

Peran ICT bagi Organisasi Media Massa dan Budaya Masyarakat

ABSTRACT

Humans have a need to communicate and obtain information from various sources. However, the distance and time limitations become a significant obstacle in communicating and obtaining information. ICT development which is the development of information, communication, and technology has given a significant impact towards mass media organizations and the society in both cultural and social aspects. ICT development is able to facilitate people to access information anywhere, anytime and any information that they need without significant limitation.

Keywords: ICT, Mass Media and society

ABSTRAK

Manusia memiliki kebutuhan untuk saling berkomunikasi dan memperoleh berbagai informasi dari berbagai lokasi. Namun keterbatasan jarak dan waktu menjadi kendala berarti dalam berkomunikasi dan memperoleh informasi. Perkembangan ICT yaitu perkembangan teknologi, informasi dan komunikasi saat ini memberikan dampak signifikan terhadap organisasi media

massa serta masyarakat dari sisi sosial dan budaya. Kemajuan ICT mempermudah masyarakat untuk mengakses berbagai informasi dimanapun, kapanpun dan apapun informasi yang dibutuhkan tanpa adanya batasan-batasan berarti.

Kata kunci : ICT, Media massa, Masyarakat

PENDAHULUAN

Menurut McDavid dan Harari, manusia dalam kodratnya merupakan makhluk sosial yang selalu ingin berinteraksi dengan manusia lainnya untuk keberlangsungan hidup mereka. Namun dengan adanya keterbatasan waktu dan tempat, hal ini tidak mudah untuk dilakukan. Teknologi pun diciptakan untuk memperbaiki keterbatasan ini dan membantu manusia untuk memenuhi salah satu kebutuhan dasarnya yaitu berkomunikasi. Teknologi media mengalami perkembangan pesat hingga sehingga menyebabkan menciptakan kemudahan memperoleh informasi dan berkomunikasi tanpa batas.

Penemuan yang dianggap sebagai salah satu teknologi paling awal yang merubah interaksi antar manusia adalah mesin cetak yang ditemukan pada tahun 1450 oleh Johann Gutenberg. Dengan adanya mesin cetak, proses penyalinan suatu teks dapat lebih mudah dan cepat sehingga teks dapat dibagikan kepada lebih banyak orang. Setelah mesin cetak, ditemukannya radio oleh penemu Italia Marconi pada tahun 1800-an juga mampu merubah interaksi antar manusia. Radio memungkinkan pengiriman pesan ke tempat yang lebih luas. Bahkan radio berperan penting dalam proses kemerdekaan bangsa Indonesia karena melalui radio proklamasi kemerdekaan Indonesia yang dibacakan oleh Soekarno mampu didengarkan oleh seluruh rakyat Indonesia dari Sabang sampai Merauke. Hingga saat ini radio masih memiliki pengaruh walaupun kini mulai digantikan oleh media televisi. Televisi merupakan medium pertama yang memiliki kemampuan untuk meniru interaksi *face to face* di mana para pemirsa dapat melihat orang-orang yang berada dalam program televisi seolah-olah orang tersebut

berada di depan mereka langsung.

Setelah teknologi media televisi, muncul media yang juga merubah cara manusia berinteraksi dengan sesama, yaitu teknologi internet dan media sosial di dalamnya. Internet mewakili sebuah lingkungan media yang baru, unik dan terus berkembang. Sebelum ada internet, interaksi manusia sangat tergantung pada lokasi fisik dari pihak yang berkomunikasi, namun dengan adanya internet mempermudah pihak yang berkomunikasi untuk seolah-olah berada di lokasi yang satu dan berpindah ke lokasi lainnya. Internet juga memungkinkan replikasi terhadap interaksi tatap muka di mana dua orang yang berkomunikasi dengan teknologi ini dapat merasa bahwa mereka berkomunikasi secara langsung (Melissa dan Hamidati, 131-134).

