

Arah Komunikasi Massa dalam Sistem Media Berjaringan Online

Cevi Mochamad Taufik, Gita Eka Sila
cevimochamadtaufik@ukri.ac.id, gitaekasila@ukri.ac.id

Abstract. Media changes occurred in a revolutionary way. Its presence packaged in a new type of media replaces the existence and phases of old media which were categorized as conventional. These changes which have fundamental consequences are changing the scientific landscape, especially the branch of mass communication. As an umbrella scientific discipline that studies mass media, mass communication is also developing. The various consequences of these developments ultimately relate to theory and methods which are also developing but are relevant to current trends and directions in mass media. Even though some have been categorized and formulated in theory, along with trends, new theories are needed in accordance with developments that occur. In this regard, this research aims to determine the direction of media which is experiencing fundamental changes towards a more convergent direction that reaches other scientific disciplines. By using qualitative methods with careful observation, several things were discovered regarding the possibility of theoretical postulations by combining other scientific disciplines in their understanding which could touch directly on the scientific dimension.

Keywords: Mass Communication, Mass Media, Communication Science

Abstrak. Perubahan media terjadi secara revolusioner. Kehadirannya yang dikemas dalam jenis media baru menggantikan eksistensi dan fase media lama yang terkategori konvensional. Perubahan yang menimbulkan konsekuensi mendasar ini mengubah lanskap keilmuan, khususnya cabang komunikasi massa. Sebagai disiplin ilmu yang memayungi telaah media massa, komunikasi massa turut berkembang. Berbagai akibat dari perkembangan tersebut, akhirnya berkenaan dengan teoritisasi dan metode yang juga turut berkembang namun relevan dengan tren dan arah media massa masa kini. Meskipun beberapa sudah terkategori dan terumuskan dalam teori, seiring dengan tren memerlukan teori baru sesuai dengan perkembangan yang terjadi. Berkenaan dengan itu, penelitian ini bertujuan untuk mengetahui arah media yang mengalami perubahan fundamental menuju ke arah yang lebih konvergen hingga menjangkau pada disiplin ilmu lain. Dengan menggunakan metode kualitatif dengan observasi secara seksama, ditemukan beberapa hal berkenaan dengan kemungkinan postulasi teoritis dengan menggabungkan disiplin ilmu lain dalam pemahamannya dapat menyentuh langsung pada dimensi keilmuan.

Kata kunci: Komunikasi Massa, Media Massa, Ilmu Komunikasi

LATAR BELAKANG

Transformasi mengubah wujud media ke dalam jaringan digital (Rachmaria et al., 2018a). Perubahan yang terjadi tidak hanya pada cara dan gaya membaca, namun juga kemampuan dalam memahami simbol-simbol komunikasi yang disebarkan secara masif melalui media (Yubiantara & Retnasary, 2020). Kondisi ini tidak saja menuntut pemahaman yang lebih komprehensif tentang dimensi perkembangan media, namun juga mengenai segi perkembangan lain dari media yang harus juga turut dipahami. Hal yang tidak kalah penting lagi adalah untuk menuntun khalayak agar memiliki referensi yang tepat dalam

memanifestasikan simbol-simbol komunikasi yang diperolehnya dalam media, terutama yang berjangkauan online (Farida & Sari, 2015).

Situasi perubahan yang tergolong revolusioner ini dianggap sebagai sebuah kondisi normal, mengingat perubahan pada suasana yang relatif baru ini belum menunjukkan pada arah sebenarnya yang akan dituju. Hanya pada sisi kebaruan dari sisi platform dan gaya penyampaian, dapat menyebabkan perubahan persepsi yang berbeda dari benak khalayak (Zurkarnain, 2015). Ini karena persepsi yang terbangun melalui pola-pola yang kemudian membudaya menjadi sebuah kebiasaan baru cara bermedia. Kebiasaan yang terbangun melalui media konvensional hilang tergantikan dengan media jenis baru. Budaya bermedia yang terbangun secara permanen kemudian berubah dengan pola kebiasaan dan cara-cara baru yang tidak mengenal asal ilmu yang mendasari kemunculannya (Sukmi Sih Natalia, 2015).

Terlebih pada pemahaman mengenai esensi informasi pada media lama yang dianggap mengandung kebenaran faktual (Poentarie, 2015). Bersamaan dengan itu harus melakukan penyesuaian atau adaptasi teknologi yang memerantarai kehadiran media. Proses penyesuaian ini berlangsung dengan tidak mudah, mengingat esensi yang terdapat di dalamnya dapat membentuk persepsi khalayak. Perkembangan teknologi membuat masyarakat terpecah di antara dua pilihan. Di satu sisi masyarakat menerima kehadiran teknologi, di pihak lain kehadiran teknologi modern justru menimbulkan masalah-masalah yang bersifat struktural yang kemudian merambah di semua aspek kehidupan masyarakat (Sumartono, n.d.).

