

Perkembangan Teknologi Komunikasi dan Media Baru: Implikasi terhadap Teori Komunikasi

Novi Kurnia

ABSTRACT

Technology development has shaped the way we communicate each other. New media also built a new mode of communication. These developments lead to a new map of communication—in the field of practice and theoretical domain. Responding to these developments, Ward divided media to 'new' news media, 'new' non-news media, and traditional media. Each was characterized by its technology, interactivity, and any other features. McQuail divided media into 4 type: interpersonal communication media, interactive playing media, information searching engine, and information exchange media such as Internet. For Pavlik, technical functions become the main feature of media categorization. There are stages of production and processing information, distribution and transmitting information, and display or ways of presenting information.

Kata kunci: teknologi, media baru, peta komunikasi baru

Tak dapat dipungkiri, teknologi memegang peranan penting dalam proses dan praktik komunikasi di tengah masyarakat industri yang tengah bertransformasi menjadi masyarakat informasi. Namun, bagaimana pengaruh perkembangan teknologi komunikasi tersebut pada teori komunikasi? Kendati teknologi komunikasi selalu dikaitkan dengan perangkat keras, pengaruhnya terhadap teori komunikasi—terutama terkait dengan media baru yang dimunculkan—ternyata cukup signifikan. Selain membalikkan sejumlah mitos komunikasi massa, perkembangan teknologi komunikasi tak pelak lagi mengubah mode atau cara berkomunikasi, dan pada gilirannya kelak diprediksi bakal mengubah peta-peta komunikasi—secara praktis maupun teoritis—sebagaimana ditunjukkan oleh para ahli komunikasi yang pendapat-pendapatnya dikompilasikan dalam artikel ini.

Teknologi Komunikasi dalam Masyarakat Informasi

Seiring dengan perkembangan yang pesat di bidang teknologi komunikasi, pemahaman mengenai teknologi komunikasi banyak mendapat sorotan ahli komunikasi, salah satunya adalah Everett M. Rogers (1986:2) yang melihat bahwa teknologi komunikasi merupakan perangkat keras dalam struktur organisasi yang mengandung nilai-nilai sosial, yang memungkinkan setiap individu mengumpulkan, memproses dan melakukan saling tukar informasi dengan individu lain. Definisi Rogers tersebut menunjukkan bahwa teknologi komunikasi mempunyai beberapa karakteristik. *Pertama*, teknologi komunikasi berkaitan dengan perangkat keras atau alat. *Kedua*, teknologi komunikasi muncul dalam suatu struktur ekonomi, sosial dan politik tertentu. *Ketiga*, teknologi

komunikasi membawa nilai-nilai tertentu dari struktur di atas. *Keempat*, teknologi komunikasi berhubungan dengan perangkat keras di bidang komunikasi. Sebagai sebuah perangkat, lebih lanjut dikatakan oleh Rogers (1986:4), teknologi komunikasi mengondisikan penggunaannya untuk melakukan demassifikasi dalam mengontrol pesan, menyesuaikan diri dengan standar teknis pemakaian teknologi komunikasi serta meningkatkan interaksi dengan individu lain tanpa mengenal hambatan jarak.

Berbeda dengan Rogers yang melihat teknologi komunikasi dari segi perangkat keras, Mc Omber (dalam Abrar, 2003:7) mengaitkan teknologi komunikasi dengan kebudayaan melalui beberapa sudut pandang. *Pertama*, teknologi komunikasi dianggap sebagai faktor yang determinan dalam masyarakat, independen dan bisa menciptakan perubahan dalam masyarakat. *Kedua*, teknologi komunikasi sebagai produk industrialisasi yang diciptakan secara massal dalam jumlah yang sangat banyak. *Ketiga*, teknologi komunikasi melahirkan alat yang baru yang tidak semua orang bisa mengenalnya dengan baik dimana kekuatan saling mempengaruhi antara teknologi komunikasi sendiri dengan kekuatan sosial yang ada dalam masyarakat tidak dapat diprediksi secara tepat.