UNESCO memberikan rumusan pengertian ICT sebagai "*kombinasi dari teknologi informasi dengan teknologi komunikasi*". Teknologi informasi dipahami sebagai suatu teknologi yang digunakan untuk mengolah data, termasuk memproses, mendapatkan, menyusun, menyimpan, merekayasa data dalam berbagai cara untuk menghasilkan informasi yang berkualitas, yaitu informasi yang relevan, akurat, dan tepat waktu untuk keperluan pribadi, bisnis, dan pemerintahan. Teknologi ini menggunakan seperangkat komputer untuk mengolah data, sistem jaringan untuk menghubungkan satu komputer dengan komputer lain sesuai dengan kebutuhan, dan kemudian disebarluaskan secara global.

Liverouw dan Livingstone mendefinisikan media baru dengan cara yang berbeda, menghubungkan antara teknologi informasi dan komunikasi (ICT) dengan konteks sosial yang berhubungan, menyatukan tiga elemen: alat dan artefak teknologi; aktivitas, praktik dan penggunaan; dan tatanan serta organisasi sosial yang terbentuk di sekeliling alat dan praktik tersebut. Ciri utama media baru yang paling utama adalah saling berhubungan, aksesnya terhadap khalayak individu sebagai penerima maupun pengirim pesan,

interaktivitasnya, kegunaannya yang beragam sebagai karakter yang terbuka dan sifatnya ada "dimana-mana" (McQuail, 2011: 42-43).

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan pendekatan bersifat deskriptif kualitatif dengan memakai studi pustaka untuk meneliti bagaimana peranan ICT bagi organisasi media dan budaya masyarakat. Penelitian yang pendekatan bersifat deskriptif kualitatif lebih menekankan pada kedalaman analisis atas persoalan, bukan pada penyajian angka statistik. Dalam penelitian ini, peneliti memilih dan menggunakan bahan pustaka yang relevan dengan ICT, organisasi media dan budaya masyarakat. Persoalan tentang peranan ICT bagi organisasi media dan budaya masyarakat dianalisis dengan menggunakan berbagai teori yang relevan sehingga validasi kajian penelitian ini terjaga.

PEMBAHASAN

Kemunculan media massa pada tahun 1900-an diikuti oleh satu pola perkembangan industri yang diduplikasi, mengikuti setiap "revolusi" berikutnya dalam teknologi media. Setiap kemunculan teknologi media baru akan mengganggu stabilitas media yang sudah ada, memaksa dilakukannya restrukturisasi dalam skala luas dan terjadinya perubahan yang cepat. Perusahaan besar yang berbasis teknologi lama akan mengalami kemunduran, sementara perusahaan baru dengan teknologi baru akan memperoleh keuntungan yang semakin besar. Contohnya adalah kemunculan *Microsoft*, *Google* dan *Youtube* sebagai tiga raksasa media baru yang menantang dan mengancam keberadaan perusahaan media lama yang pemasukannya dari televisi, radio dan surat kabar.

Revolusi industri teknologi membawa perubahan besar bagi industri media massa (contohnya: koran), yaitu meningkatkan ukuran, kecepatan dan efisiensi media cetak seperti koran sehingga yang semula hanya merupakan bahan bacaan kalangan terbatas

atau kelompok tertentu yang bersifat personal menjadi massal, menelan biaya tinggi dan bersifat impersonal. Jumlah nama koran kian sedikit dan ukuran atau volumenya berlipat ganda. Di sisi lain, tanggung jawab pengelola koran kini kian dituntut karena jumlah orang yang menggantungkan hidupnya semakin banyak dan pihak-pihak yang berkepentingan juga semakin bertambah sehingga pengelola koran turut bertanggung jawab atas perkembangan dan apa yang terjadi di masyarakat (L.Rivers, 2008:15).