Keberanian yang dibawa media baru dianggap membawa esensi kebenaran yang meragukan. Bahkan khalayak menganggap sebagai sebuah perkembangan yang asing dengan tampilan yang sama sekali baru. Tidak ada pemisahan yang tegas antara media sebagai penyampai berita atau informasi dengan media yang berada dalam kekuasaan pribadi pemilik akun media sosial yang lebih aktif dalam menyebarkan informasi (Asri, 2017).

Dalam saluran online, antara media berita dengan media sosial keduanya berada dalam jaringan yang sama (Sugiyono & Hadi, 2020). Masing-masing aktif dalam menyebarkan informasi. Akan tetapi menciptakan kebingungan terutama dalam pemilihan referensi yang dapat digunakan dalam memandu ke realitas, mengingat tercampurnya esensi informasi yang mengandung unsur yang benar-benar berdasarkan fakta dan data serta informasi yang hanya bersifat personal. Berdasarkan norma, terdapat perbedaan yang tegas antara media lama dengan media baru. Media lama dengan tradisi berita dan informasi yang objektif dan faktual hanya menyebar dan menebar informasi yang terkategori benar, namun di sisi lain berhadapan dengan media sosial yang mayoritas berasal dari pihak-pihak awam tentang media (Maulana Ibrahim & Edi Irawan, 2021).

Pada fase ini, informasi berada dalam situasi tak menentu. Jaringan media memiliki informasi yang beragam dan tidak luput dari informasi-informasi yang disebar dengan maksud yang tidak benar. Media dengan sifatnya yang baru ini memungkinkan semua orang memilikinya. Baik digunakan untuk kepentingan penyimpanan dan dokumen pribadi maupun membuat media berita sebagai saluran aspirasi dirinya. Akan tetapi menjadi semakin poplarnya hingga mengubah performa media konvensional dan mendorongnya ke arah transformasi digital sebagai sarana memetrasi pasar pembaca.

Dalam menjalankan sistem medianya, media transformasi turut melengkapi dirinya dengan akun-akun media sosial sebagai wujud dari eksistensi dan penguatan sebagai pelayan informasi yang harus mencapai seluruh khalayak. Memuat berbagai hal berkenaan dengan dimensi ilmu yang menguatkan landasan informasinya. Realitasnya sistem pemberitaan konvensional sudah mulai ditinggalkan yang pada akhirnya mendorong semua pengguna menerima perkembangan yang terjadi. Ini merupakan gelombang baru perubahan sistem

media dengan mengikuti perkembangan yang terjadi menuju pada masyarakat informasi (Norhabiba et al., 2018).

Arus besar yang datang secara masif ini menyentuh lapisan paling fundamental. Dengan kata lain, sebuah keniscayaan yang datang dan tidak bisa ditolak selain harus menerima dengan melakukan berbagai penyesuaian. Semua berusaha menggunakan tanpa latar belakang yang terbagi secara tegas ke dalam berbagai disiplin ilmu. Melainkan mengambil manfaat yang perlu agar media baru ini dapat memperkembangkan dan menjadi analisis bagi pengembangan keilmuan.

Berdasarkan paparan tersebut, penelitian ini dilandasi dengan referensi dari penelitian sejenis yang telah dilakukan sebelumnya, antara lain penelitian Wira Respati dengan judul *Transformasi Media Massa Menuju Era Masyarakat Informasi di Indonesia*. Dalam proses ini terdapat pergeseran pola masyarakat dalam mengakses dan mendistribusikan informasi. Hal ini merupakan perubahan gaya hidup sebagai konsekuensi penggunaan perangkat komunikasi berbasis teknologi informasi (ICT). Inovasi fitur perangkat komunikasi menawarkan medium komunikasi yang kian interaktif. Satu yang paling vital di antaranya blog, aplikasi sosial media berbasis web 2.0, menawarkan kapasitas produksi dan distribusi informasi yang mendorong masyarakat berperan aktif tidak hanya sebatas mengonsumsi tetapi juga memproduksi berita seperti halnya jurnalis profesional. Praktisi industri media pemberitaan mainstream menghadapi fenomena ini tidak boleh mengabaikan pergeseran perilaku khalayak dalam mengonsumsi dan mendistribusikan informasi. Mereka juga tidak dapat menampik kebangkitan era komunitas virtual dan pewarta warga. Pada era masyarakat informasi, praktisi media mainstream harus berdamai dengan bertransformasi menjadi media pemberitaan yang memberikan ruang kreativitas bagi khalayaknya untuk turut berpartisipasi aktif memproduksi informasi (Respati, 2014).