Meskipun teknologi komunikasi mendapat pemaknaan yang berbeda dari berbagai ilmuwan, tak dapat dipungkiri bahwa perkembangan teknologi komunikasi berjalan sangat pesat dalam kurun satu dasawarsa terakhir ini. Hal ini bisa terjadi karena masyarakat dunia sekarang sudah memasuki sebuah tahapan ke dalam masyarakat informasi. Dalam masyarakat informasi, kebutuhan akan informasi menjadi kebutuhan yang sangat mutlak dimana informasi menjadi komoditas yang bernilai ekonomis dan bermakna strategis. Dengan pentingnya informasi maka masyarakat tak lagi menilai harga yang harus dibayarkan untuk bisa mengikuti perkembangan teknologi komunikasi.

Oleh karena itu, tak heran jika Webster (1995:6-21) melihat definisi masyarakat informasi dari beberapa kriteria. *Pertama*, *technological*,

masyarakat informasi akan bergantung pada inovasi teknologi yang semakin lama semakin berkembang. *Kedua*, *economic*, masyarakat informasi akan mempunyai industri informasi terbagi dalam lima kategori yaitu pendidikan, media komunikasi, mesin informasi, pelayanan informasi dan kegiatan informasi lain seperti penelitian dan kegiatan sosial. *Ketiga*, *occupational*, perubahan yang terjadi dalam masyarakat informasi menyebabkan perubahan yang terjadi dalam ketersediaan dan kebutuhan tenaga kerja dalam bidang informasi. *Keempat*, *spatial*, masyarakat informasi mempunyai jaringan informasi yang terhubung dengan lokasi dan mempunyai efek pada perogramisasian waktu dan ruang. *Kelima*, *cultural*, masyarakat informasi mengalami perubahan sirkulasi sosial budaya dalam kehidupan sehari-hari karena informasi yang tersedia di berbagai saluran (termasuk media) yang ada.

Media Baru vs Media Tradisional

Istilah media baru sampai sekarang masih menimbulkan perdebatan di kalangan ilmuwan. Kesan awal yang muncul dari konsep media baru sering diartikan secara sederhana sebagai media interaktif yang menggunakan perangkat dasar komputer. Pengertian media baru yang selanjutnya memberikan cakupan yang lebih luas seperti diungkapkan oleh Croteau (1997:12) bahwa media baru yang muncul akibat inovasi teknologi dalam bidang media meliputi televisi kabel, *satellites*, teknologi *optic fiber* dan komputer. Dengan teknologi seperti ini, pengguna bisa secara interaktif membuat pilihan serta menyediakan respon produk media secara beragam.

Pengelompokan media baru secara detil dilakukan Ward (1995:279) melalui media baru yang berhubungan dengan berita dan yang tidak terlihat sangat bervariasi jauh melebihi kelompok media tradisional yang ada dalam tabel 1.

Sementara itu, McQuail (2000 :127) membuat pengelompokan media baru menjadi empat kategori. *Pertama*, media komunikasi interpersonal yang terdiri dari telpon, *handphone*, *e-mail*.

Tabel 1: Kelompok Media Tradisional dan Media Baru

<i>'New' news media</i>	<i>'New' non-news media</i>	<i>Traditional news media</i>
<i>Computers</i>	<i>Direct mail</i>	<i>Broadcast TV</i>
<i>Satellites</i>	<i>E-mail</i>	<i>Radio</i>
<i>Cable tv</i>	<i>Polling</i>	<i>Newspaper</i>
<i>VCRs</i>	<i>Videoconferencing</i>	<i>Magazines</i>
<i>Direct broadcast satellites</i>	<i>Teleconferencing</i>	<i>Telephone</i>
<i>Multipoint distribution services</i>	<i>Computers bulletin boards</i>	<i>Telegraph</i>
<i>Satellite master antennae TV</i>	<i>Cellular Phones</i>	
<i>Subscription TV</i>	<i>Voive-mail</i>	
<i>Low-power TV</i>	<i>ATM dan EFTPOS</i>	
<i>Videotext</i>	<i>Facsimile transmission</i>	
<i>Teletext</i>	<i>Integrated services digital network</i>	
<i>Lasers</i>	<i>Fibre optics</i>	
<i>Multimedia</i>		
<i>High Definition TV</i>		

Kedua, media bermain interaktif seperti komputer, *videogame*, permainan dalam internet. *Ketiga*, media pencarian informasi yang berupa portal/*search engine*. *Keempat*, media partisipasi kolektif seperti penggunaan internet untuk berbagi dan pertukaran informasi, pendapat, pengalaman dan menjalin melalui komputer dimana penggunaannya tidak semata-mata untuk alat namun juga dapat menimbulkan afeksi dan emosional.