Flew (2002:10) merangkum beberapa pendapat yang diajukan oleh Miles (1997), Rice (1999) dan Barr (2000) ke dalam sebuah definisi mengenai media baru, yaitu semua bentuk-bentuk media yang menggabungkan Tiga-C: *computing* (komputerisasi) dan teknologi informasi, *communication networks* (jaringan komunikasi), dan *content* (isi media) dalam format digital (*digitized*) di mana proses penggabungan itu sendiri di sebut dengan *convergence* (konvergensi). Media baru juga dapat dipahami sebagai media digital, yaitu semua konten media yang menggabungkan dan menyatukan (mengintegrasikan) data, teks, suara dan berbagai macam citra (*images*) yang disimpan dalam format digital dan didistribusikan melalui jaringan komunikasi, seperti satelit dan sistem transmisi gelombang mikro (Hastjarjo, 2012:143-144).

Perkembangan ICT semakin memberikan tuntutan bagi media massa untuk semakin kreatif dalam mengolah dan menyajikan beberapa pemberitaan sesuai perubahan selera masyarakat. Pada akhirnya muncul media baru sebagai media yang selalu berkembang pesat dan sangat diminati masyarakat di berbagai kalangan. Keberhasilan media baru sering memunculkan reaksi kritis, khususnya ketika media mengadopsi strategi persaingan yang dapat dipertanyakan dalam memproduksi konten dan menarik konsumen. Terdapat beberapa media massa yang menggunakan cara-cara persaingan yang tidak sehat dalam membuat konten dan strategi ini menjadi lebih dipertanyakan ketika persaingan

meningkat dalam memperoleh perhatian pembaca. Dalam hal ini media selalu beralasan "*orang lain juga melakukan hal yang sama dan publik juga menyukainya, kalau mereka tidak menyukainya maka mereka tidak akan membelinya, kami hanya memberikan apa yang diinginkan media*" (Baran dan Davis, 2010 : 60).

Industri media baru sangat ahli dalam memberikan apa yang diinginkan masyarakat, walaupun apa yang diberikan memiliki dampak negatif jangka panjang di mana media baru tidak memiliki tanggung jawab sosial media. Ketika teknologi media baru dikembangkan dan ketika industri tumbuh disekitar mereka untuk memastikan adanya suplai mengenai konten yang menarik maka teknologi dan industri baru ini akan menggeser industri serta bentuk komunikasi yang sudah ada sebelumnya. Seringkali, hubungan dan peran sosial menjadi terganggu karena orang berusaha untuk menyesuaikan diri dengan media baru dan konten mereka (Baran dan Davis, 2010 : 61).

• PERAN ICT BAGI ORGANISASI MEDIA MASSA

Berikut ini beberapa perubahan besar yang dialami organisasi media karena perkembangan ICT saat ini: (1) *Terjadinya proliferasi komputer personal di industri media, baik di newsroom maupun di proses produksi, termasuk di media elektronik di mana hal ini sangat berperan dalam proses kerja.* Awalnya beberapa peralatan di media massa masih bersifat manual dan tidak secanggih saat ini. Namun kecanggihan teknologi saat ini membuat para pekerja media menggunakan komputer dan terhubung melalui jaringan sehingga tidak terkendala dengan jauhnya jarak karena pengiriman berita pun sudah secara digital. Distribusi dan pengiriman surat kabar pun semakin cepat karena menggunakan prinsip cetak jarak jauh. Adanya rubrik khusus bagi orang-orang yang mau beriklan maupun pengiklan juga semakin mendukung sisi perekonomian dari media massa itu sendiri dan semakin mendukung perkembangan ICT saat ini.

Menurut McQuail (2010: 141), terdapat perubahan-perubahan penting yang berhubungan dengan munculnya media baru, yaitu: digitalisasi dan konvergensi di semua aspek dan media, interaktifitas dan konektivitas jaringan yang meningkat, mobilitas dan delokasi pengiriman dan penerimaan pesan, adaptasi publikasi dan peran-peran khalayak, munculnya beragam bentuk baru dari media “*gateway*” yaitu pintu masuk untuk mengakses informasi pada *Web* atau untuk mengakses *Web* itu sendiri, serta Fragmentasi dan kaburnya “institusi media”.