Penelitian kedua dilakukan Yofiendi Indah Indainanto dengan judul *Masa Depan Media Massa di Era Digital yang menyebutkan internet memberikan perubahan praktik dan teoritik dalam melihat perkembangan media massa menghadapi era digital*. Perubahan gaya transaksional media ke arah interaksi membuat media terus mengoptimalkan terlibatnya pembaca dalam memproduksi konten dan memanfaatkan media-media baru pendukung produksi. Tidak sedikit media merubah cara kerja, produksi konten, bisnis dan struktur organisasi media agar mampu bersaing. Praktik jurnalisme digital di Indonesia terus berupaya membangun iklim media yang disukai pembaca, stabil dan dinamis (Indainanto, 2021).

Penelitian selanjutnya dilakukan Mustofa dkk dengan judul *Efek Perkembangan Komunikasi Massa Terhadap Pola Pikir dan Perilaku Masyarakat di Era Society 5.0*. Keterlibatan teknologi dalam kehidupan modern sudah tidak bisa diabaikan lagi. Hampir semua aktivitas masyarakat tidak lepas dari teknologi. Hal ini untuk memenuhi akses dalam mencari informasi. Keterlibatan media komunikasi dinilai mampu untuk secara efektif melengkapi beragam kebutuhan masyarakat, kecepatan akses informasi yang saat ini bervariasi. Media komunikasi massa telah menjadi sebuah bagian yang tidak ada habisnya dalam memberikan informasi kepada khalayak, kehidupan media cetak dan teknologi sudah menjadi bagian yang tidak terpisahkan dalam kehidupan manusia. Kemudahan dalam mengakses secara masal media komunikasi yang dilakukan masyarakat, mempunyai pengaruh terhadap perubahan pola pikir masyarakat dan perilaku sehingga menjadikan media komunikasi massa sebagai tolak ukur (Mustofa et al., 2022).

Dari tiga penelitian yang dipaparkan tersebut, penelitian yang dilakukan penulis memunculkan kebaruan karena lebih menekankan pada pencarian dan pemenuhan teoritis mengenai dimensi perkembangan media. Setelah berlangsung dan secara meyakinkan menggantikan platform lama media konvensional, keberadaan terori menjadi sangat penting dan mendesak. Sedangkan tujuan penelitian adalah untuk mengetahui arah komunikasi massa dalam pelaksanaan media baru dalam sistem layanan online.

KAJIAN TEORITIS

Komunikasi massa lebih dimaknai sebagai bentuk komunikasi yang menggunakan media massa (Heychael & Sarwono, 2019). Berdasarkan asal istilahnya, komunikasi massa merupakan kependekan dari *mass media communication* atau komunikasi media massa (Hadi et al., 2021). Meskipun tidak hanya menekankan pada bentuk media massa, namun media massa sangat berpengaruh dalam perkembangan disiplin komunikasi massa. Ini karena pengaruh yang diciptakan tidak hanya pada bentuk medianya sendiri melainkan juga berperan pada bentuk-bentuk lain seperti kebiasaan yang tercipta hingga menjadi budaya masyarakat. Media komunikasi massa menjadikan manusia memiliki sikap ketergantungan, seperti tidak bisa lepas dengan media komunikasi yang dimiliki (Kustiawan et al., 2022).

Perubahan-perubahan yang terjadi pada media massa juga akan memberikan pengaruh pada komunikasi di berbagai disiplin ilmu. Tidak dapat dihindarkan bahwa pada setiap masa kemunculannya perlu komunikasi sebagai sarana untuk diketahui publik secara luas. Meskipun secara keilmuan, jika merunut pada waktu kemunculannya, perkembangan media massa dapat ditinjau dari tiga masa perkembangan, dari masa sebelum komunikasi massa, masa komunikasi massa, dan studi media. Masing-masing masa memiliki fitur dan aspek utama penelitian yang berbeda, bahkan metode penelitian (Bambang, 2014)).