Lepas dari perbedaan pengelompokkan media baru yang ada selama ini, arti penting kehadiran media baru dalam masyarakat sendiri tak perlu diragukan lagi seperti yang ditegaskan oleh Mc Quail (2002:302) bahwa munculnya media baru yang membawa ke konsep masyarakat informasi sebagai masyarakat yang *'dependent upon complex electronic information and communication networks and which allocate a major portion of their resources to information and communication activities'*.

Sedangkan Pavlik (1998:2-4) melihat kehadiran media baru dihubungkan dengan fungsi teknisnya

yang meliputi beberapa hal. *Pertama*, produksi, merujuk pada pengumpulan dan pemrosesan informasi yang meliputi komputer, fotografi elektronik, *scanners* optikal, *remotes* yang tak lagi mengumpulkan dan memproses informasi melainkan juga menyelesaikan masalah secara lebih cepat dan efisien. *Kedua*, distribusi, merujuk pada pengiriman atau pemindahan informasi elektronik. *Ketiga*, *display*, merujuk beragam teknologi untuk menampilkan informasi kepada pengguna terakhir, audiens yang menjadi konsumen informasi. *Keempat*, *storage*, merujuk pada media yang menggunakan penyimpanan informasi dalam format elektronik.

Kehadiran media baru dengan segala bentuk dan fungsinya ini tentu saja tidak begitu saja menggeser media lama atau tradisional yang ada selama ini seperti terlihat dalam pengelompokkan era perkembangan teknologi komunikasi yang dilakukan oleh Rogers (1986:2) tampak bahwa keberadaan media baru tidak begitu saja menggeser keberadaan media tradisional yang sampai

sekarang tetap dibutuhkan masyarakat untuk menjadi sumber informasi sesuai dengan karakteristiknya masing-masing.

Perbedaan yang nampak antara media baru dan lama yang jelas mencuat adalah dari segi penggunaannya secara individual yang diungkapkan oleh McQuail(2000:127) melalui tingkat interaktif penggunaan media yang diindikasikan oleh rasio respon pengguna terhadap pengirim pesan, tingkat sosialisasi pengguna dimana media baru lebih bersifat individual dan bukan bersifat interaksi sosial secara langsung, tingkat kebebasan dalam penggunaan media, tingkat kesenangan dan menariknya media yang digunakan sesuai keinginan serta tingkat privasi yang tinggi untuk penggunaan media baru.

Implikasi Teknologi Komunikasi dan Media Baru

Apa yang ditawarkan oleh media baru dibandingkan dengan media lama adalah kapasitas untuk memperluas volume informasi yang memungkinkan untuk individu melalui kontrol yang lebih besar dan suatu kapasitas untuk menyeleksi informasi tertentu yang mereka harapkan dapat terima. Tak heran jika Ward (1995:279) mengatakan bahwa media baru berkesan tanpa mediasi karena bisa digunakan secara langsung tanpa melalui organisasi media yang rumit seperti layaknya organisasi media lama atau tradisional. Sebagaimana dikatakan lebih jelas oleh Mc Quail (2000:119) dimana kebanyakan media baru ini memungkinkan komunikasi dua arah yang bersifat interaktif yang memungkinkan pengumpulan sekaligus pengiriman informasi sehingga implikasinya bisa beragam. Pada *produser*, bisa memiliki peluang yang lebih luas untuk dikenal dan melakukan publikasi. Pada *penerbit*, dapat memberikan bentuk alternatif untuk melakukan komunikasi dan publikasi sehingga dapat melakukan editing maupun validasi terhadap publikasinya. Pada *faktor produksi dan distribusi*, tidak lagi dibatasi oleh ruang dan waktu karena dapat memberikan informasi dalam jumlah yang sangat besar ke mana pun tempatnya dalam waktu

yang sama. Pada *penerima informasi*, dapat terjadi berbagai perubahan karena kebebasan dan kesamaan dalam hubungan antara pengirim dan penerima informasi sehingga penerima informasi dituntut untuk membuat berbagai pilihan berdasarkan pengetahuan dan pengalaman yang harus diintergrasikan agar mampu melakukan komunikasi