(2). *Media konvensional menggunakan strategi untuk terus mempertahankan eksistensinya.*

Perusahaan media cetak kini juga menggunakan portal *online* untuk menjangkau masyarakat yang selalu menggunakan teknologi dan mulai meninggalkan media lama. Hal ini disadari oleh para pemilik media sehingga mereka menggunakan strategi untuk dapat tetap eksis dan diminati masyarakat, diantaranya dengan membuat edisi surat kabar *online* dan memberikan harga yang murah untuk setiap eksemplar surat kabar mereka (misalnya: Koran Warta Jateng, Tribun Jateng, dan Harian Semarang yang dijual dengan harga Rp 1.000,-). Dalam hal ini media konvensional juga semakin melibatkan banyak pihak dalam pendistribusian “koran seribu” dan menjualnya secara berkeliling di lokasi yang strategis.

(3) *Pemilik media mengembangkan industri yang dimilikinya ke beberapa sektor, baik yang masih berkaitan dengan media maupun produk di luar media.* Perkembangan ICT pasti akan berdampak kepada masyarakat, sehingga pemilik media sadar betul akan posisinya sebagai produsen media informasi yang memiliki pengaruh besar di masyarakat. Hal ini membuat beberapa industri media memiliki beberapa media sekaligus bahkan memiliki beberapa perusahaan di luar industri media. Misalkan : MNC Group yang memiliki stasiun TV : RCTI, Global TV, MNC TV dan beberapa surat kabar, radio dan sebagainya.

TRANSCORP yang memiliki 2 stasiun TV : TRANS TV dan TRANS 7 serta TRANS Studio di Makassar dan Bandung. Kompas Gramedia yang memiliki Koran Kompas, Kompas TV dan beberapa industri lain di luar media (contohnya pabrik tissue dan pempers untuk bayi).

(4) *Terjadinya konvergensi media yang dapat meruntuhkan batasan-batasan.* Kecanggihan teknologi akan merubah selera konsumen dalam mengonsumsi informasi. Hal ini dapat terlihat semakin banyak varian informasi yang bisa diakses dari berbagai media manapun dengan waktu yang sangat cepat sehingga berbagai batasan waktu dan jarak kini tidak lagi menjadi kendala berarti. Dukungan kemudahan akses informasi juga ditunjukkan dengan kerjasama antara industri media dan beberapa produk teknologi (*gadget*) serta kerjasama antar media itu sendiri. Beberapa produk teknologi (*gadget*) tertentu menyediakan *platform* dari media massa sehingga akan meruntuhkan adanya batasan antar industri, produsen dan konsumen serta batasan antar negara. Contohnya: Kompas gramedia yang memiliki berbagai industri di luar industri media dan saat ini telah memiliki Kompas TV, *Gadget Galaxy* tab yang bekerja sama dengan media *online* tertentu sehingga ketika konsumen memilikinya sudah dapat mengakses informasi dari media *online* tersebut serta PARA GROUP yang membeli Detik.com dan memberikan layanan MyTrans (media tv *online*).

(5) *Struktur organisasi media online tidak sama seperti struktur organisasi di media konvensional.* Dalam organisasi media konvensional terdapat susunan jabatan dan *jobsdesk* yang jelas dari masing-masing bagian serta memiliki jam kerja yang terbatas sesuai peraturan yang berlaku. Hal ini berbeda dengan struktur organisasi media *online* yang mengedepankan aktualitas dan dituntut untuk selalu meng*update* berita sehingga struktur organisasi yang dimiliki lebih bersifat fleksibel dan situasional. Karena tuntutan pekerjaan, para pekerja media *online* dimungkinkan untuk merangkap beberapa

jobdesk, memiliki jam kerja yang tanpa batas dan selalu *mobile* karena harus mengupdate berita-berita terbaru. Hal ini berkaitan dengan semakin meningkatnya kebutuhan konsumen akan berbagai informasi terbaru yang dibutuhkan oleh konsumen yang selalu menggunakan media *online*.