Pada perkembangan paling mutakhir, komunikasi massa menekankan pada jenis media yang telah beralih ke saluran online. Ini merupakan bentuk baru dari hasil penemuan teknologi yang memungkinkan semua platform media menyatu ke dalam satu saluran. Akan tetapi semuanya menggunakan komunikasi sebagai dasar yang menghubungkan antara satu orang dengan orang lainnya, atau satu orang dengan kelompok yang lebih luas. Hal ini menjelaskan bahwa media berubah ke arah konvergensi yang merupakan proses sesuai dengan perkembangan budaya masyarakat. Konvergensi media ini menyatukan 3C yaitu *computing* (memasukkan data melalui komputer), *communication* (komunikasi), dan *content* (materi/isi konten) (Rachmaria et al., 2018).

Berdasarkan fase pertumbuhan media sejalan dengan situasi dan budaya masyarakat. Apabila saat ini media tergolong ke dalam jenis baru yang merupakan hasil konvergensi, maka pada waktu-waktu sebelumnya terjadi sesuai dengan keadaan masyarakat saat itu. Ini karena konsep media senantiasa mengikuti dinamika peradaban manusia yang saat ini telah memasuki era masyarakat informasi (Aoyama & Castells, 2002). Jika dibandingkan dengan era sebelumnya (era masyarakat pertanian dan era masyarakat industri), media penyiaran abad ini memiliki karakteristik yang semakin kompleks. McLuhan dalam Littlejohn (2009) menyatakan bahwa kemunculan informasi instan berawal dari tersedianya internet. Revolusi bidang media elektronik terjadi akibat adanya perubahan media informasi yang biasanya didapatkan dari siaran menjadi dalam bentuk jaringan media elektronik. (Restianty, 2018).

Era yang kini berlaku ini lebih populer dengan sebutan media digital. Ini berarti terjadi peningkatan dalam hal teknologi yang digunakan. Jika pada awalnya peralatan yang menunjang pada aktivitas manusia bertumpu pada pola-pola manual dengan bantuan tangan, maka dalam era digital semua berlangsung melalui pengoperasian serba otomatis. Digitalisasi adalah jenis perubahan dari teknologi mekanik dan elektronik analog menjadi teknologi digital. Bentuk digitalisasi diluncurkan pada tahun 1980-an dan berlanjut hingga saat ini (Hendri et al., 2023).

Digitalisasi yang menyentuh pada semua sektor maka tak terkecuali media turut masuk ke dalam sistem digital tersebut. Bersamaan dengan kemunculan era ini, teknologi komunikasi bukan lagi sebatas praktik yang harus dikuasai semua pihak yang menyandarkan diri pada digitalisasi melainkan sudah menjadi keharusan yang memaksa untuk menggunakannya. komunikasi sangat dipengaruhi oleh internet dan teknologi. Platform

jejaring sosial memengaruhi proses interaksi di antara pengguna internet melalui saluran partisipasi dua arah daripada informasi yang bersifat searah (Fariz Pinuji & Satiri, 2019).

Sistem media seperti ini tidak lagi mengenal latar kejuruan dan keahlian yang terspesialisasi yang harus menguasai bidang komunikasi massa ini, melainkan sudah menjadi keharusan yang perlu dan berlaku ke semua sektor. Proses-proses yang terjadi sangat diperantarai media atau dengan kata lain pola yang digunakan dalam memudahkan aktivitas dengan menggunakan media. Digitalisasi dapat dipahami sebagai media yang menjadi saluran dalam memudahkan berbagai aktivitas kehidupan manusia (Wijayanto & Harsadi, 2020).

Pada praktiknya, pola konvergensi yang terjadi dalam bentuk digital menyatu dengan berlandaskan pada infrastruktur jaringan internet. Media massa yang telah mengonvergensi dirinya ke jaringan digital berbasis internet ini berubah secara drastis meskipun unsur-unsur lama masih mewarnai.

METODE PENELITIAN

Pendekatan yang digunakan dalam penelitian ini adalah kualitatif deskriptif yang digunakan untuk menjelaskan fenomena berdasarkan kondisi sesungguhnya. Maka penelitian kualitatif ini digunakan dalam setting alamiah yang berada dalam situasi dinamis pada gejala yang tampak menunjukkan ketidaktetapan. Penelitian diarahkan guna mencari gejala yang kemudian dijelaskan melalui analisis atas objek yang menjadi bidang penelitiannya. Menurut Bogdan dan Taylor bahwa metodologi penelitian kualitatif merupakan penelitian yang menghasilkan data deskriptif, baik berupa kata-kata lisan maupun tertulis dari orang-orang atau perilaku yang diamati (Hadisaputra, 2021).