Secara lebih tegas dikatakan oleh Ganley (dalam Ward, 1995:284) bahwa media baru memungkinkan individu memainkan peranan yang lebih aktif sebagai warga negara sekaligus sebagai konsumen karena media baru meningkatkan akses dari warga negara yang biasa menjadi lebih terinformasi secara politis yang memungkinkan peningkatan demokrasi. Meskipun begitu, harus dilihat bahwa media baru juga tidak menutup kemungkinan adanya kesenjangan pengetahuan antara orang yang mempunyai informasi dengan yang tidak mempunyai informasi.

Pavlik (1998:5) membuat pemetaan yang sangat rinci atas konsekuensi yang diakibatkan oleh teknologi media baru dalam tabel 2.

Sedangkan konsekuensi yang lebih spesifik atas penggunaan komputer sebagai unsur yang paling utama dalam media baru, bisa disimak dari komentar Furness (dalam Biocca & Levy, 1995:384) bahwa hubungan komputer dan manusia ditandai oleh kemampuan intelektual yang selalu bertambah dari kedua belah pihak. Tantangan yang muncul kemudian, adalah memilih perbedaan antara dua pilihan: membuat komputer menjadi lebih manusiawi atau membuat manusia menjadi lebih menyerupai komputer.

Media Baru dan Teori Komunikasi

Kemajuan teknologi komunikasi dalam media baru yang sangat pesat dan memunculkan masyarakat informasi menuntut kita untuk melakukan pendefinisian ulang atas teori tentang media yang ada selama ini. Ward (1995:299) mengatakan bahwa teori yang ada selama ini lebih melihat media pada keberadaan dan pengaruh media sementara proses 'informatisasi' sendiri masih belum banyak disentuh. Padahal dengan beragam

Tabel 2: Teknologi Media Baru

	<i>Communication Worker</i>	<i>Product</i>	<i>Structure</i>	<i>Society</i>
<i>Intended Consequence</i>	<i>Efficiency, Lower Cost, Greater speed</i>	<i>Interactivity User Control Multimedia Freedom Flexibility</i>	<i>Decentralization Virtual Newsroom Telecommuting Content</i>	<i>Economic Benefit</i>
<i>Unintended/ Unexpected Consequence</i>	<i>Health effects Fewer Jobs</i>	<i>Information more costly, Intellectual Property Rights hard to define</i>	<i>Redefined Roles Organization</i>	<i>Privacy Lost, Pace of Tech change faster than society's ability to cope</i>

jenis media baru yang bisa dijadikan sumber informasi dari yang sangat massif hingga yang sangat personal melibatkan proses 'informatisasi' yang relatif berbeda dengan penerimaan audiens yang berbeda pula. Di samping itu, kecepatan perkembangan media baru yang didukung teknologi komunikasi yang semakin lama semakin maju menunjukkan bahwa media komunikasi tidak bersifat tetap setiap saat

Senada dengan Ward, McQuail (2000:125) melihat bahwa permasalahan utama dalam teori tentang media baru, yang tentu saja berbeda dengan teori tentang media (lama) yang ada selama ini, berkuat pada tiga hal. *Pertama, power and inequality*, sangatlah sulit untuk menempatkan media baru dalam hubungannya dengan kepemilikan dan kekuasaan dimana isi dan arus informasi dikontrol. *Kedua, social integration dan identity*, media baru dianggap sebagai kekuatan untuk melakukan disintegrasi terhadap kohesivitas sosial yang ada di dalam masyarakat karena dianggap terlalu individualistik dan bisa menembus batas ruang dan waktu sekaligus budaya. *Ketiga, social change*, media baru dianggap agen perubahan sosial sekaligus agen perubahan ekonomi yang terencana dimana tidak

adanya kontrol pesan baik dari pemberi maupun penerima pesan sangat mungkin terjadi.