(6) Para pekerja media lebih mengedepankan aktualitas karena tingginya persaingan industri media massa. Peningkatan pentingnya aktualitas dalam penyajian berita menyebabkan para pekerja media membagi pekerjaan mereka membagi tim lapangan di beberapa wilayah sentral di kota tertentu. Pekerja media pun terus dituntut untuk mengupdate berita karena kecanggihan internet saat ini sehingga beberapa pekerja media tidak berada di kantor dan terus *mobile* untuk memberikan informasi yang tercepat sebelum media lainnya memunculkan topik berita yang sama. Bahkan terdapat media *online* yang berlangganan kepada media *online* lainnya untuk memperoleh berita yang terbaru, contohnya : suara merdeka.com yang berlangganan kepada media *online* lainnya.

(7) Pekerja media tidak lagi mengutamakan kebutuhan khalayak dan lebih mengutamakan keuntungan yang diukur dari *rating* yang dengan perkembangan teknologi dapat diukur setiap episode program acara. Pekerja media memiliki peranan yang signifikan dalam menyajikan informasi kepada masyarakat. Namun terkadang pesan yang disajikan dianggap tidak direspon baik oleh masyarakat dengan tolok ukur *rating* atau *audience share* yang tidak tinggi. Hal ini terkadang membuat para pekerja media hanya menyajikan acara atau memberitakan sesuatu yang kontroversial dan dianggap disukai masyarakat sehingga terkadang pekerja media hanya menampilkan hal yang disukai masyarakat tanpa mengedepankan nilai berita dan kebutuhan masyarakat. Dampak buruknya adalah pelanggaran etika pada penyajian berita maupun program acara. Contohnya : kasus TV One dalam memberitakan makelar kasus yang ternyata palsu, pemberitaan kasus-kasus kontroversial yang melanggar etika dan sebagainya. *Rating* yang dulu hanya bisa dilihat

dalam jangka waktu tertentu kini sudah dapat dilihat dalam hitungan detik sehingga apa yang ditampilkan di media massa dapat diukur dari *rating* yang diperoleh.

• PERAN ICT BAGI KEHIDUPAN SOSIAL DAN BUDAYA MASYARAKAT

Perkembangan ICT (*Information, Communication and Technology*) tidak hanya berperan pada organisasi media dan pekerja media yang berperan sebagai produsen dalam mengolah informasi yang diberikan kepada khalayak. Kecanggihan teknologi didukung dengan meningkatnya kebutuhan akan informasi juga berperan bagi perubahan yang terjadi secara signifikan dalam kehidupan masyarakat, baik secara sosial maupun budaya. Beberapa perubahan yang terjadi di masyarakat, diantaranya :

(1). Perkembangan ICT memperluas khalayak massa. Sebelum ICT berkembang seperti saat ini beberapa media massa hanya dapat dinikmati oleh kalangan tertentu atau sifatnya personal. Namun kini perkembangan teknologi mengatasi berbagai kendala seperti jarak yang jauh dan distribusi media massa sehingga mempermudah masyarakat luas untuk memperoleh berbagai informasi dari berbagai media. Pada akhirnya, kini media massa tidak hanya digunakan kalangan tertentu saja namun masyarakat luas dapat memperoleh dan mengaksesnya.

(2). Masyarakat memilih kepraktisan dalam mengakses media massa *online* dan meninggalkan media massa konvensional. Karena kemudahan dan kepraktisan yang dimiliki media *online* dan beberapa media massa memiliki portal *online*, menyebabkan perubahan pola konsumsi masyarakat terhadap media konvensional. Sebagian besar masyarakat kini memilih mengakses informasi (termasuk pemberitaan) di media *online* karena singkatnya waktu yang digunakan. Walaupun tidak dapat dipungkiri, masih ada masyarakat yang menikmati membaca media-media konvensional (koran) dan enggan untuk menikmati berita di media *online*.

(3). Masyarakat semakin leluasa untuk memilih dan memilah informasi di media massa.