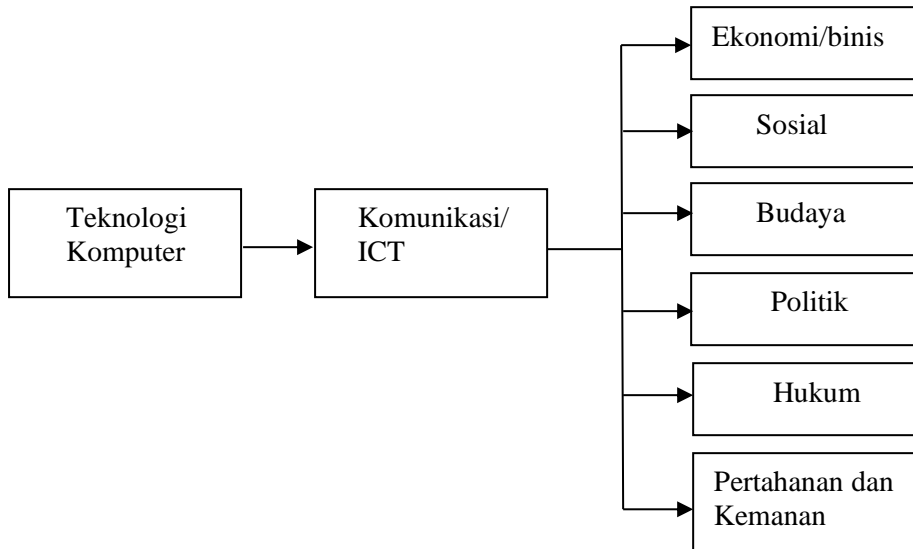
Berdasarkan pada pengertian tersebut, penelitian ini diarahkan untuk melihat arah dan perkembangan fenomena komunikasi massa yang berada dalam situasi dinamis mengikuti situasi perkembangan dalam masyarakat. Sebagai bahan analisis, media yang terdapat di saluran online menjadi unit analisis dan kemudian digolongkan sebagai data primer dengan bentuk pengayaan dari sumber-sumber lainnya sebagai data pendukung atau data sekunder.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Perkembangan lebih lanjut tentang media sebagai telaah dari komunikasi massa tidak hanya berfokus pada bidang kajian komunikasi saja. Banyak bagian yang terlibat dan secara sadar melibatkan diri sesuai dengan bidang-bidang keilmuan lainnya untuk mendalami bidang yang tengah menjadi fenomena dalam kehidupan sosial. Maka dengan demikian komunikasi massa dapat diterjemahkan juga melalui bidang studi yang mendasari pada kajian tentang jenis media, dengan perspektif sesuai latar keilmuannya. Terutama yang berkenaan dengan landasan yang menjadi dasar pelaksanaan komunikasi dalam media, seperti terlibatnya teknologi sebagai basis aktivitas media atau produk teknologi terbaru berupa komputer. Termasuk di dalamnya praktik-praktik langsung penggunaan media, seperti bagi kepentingan informasi, bisnis, ekonomi, politik, etika, hingga mencakup wilayah pertahanan dan keamanan sebuah bangsa.

Keseluruhan bidang studi tersebut dalam memhamai media sebagai sarana komunikasi massa pada dasarnya merupakan kebutuhan yang mendasar berkenaan pentingnya komunikasi dalam kiprah keseharian. Ini merupakan hakikat dasar sesuai istilah umum yang memandang bahwa kita tiak bisa tidak berkomunikasi (*we cannot not communicate*) bahwa semuanya harus berkomunikasi dan mengomunikasikan dirinya kepada khalayaknya. Sebagaimana rumusnya bahwa komunikasi dapat memperkembangkan segalanya, mendekatkan pada pencapaian tujuan, dan menunjukkan hakikat dari segala sesuatu. Kesadaran mengenai pentingnya komunikasi mulai menguat pada saat terjadinya peradaban media. Terutama pada saat ini berada dalam peradaban masyarakat informasi yang saat ini

tengah terjadi. Komunikasi melalui media tidak hanya untuk satu bidang disiplin saja melainkan memayungi sektor keilmuan yang menggunakan media sebagai sarana penyampaian informasi kepada masyarakat tujuannya. Untuk lebih jelasnya, perkembangan komunikasi massa menggunakan media ini dapat ditunjukkan melalui gambar berikut ini:



Gambar 1
Komunikasi Massa mempengaruhi bidang studi lain

Berdasarkan gambar tersebut dapat dijelaskan bahwa penemuan dan pengembangan lebih lanjut dari teknologi komputer mendasarkan pada basis perkembangannya kepada komunikasi dan informasi. Wujud dari produk teknologinya menjadi ICT atau Information Communication Technology. Dalam perkembangan lebih lanjut, kemajuan teknologi tersebut tidak hanya menjadi domain utama dalam telah disiplin ilmu tertentu saja, melainkan menjadi bagian yang tidak terpisahkan dengan segi kehidupan masyarakat lainnya. Komunikasi melalui media massa menjadi sistem yang berlaku dan beroperasi secara resiprokalitas yang pada praktiknya menautkan antara komunikasi massa yang menggunakan media massa dapat menyentuh pada bidang-bidang yang lebih luas. Dapat dikatakan, hampir semua bidang dan disiplin ilmu menggunakannya sebagai saluran utama.

