperti yang sudah dijelaskan pada pengertian dari komunikasi massa, para ahli komunikasi membatasi pengertian dari komunikasi massa dengan menggunakan media massa, yang termasuk dalam media massa ialah media cetak seperti surat kabar, majalah, dan sebagainya. Selanjutnya yang termasuk dalam media massa yaitu media elektronik seperti televisi, radio, serta film. Selain itu ada lagi media massa yang saat ini sangat populer dikalangan masyarakat yaitu internet, nah internet ini termasuk dalam media massa modern.

d. Fungsi komunikasi massa

Komunikasi massa memiliki fungsi, sebagai berikut:

- 1) Fungsi informasi, merupakan fungsi yang paling penting di dalam komunikasi massa.
- 2) Fungsi hiburan, merupakan salah satu fungsi komunikasi massa dimana untuk memenuhi kebutuhan khalayak sebagai sumber hiburan.
- 3) Fungsi sosial, merupakan fungsi komunikasi massa yang berperan sebagai penyebarluasan informasi dalam bidang sosial.

²² Gushevinalti, Panji Suminar, dan Heri Sunaryanto., *Ransformasi Karakteristik Komunikasi Diera Konvergensi Media*, (Bricolage : Jurnal Magister Ilmu Komunikasi Vol.6 (No. 1): Th. 2020), hlm. 84.

- 4) Fungsi pengawasan, merupakan fungsi dari komunikasi massa yang dapat memberikan informasi berupa peringatan mengenai keadaan sekitar.
- 5) Fungsi korelasi, merupakan fungsi dari komunikasi massa yang dapat menjadi penghubung antara khalayak dan media massa.

Adapun menurut Jay Black dan Frederick C. Whitney fungsi-fungsi dari komunikasi massa yaitu: (1) *To inform* (menginformasikan), (2) *To entertain* (memberi hiburan), (3) *To persuade* (membujuk), (4) *Transmission of the culture* (transmisi budaya).²³

2. Teknologi Informasi

a. Pengertian Teknologi Informasi

Teknologi informasi adalah ilmu yang mempelajari penggunaan teknologi sebagai media pengelola informasi.²⁴ Teknologi informasi adalah suatu teknologi yang digunakan untuk memolah data, termasuk memproses, mendapatkan, menyusun, menyimpan memanipulasi data dalam berbagai cara untuk menghasilkan informasi yang berkualitas, yaitu informasi yang relevan, akurat dan tepat waktu, yang digunakan untuk keperluan pribadi, bisnis, dan pemerintahan, dan merupakan informasi yang strategis untuk pengambilan keputusan. Sedangkan teknologi komunikasi sendiri ialah suatu teknologi yang digunakan sebagai peralatan atau alat untuk menghubungkan atau berinteraksi antar individu dengan individu yang lain. Teknologi komunikasi ini berkembang sangat cepat disebabkan oleh semakin banyaknya kebutuhan manusia akan teknologi untuk menunjang kebutuhan komunikasi.

²³ Ido, Prijana Hadi. dkk, *Komunikasi Massa*, (Pasuruan, Jawa Timur: CV. Penerbit Qiara Media, 2019), hlm. 11.

²⁴ Muhammad Sobri, dkk., *Pengantar Teknologi Informasi*, (Yogyakarta: ANDI, 2017), hm. 1.

Menurut Martin, teknologi informasi merupakan teknologi yang tidak hanya terbatas pada teknologi komputer (perangkat lunak dan perangkat keras) yang digunakan untuk memproses atau menyimpan informasi, melainkan juga mencakup teknologi komunikasi untuk mengirim informasi atau menyebarkan informasi.²⁵

b. Peranan Teknologi Informasi

Menurut Castells, kekhasan teknologi informasi bukan terletak pada kemampuannya mengimbas realitas maya ke dunia nyata, melainkan kemampuannya membangun kemayaan yang nyata atau real virtuality. Dengan kata lain, kehadiran teknologi informasi terbukti mampu menghadirkan efek suatu peristiwa atau entitas secara aktual, padahal peristiwa atau entitas itu sendiri tidak riil.²⁶

Dengan berkembangnya jaman sekarang ini peran teknologi informasi sangatlah penting, dimana kita sebagai pengguna dapat memanfaatkan teknologi informasi dengan sekali klik. Informasi yang diolah tidak hanya text, gambar, video namun bisa berbentuk multimedia, kita dapat memanfaatkan komputer dengan berbagai cara, mulai dari menulis, menggambar, edit foto, memutar video/lagu sampai dengan menganalisis datapenelitian maupun mengatasi masalah-masalah lainnya.²⁷

Peranan teknologi informasi dalam kehidupan kita sangat berarti. Seperti ketika kita hendak memberi kabar kepada saudara kita diluar kota melalui telepon, *handphone*, atau e-mail. Ketika mengetahui peristiwa-peristiwa yang terjadi di belahan dunia, kita dapat mengetahuinya dengan cara menyaksikan siaran televisi,

²⁵ Abdul, karim. dkk., *Pengantar Teknologi Informasi*, (Labuhanbatu: Yayasan Labuhanbatu Berbagi Gemilang, 2020), hlm. 1.

²⁶ Rahma Sugihartati, *Perkembangan Masyarakat Informasi dan Teori Sosial Kontemporer*, (Jakarta: KENCANA, 2014), hlm. 39-40.

²⁷ Abdul, karim. dkk., *Op.cit*, hlm. 6.

mendengarkan radio, membaca surat kabar dan majalah, atau membuka suatu situs internet.²⁸

Salah satu bentuk dari kemajuan teknologi informasi yaitu media massa elektronik, Dengan adanya media massa elektronik atau media elektronik ini semakin memudahkan manusia dalam mendapatkan informasi, yaitu informasi tentang berbagai kejadian yang sedang berlangsung di dunia. Sebab cakupan dari media elektronik ini sangat luas dan sangat mudah serta sangat cepat diakses dan berbentuk digital atau yang sering kita dengar sekarang media digital. Salah satu contoh dari media digital ini adalah internet. Media komunikasi elektronik berhasil menyatukan masyarakat tanpa ada batas serta hambatan yang berarti. Hambatan komunikasi seperti ruang, waktu, dan jarak dapat hilang sebab adanya media elektronik pada masa konvergensi media seperti sekarang ini.

Dalam kehidupan sehari-hari, teknologi informasi tidak dapat dipisahkan dari kehidupan manusia. Pada dasarnya teknologi informasi berperan sangat penting dengan kebutuhan-kebutuhan pokok manusia dalam mempermudah dan mempertinggi kualitas hidup manusia.

²⁸ Muhammad Sobri, dkk., *Pengantar Teknologi Informasi*, (Yogyakarta: ANDI, 2017), hm. 10.