Perkembangan ICT tentu saja berdampak besar bagi media massa sebagai produsen konten untuk selalu menyediakan berbagai informasi, baik yang merupakan pemberitaan maupun hiburan. Hal ini tentu saja menimbulkan peningkatan arus informasi terutama dari media baru, yang artinya akan semakin banyak informasi yang dapat dipilih oleh masyarakat sesuai dengan masing-masing kebutuhannya. Masyarakat berhak dalam menentukan informasi apa yang ingin dan tidak ingin mereka akses di media massa.

(4). Masyarakat memiliki ruang untuk berperan dalam memberikan informasi (terkait peristiwa tertentu) di media massa. Kini media massa tidak hanya memberikan informasi yang diproduksi oleh pekerja media itu sendiri namun masyarakat juga diberikan ruang untuk turut mengabarkan pemberitaan di sekitar mereka, yang disebut dengan *citizen journalism*. Hal ini dilakukan karena terbatasnya tenaga dari media massa sehingga tidak dapat menjangkau semua peristiwa di semua wilayah. Ruang yang diberikan oleh media massa membuat masyarakat merasa menjadi bagian penting bagi sebuah media massa karena turut berperan dalam menyediakan sumber informasi. Masyarakat mengirimkan informasi yang diperolehnya melalui berbagai fasilitas yang dimiliki media *online* (seperti : *email*).

(5). Munculnya beberapa media sosial merupakan media bagi suara masyarakat yang selama ini tidak didengar. Masyarakat memiliki hak untuk “berbicara” tentang hal-hal yang berkaitan dengan kepentingan negara namun sayangnya suara mereka diabaikan dari kekuasaan para penguasa dan pemerintah. Kemunculan media sosial membawa harapan terhadap adanya media yang menampung suara masyarakat selama ini. Media sosial yang selama ini seringkali digunakan adalah *facebook* yang digunakan sebagai gerakan sosial, gerakan perubahan maupun sebagai alat untuk menyuarakan pendapat. Contohnya: Gerakan Koin Untuk Prita dan Cicak vs Buaya (KPK vs

Polri).

(6). Munculnya komunitas virtual melalui jejaring sosial maupun website. *Virtual community* (komunitas virtual) dapat dibentuk oleh sejumlah individu melalui internet atas pilihan mereka sendiri atau sebagai tanggapan terhadap suatu rangsangan (Rheingold, 1994). Lindlof dan Schatzer mendefinisikan komunitas virtual sebagai komunitas yang didirikan secara sengaja oleh orang-orang yang memiliki kepentingan-kepetingan yang sama, misalkan fandom suatu grup musik atau berdasarkan karakteristik yang sama (McQuail, 2011:163-164). Media *online* dinilai memberikan satu dampak yang lebih besar dibandingkan dengan mengumpulkan massa dengan mengumpulkan di lokasi tertentu. Hal ini dikarenakan media *online* dapat menjangkau wilayah yang sangat luas, mudah diakses dan waktu yang diperlukan pun efektif serta efisien sehingga dalam waktu yang singkat terkumpul masyarakat yang *aware* terkait permasalahan maupun setuju terhadap kelompok tertentu.

(7). Masyarakat pengguna media *online* (*blog*, jejaring sosial dan akun pribadi *online* lainnya) kini menjadi semakin narsistik dan individualistik. Keberadaan media sosial sebagai bagian dari perkembangan ICT menyebabkan penggunanya mengalami perubahan kehidupan sosial dalam menggunakan teknologi tersebut. Pengguna twitter dan facebook misalnya, mengupdate berbagai aktifitas apapun yang dilakukannya dalam akun pribadinya. Para pengguna media *online* kini cenderung lebih individualistik karena berada dalam dunia virtual yang tanpa disadari menjauhkan pengguna dari dunia nyata di sekitarnya.