Landasan utama adalah karena komunikasi bersifat *omnipresent* atau dengan kata lain komunikasi hadir di mana-mana dan menerpa ke semua disiplin ilmu. Dari sifatnya itu juga bahwa komunikasi terjadi dalam semua sektor yang menghubungkan interaksi antara satu sektor dengan sektor lainnya. Proses komunikasi yang mengantarai hubungan di antara sektor tersebut lebih menggunakan media. Terutama pada sektor-sektor yang berhubungan dengan orang banyak, maka komunikasi bermedia menjadi sarana yang paling menentukan. Proses penggunaan media sebagai sarana komunikasi dan interaksi di semua sektor kehidupan ini merupakan sebuah keniscayaan yang terjadi sesuai dengan berlakunya zaman menuju pada peradaban komunikasi massa. Hal ini ditandai dengan semakin masifnya penggunaan media pada semua kelompok masyarakat, menjadi alat utama untuk berinteraksi atau berkomunikasi dengan pihak lain, bahkan dapat menyebabkan ketergantungan masyarakat pada media.

Ketergantungan pada media bukan hanya terjadi pada jenis media baru (hasil transformasi digital) saja, melainkan sudah berlangsung sejak fase media yang digolongkan ke dalam jenis

media konvensional. Hanya saja frekuensi dan intensitasnya semakin tinggi manakala berada dalam pusaran media baru. Sebagai bentuk kesadaran bermedia hampir semua sektor menggunakan dan memiliki identitas akun personalnya masing-masing serta melengkapi dengan akun media sosial atau media informasi lain seperti website.

Hal ini dapat dengan mudah ditemui pada hampir semua institusi ekonomi dan bisnis. Sebagai bagian dari sistem pemasaran, penggunaan media merupakan unsur yang penting dan mendapat ruang bahasan khusus. Terutama berkenaan dengan teknik mempertahankan dan meningkatkan penjualan. Institusi ekonomi dan bisnis pun menggunakan media sebagai sarana untuk menginformasikan dirinya, baik berkenaan dengan lembaga atau perusahaannya maupun mengenai produk dan penjualan. Penguatan sisi bisnis dengan penggunaan media ini ditandai dengan kehadiran *buzzer* yang semula digunakan sebagai bagian dalam memperkembangkan bisnis. Di samping itu pun, kemunculan para influencer yang juga digunakan sebagai model dalam memasarkan dan meneguhkan sebuah *brand* kepada masyarakat calon konsumen.

Begitupun dengan sektor politik sudah barang tentu sangat membutuhkan sebagai sarana pendidikan, sosialisasi, dan meningkatkan partisipasi masyarakat. Untuk menjangkau konstituen yang banyak dan tersebar di berbagai pelosok, media menjadi perantara yang memungkinkan simbol-simbol politik sampai dan diterima khalayak. Dalam aspek ini juga politik sebagai dasar dari berjalannya media. Apabila media melenceng dari aliran politik yang berlaku di tempat media berada maka akan mendapat sanksi politik yang mengingatkan media harus sesuai dengan aliran yang berlaku.

Begitupula pada sektor hukum dapat melihat pada dampak atau efek yang ditimbulkan. Hukum berlaku aktif selama media itu beroperasi. Dengan perkataan lain bahwa landasan operasionalisasi media adalah hukum yang berlaku di negara tempat media tersebut berada. Tidak dapat dipandang kecil artinya ketika media dan budaya berelasi. Meskipun berlaku norma universal dalam pelaksanaan media, akan tetapi budaya-budaya lokal tempat media beroperasi tidak lantas meniadakan kenyataan kebudayaan yang berlaku dan mengganti dengan budaya-budaya umum yang berpijak pada nilai-nilai global. Hal yang sama juga berlaku pada kondisi sosial masyarakatnya. Media dengan kewajiban harus berusaha memajukan kehidupan sosial masyarakat menuju pada tujuan hidup yang dicita-citakan. Kritik-kritik sosial yang digunakan media untuk memotret kehidupan riil sebuah masyarakat dapat dijadikan sarana memperbaiki kehidupan. Media dalam hal ini menjadi partner masyarakat dan menjadi bagian yang tidak terpisahkan dari masyarakat.