Berkenaan dengan permasalahan di atas, McQuail(2000:129) melihat munculnya pola arus informasi baru yang muncul setelah media baru hadir. Model ini diambil dari ahli telekomunikasi Belanda, J.L Bordewijk dan B. van Kaam yang menggunakan empat pola dasar komunikasi yang saling berkaitan. *Pertama, alloculation*, informasi didistribusikan dari pusat secara simultan kepada beberapa periferi. *Kedua, conversation*, individu berinteraksi dengan individu lain dengan memilih partner, topik pembicaraan, waktu dan tempat komunikasi sesuai dengan keinginannya. *Ketiga, consultation*, merujuk pada variasi situasi komunikasi yang berbeda dimana individu mencari informasi melalui sumber informasi yang dia inginkan. *Keempat, registration*, di sini setiap individu ditempatkan dalam sebuah sistem dimana pusat lebih mempunyai kontrol terhadap individu yang berada pada periferi untuk menentukan isi dari lalulintas komunikasi. Keempat pola diatas saling melengkapi sekaligus saling tumpang tindih satu sama lain.

Dengan cara yang lain, McQuail sendiri (2002:312) membuat perubahan model komunikasi

Tabel 3: Teknologi Media Baru

<i>OLD MODEL</i>			
<i>Limited supply—Homogeneous content—Passive mass audience—Undifferentiated reception/effect</i>			
<i>NEW MODEL</i>			
<i>Many different Sources</i>	<i>Diverse channels and channels and contents</i>	<i>Fragmented and active users/audience</i>	<i>varied and unpredictable reception/effect</i>

sehubungan dengan hadirnya media baru dalam skema sebagai berikut

Dari model di atas bisa terlihat jelas bahwa ketika pada model lama, sumber informasi sangat terbatas, maka pada model baru terdapat banyak sekali sumber informasi. Perubahan juga terlihat dari isi yang cenderung homogen pada model lama menjadi isi dan saluran yang menjadi sangat bervariasi dalam media baru. Sedangkan audiens sendiri dilihat sebagai audiens yang terfragmentasi sekaligus bersifat sangat aktif, tak lagi bersifat pasif dan massal. Hal yang sama juga nampak pada respon maupun efek yang semula tidak terdiferensiasi beralih menjadi respon dan efek yang sangat bervariasi sekaligus tak dapat diprediksikan.

Perubahan yang terjadi di atas tentu saja masih belum menjadi patokan baku atas hadirnya media baru di tengah masyarakat yang sangat haus terhadap informasi sekarang ini. Hal ini dikarenakan perkembangan komunikasi disertai teknologi komunikasi dan media yang ada akan selalu berubah sejalan dan saling pengaruh mempengaruhi dengan perkembangan yang ada di dalam masyarakat. Oleh karena itu, kajian terhadap fenomena media baru haruslah selalu dilakukan untuk bisa menangkap dinamika yang terjadi dalam hubungan antara media dan masyarakat.

Daftar Pustaka

- Abbrar, Ana Nadhya. 2003. *Teknologi Komunikasi: Perspektif Ilmu Komunikasi*. Yogyakarta: LESFI.
- Biocca, Frank, and Mark R. Levy (editor) 1995. *Communication in the Age of Virtual Reality*. New Jersey: Lawrence Erlbaum Associates.
- Croteau, David, and William Hoynes. 1997. *Media/Society: Industries, Images, and Audiences*. London: Pine Forge Press.
- Mc Quail, Dennis. 2000. *Mc Quail's Communication Theory* (4th edition). London: Sage Publications.
- Mc Quail, Dennis. 2002. *Media Performance: Mass Communication and the Public Interest*. London: Sage Publications.
- Pavlik, John V., 1998. *New Media Technology: Cultural and Commercial Perspectives*. Boston: Allyn and Bacon.
- Rogers, Everett M. 1986. *Communication Technology: The New Media in Society*. New York: The Free Press.
- Ward, Ian. 1995. *Politics of the Media*. Melbourne: Mac Milan.
- Webster, Frank. 1995. *Theories of the Information Society*. New York: Routledge.