(8). Teknologi sebagai kekuatan yang otonom sehingga berdampak pada budaya penggunanya. Perkembangan teknologi akan menjadi obat bagi persoalan masyarakat. Daniel Bell dan Alfin Toffler, meyakini bahwa teknologi menyebabkan perubahan dari masyarakat agraris ke masyarakat industrial dan media sosial menjadi peluang untuk meningkatkan kebebasan individu dan harmoni sosial di tingkat global. Perkembangan kebutuhan akan

informasi dan teknologi kini membuat masyarakat seolah terjebak dalam sikap “mendewa-dewakan teknologi” di mana budaya masyarakat mencari legitimasi dari teknologi dan menerima perintah dari teknologi sehingga sistem sosial budaya yang digunakan untuk mengevaluasi informasi justru mengalami kerusakan (Postman. 1993 : 71 dalam Hastjarjo, 2012:145-146).

(9). *Meningkatnya kejahatan yang dimediasi media online.* Kurangnya pengawasan orangtua terhadap anaknya yang menggunakan media *online* menyebabkan anak cenderung lebih percaya terhadap orang asing yang dikenalnya di akun pribadinya. Hal ini menyebabkan pengguna media sosial mengalami kekaburan batasan dunia maya dan nyata yang dijalaninya. Sehingga para oknum yang tidak bertanggung jawab menggunakan media *online* untuk melakukan kejahatan, misalkan memberikan iming-iming kepada remaja pengguna *facebook* untuk bertemu, kencan dan kemudian diperkosa. Selain kejahatan yang ditujukan kepada anak-anak, media *online* juga digunakan sebagai ajang penipuan terkait penjualan barang-barang tertentu dengan harga yang lebih murah dibandingkan dengan barang sama yang beredar di pasaran.

SIMPULAN

Perkembangan informasi, komunikasi dan teknologi membawa perubahan besar dalam organisasi industri media maupun bagi masyarakat selaku produsen maupun konsumen dari informasi, komunikasi dan teknologi tersebut. Industri media kini semakin mengembangkan kekuasaannya dengan perluasan kepemilikan di berbagai media massa lainnya maupun usaha di luar media massa. Permasalahan terkait dengan jauhnya jarak yang ditempuh maupun lamanya waktu yang dibutuhkan kini tidak lagi menjadi kendala dalam penyebaran arus informasi.

Masyarakat kini memiliki pilihan informasi yang sangat beragam bahkan masyarakat menjadi lebih kritis dalam memilah-milah berbagai informasi yang tersedia di berbagai

media massa, terutama di media *online*. Perkembangan informasi, komunikasi dan teknologi menyebabkan perubahan masyarakat dari sisi sosial dan budayanya, masyarakat menjadi memiliki kebebasan lebih dalam menyatakan pendapatnya di media *online* dan terbentuknya beberapa komunitas *online* yang menjadi gerakan perubahan maupun gerakan sosial di masyarakat. Tidak dapat dipungkiri masyarakat kini tidak dapat mengelak berbagai dampak yang ditimbulkan dari perkembangan informasi, komunikasi dan teknologi.

DAFTAR PUSTAKA

- Baran dan Davis. (2010). *Teori Komunikasi Massa : Dasar, Pergolakan dan Masa depan*. Jakarta : Salemba Humanika
- Hastjarjo, Sri. Literasi Media Baru Berbasis Lokal Wisdom Jawa dalam Raharjo, Turnomo, Mario Antonius, dkk. (2012). *Literasi Media dan Kearifan Lokal : Konsep dan Aplikasi*. Jakarta : Buku Litera
- Melissa, Ezmieralda dan Anis Hamdati. (2011). *Komunikasi 2.0 : Teoritis dan Implikasi*. Yogyakarta : Mata Padi Pressindo
- McQuail, Denis. (2010). *Mass Communication Theory, Sixth Edition*. London: Sage Publication
- McQuail, Denis. (2011). *Teori Komunikasi Massa McQuail*. Jakarta : Penerbit Salemba Humanika
- Rivers, L.William, Jay W.Jensen dan Theodore Peterson. *Media Massa dan Masyarakat Modern*. Jakarta : Prenada Media Group