Pada sektor pertahanan dan keamanan, media menjadi alat bagi masyarakat untuk meneguhkan nilai-nilai kebangsaannya. Media baru berjaringan internet berpotensi menjadikan sebuah bangsa menyatu ke dalam dunia yang berada dalam pelukan kekuasaan global, hingga dapat menghilangkan unsur-unsur dan identitas lokal. Risiko ini berpeluang sangat besar dalam konteks media baru. Karena jaringan yang mengitari seluruh luasan areanya tidak mengenal batas-batas administratif dan kekuasaan sebuah negara. Jaringan internet yang beroperasi secara global dapat mengubah preferensi masyarakat pada nilai-nilai yang diperolehnya berdasarkan sumber informasi yang diperoleh dari media. Situasi ini secara tidak langsung dapat mengubah dan menghilangkan identitas asli dan akar kewarganegaraan masyarakat untuk kemudian mengaku sebagai masyarakat global yang universal dan tidak berakara pada genus dan lokalitas kewarganegarannya.

KESIMPULAN DAN SARAN

Arah perkembangan komunikasi massa sangat tergantung pada teknologi yang mendasari operasionalisasinya. Tren yang berkembang hingga membentuk masyarakat informasi menunjukkan bahwa teknologi yang melandasi komunikasi massa lebih pada cara

praktis yang ditunjukkan dalam modul digital. Perkembangan teknologi pada akhirnya akan mengubah dan mengembangkan platform serta kultur media yang menjadi titik tekan dari kajian komunikasi massa. Bahkan beberapa definisi yang muncul berkenaan dengan komunikasi massa menyentuh pada teknologi yang digunakan dalam memproduksi informasi. Sehingga bukan tidak mungkin manakala perkembangan teknologi terus terjadi maka akan mengubah lanskap media yang pada akhirnya mengubah pemaknaan mengenai komunikasi massa.

Bersamaan dengan itu, kami menganggap bahwa hasil penelitian ini bukan akhir dari perjalanan komunikasi massa. Masih banyak dimensi komunikasi massa yang dapat diperkembangkan lebih jauh, karena itu kami berharap hasil penelitian ini menjadi awal bagi penelitian selanjutnya dengan tema yang sama.

UCAPAN TERIMA KASIH

Dengan dimuatnya naskah penelitian ini, kami mengucapkan terima kasih kepada pengelola jurnal Komunika Bangsa yang telah memberikan space sehingga dapat diterbitkan. Kami juga mengucapkan terima kasih kepada pihak-pihak yang telah membantu dan melancarkan proses penelitian ini.

DAFTAR REFERENSI

- Asri, R. (2017). Hubungan Media Massa dan Khalayak, Reinterpretasi di Era Milenial. In *Media dan Masyarakat Kini* (Vol. 1, pp. 133–199).
- Bambang, A. A. S. (2014). PERIODE PERKEMBANGAN MEDIA MASSA (Sebuah Tinjauan). *Jurnal Studi Komunikasi Dan Media*, 18(1), 119–132.
- Farida, & Sari. (2015). MEDIA TRADISIONAL VS MEDIA ONLINE (Komunikasi dengan Keunikan Identitas). *At-Tabsyir, Jurnal Komunikasi Penyiaran Islam*, 3(1), 41–66.
- Fariz Pinuji, M., & Satiri, S. (2019). PENGARUH USER-GENERATED CONTENT SEBAGAI ALAT KOMUNIKASI BISNIS TERHADAP KREDIBILITAS INFORMASI WEBSITE “TOKOPEDIA.” In *InterScript: Journal of Creative Communication* (Vol. 1, Issue 1). <https://www-statista-com>.
- Hadi, P. I., Wahjudianata, M., & Indrayani, I. (2021). *BUKU AJAR KOMUNIKASI MASSA* (Vol. 1). www.google.com
- Hadisaputra, P. (2021). *PENELITIAN KUALITATIF, Mengurai Seputar Apa, dan Bagaimana Cara Praktis, Menulis dan Melakukan Penelitian Kualitatif dari A sampai Z*. <https://www.researchgate.net/publication/353587963>
- Hendri, S., Wahyuddin, W., Angga, S., Permana, A., Sembiring, S., Jurnaidi, A., Jatmiko, W., Nugroho, W., Rahajeng, E., Kurnaedi, D., Taufik, R., Bau, R. L., Adhicandra, I., Tubagus, Y., & Rivanthio, R. (2023). *TEKNOLOGI DIGITAL DI ERA MODERN* (Vol. 1). www.globaleksekutifteknologi.co.id
- Heychael, M., & Sarwono, B. K. (2019). Hakikat Komunikasi Massa dan Era Informasi. In *Modul Komunikasi Massa dan Era Informasi* (Vol. 1, pp. 1–44).

- Indainanto, Y. I. (2021). Masa Depan Media Massa di Era Digital. *Jurnal Ilmiah Muqoddimah*, 5(1), 24–37. <http://jurnal.um-tapsel.ac.id/index.php/muqoddimah>
- Kustiawan, W., Siregar, K. F., Alwiyah, S., Lubis, R. A., Fatma, Z., Gaja, S., & Pakpahan, N. (2022). KOMUNIKASI MASSA. *JOURNAL ANALYTICA ISLAMICA*, 11(1), 1–9. <https://www.researchgate.net.ac.id>.
- Maulana Ibrahim, M., & Edi Irawan, R. (2021). Pengaruh Konten Media Sosial Terhadap Sumber Informasi Pandemi Covid-19. In *Jurnal Representamen* (Vol. 7, Issue 02).
- Mustofa, M. B., Sujepri, A., Mutoharoh, U., & Anggraini, V. (2022). Efek Perkembangan Komunikasi Massa Terhadap Pola Pikir dan Perilaku Masyarakat di Era Society 5.0. In *Jurnal Komunikasi dan Penyiaran Islam* (Vol. 7).
- Norhabiba, F., Ari, S., & Putri, R. (2018). HUBUNGAN INTENSITAS AKSES MEDIA BARU DAN KUALITAS INTERAKSI LINGKUNGAN SEKITAR PADA MAHASISWA UNTAG SURABAYA. In *Jurnal Ilmu Komunikasi* (Vol. 7, Issue 1).
- Poentarie, E. (2015). Komparasi Kebenaran, Relevansi, Keseimbangan dan Netralitas dalam Pemberitaan (Studi Konten Analisis Terkait Pemberitaan Pemilu Presiden 2014 di Harian Kompas dan Koran Sindo). *Jurnal Studi Komunikasi Dan Media*, 19(1), 1–13.
- Rachmaria, L., Dewi, Y. R., Budi, U., & Jakarta, L. (2018a). STRATEGI DAN PRAKTIK KONVERGENSI MEDIA PADA SEGMENT MAKARENA DALAM PROGRAM SORE BARA HARYSA SEBAGAI UPAYA SURVIVAL RADIO DELTA FM DI TENGAH PERSAINGAN INDUSTRI PENYIARAN. *JIKE*, 1(2), 233. www.deltafm.net.
- Rachmaria, L., Dewi, Y. R., Budi, U., & Jakarta, L. (2018b). STRATEGI DAN PRAKTIK KONVERGENSI MEDIA PADA SEGMENT MAKARENA DALAM PROGRAM SORE BARA HARYSA SEBAGAI UPAYA SURVIVAL RADIO DELTA FM DI TENGAH PERSAINGAN INDUSTRI PENYIARAN. *JIKE*, 1(2), 233. www.deltafm.net.
- Respati, W. (2014). TRANSFORMASI MEDIA MASSA MENUJU ERA MASYARAKAT INFORMASI DI INDONESIA. *HUMANIORA*, 5(1), 39–51.
- Restianty, A. (2018). Literasi Digital. *GUNAHUMAS*, 1(1), 72–87.
- Sugiyono, & Hadi, S. (2020). *EDUKASI TATA KELOLA MEDIA ONLINE SEBAGAI SARANA INFORMASI YANG MENCERAHKAN MASYARAKAT* (pp. 257–264). <https://mediakita.info/>
- Sukmi Sih Natalia. (2015). RETHINKING TEORI KOMUNIKASI DALAM KONTEKS MEDIA BARU (Telaah Pemikiran Holmes tentang Komunikasi, Teknologi dan Masyarakat). *Cakrawala Jurnal Penelitian Sosial*, 4(1).
- Sumartono. (n.d.). *Sosiologi Komunikasi*.
- Wijayanto, H., & Harsadi, P. (2020). MODUL TRANSFORMASI DIGITAL. In *Materi Perkuliahan* (Vol. 1, pp. 1–111).

Yubiantara, M. I., & Retnasary, M. (2020). Podcast: Media Baru Pemenuhan Kebutuhan Informasi di Era Disruptif. *Komunikasiana*, 2(1), 1–8.

Zurkarnain. (2015). PSIKOLOGI DAN KOMUNIKASI MASSA. *Tasamuh*, 13(1), 45–58.