

ANALISIS MANAJEMEN PENYIARAN DI ERA TEKNOLOGI INFORMASI (KONVERGENSI MEDIA)

Rizki Hidayat

rizkymorteza@gmail.com

***Abstract:** Today, competition is very crucial. First, in globalization era where like multinational company can as developing to wider their operations. Including in Indonesia they also operating and running their products, and then make local company as long as hopeless. Because of one of the basic what we have to increase are using Information Technology (IT) effectively. In economy, information are assets in the company, to make effective and efficient works. This era, many company not realized how many information has been processed and distributed well done by using IT. Heading to globalization era, role of leaders as decision maker in organization will change to information system with highly technology. Management process do not should be interface and also not depend on certain groups, but throughout IT personally. Nowadays we are updating with word society of information. Information society is named too as pasca-industrial society, means if information spread no one knows information but information society has been formed. Information era also knowing by several component that involve in situation of communication system. The component are information supplier, distribution system of information, consumer information, and communication itself. Four of them are mutual connected.*

***Key Words :** Global village, information technology, ecology media, management of broadcast, media convergence*

PENDAHULUAN

Sejarah media penyiaran dunia dapat dibagi menjadi dua bagian, yaitu sejarah media penyiaran sebagai penemuan teknologi dan sejarah media penyiaran sebagai suatu industri. Sejarah media penyiaran sebagai penemuan teknologi berawal dari ditemukan radio oleh para ahli teknik di Eropa dan Amerika. Dengan demikian, mempelajari sejarah media penyiaran dunia, baik sebagai penemuan teknologi maupun industri nyaris hampir sama dengan mempelajari sejarah penyiaran di Amerika.

Televisi dan radio dapat dikelompokkan sebagai media yang menguasai ruang tetapi tidak menguasai waktu, sedangkan media cetak menguasai waktu tetapi tidak menguasai ruang. Artinya, siaran dari suatu media televisi atau radio dapat diterima dimana saja dalam jangkauan pancarannya (menguasai ruang) tetapi siarannya tidak dapat dilihat kembali (tidak menguasai

waktu). Media penyiaran yaitu radio dan televisi merupakan salah satu bentuk media massa yang efisien dalam mencapai audien dalam jumlah banyak. Karenanya media penyiaran memegang peranan penting dalam Ilmu Komunikasi, khususnya kajian komunikasi massa. Kemampuan media penyiaran untuk menyampaikan pesan kepada khalayak luas menjadikan media penyiaran sebagai objek penelitian penting dalam Ilmu Komunikasi massa, disamping Ilmu Komunikasi lainnya. Media penyiaran merupakan organisasi yang menyebarkan informasi yang merupakan produk budaya atau pesan yang mempengaruhi atau mencerminkan budaya dalam masyarakat. Oleh karena itu, seperti politik atau ekonomi, media massa khususnya media penyiaran merupakan suatu sistem tersendiri yang merupakan bagian dari sistem kemasyarakatan yang lebih luas (Morrison, 2008 : 13-14).

Perkembangan teknologi komunikasi dan informasi telah membawa implikasi terhadap dunia penyiaran, termasuk penyiaran Indonesia. Penyiaran sebagai penyalur informasi dan pembentuk pendapat umum, perannya semakin strategis, terutama dalam mengembangkan kehidupan demokrasi. Penyelenggaraan penyiaran tentunya tidak terlepas dari kaidah-kaidah umum penyelenggaraan telekomunikasi yang berlaku secara universal. Penyiaran mempunyai kaitan erat dengan spektrum frekuensi radio dan orbit satelit geostasioner yang merupakan sumber daya alam yang terbatas sehingga pemanfaatannya perlu diatur secara efektif dan efisien (Morrison, 2008 : 31).

Kata “siaran” merupakan padanan kata *broadcast* dalam Bahasa Inggris. Undang-undang penyiaran memberikan pengertian siaran sebagai pesan atau rangkaian pesan dalam bentuk suara, gambar baik yang berbentuk grafis, karakter maupun interaktif. Sementara penyiaran yang merupakan padanan kata *broadcasting* memiliki pengertian sebagai : kegiatan pemancaran siaran melalui sarana pemancaran atau sarana transmisi di darat, di laut atau di antariksa dengan menggunakan spektrum frekuensi radio (sinyal radio) yang berbentuk gelombang elektromagnetik yang merambat melalui udara, kabel dan media untuk dapat diterima secara serentak dan bersamaan oleh masyarakat dengan peringkat penerima siaran (Morrison, 2008 : 31).

Mengelola bisnis media penyiaran merupakan salah satu bisnis yang paling sulit pasalnya mengelola penyiaran sama saja mengelola manusia. Keberhasilan sejati media penyiaran ditopang oleh seberapa bagus kreatifitas manusia yang bekerja pada tiga pilar utama

yang merupakan fungsi vital yaitu teknik, program dan pemasaran. Kesuksesan media penyiaran tergantung dari kualitas sumber daya manusia di ketiga bidang pokok tersebut. Karena itulah manajemen yang baik mutlak diperlukan dan merupakan harga mati bagi media penyiaran.

Kita mungkin sering mendengar kata “manajemen” namun jika seseorang ditanya mengenai apakah manajemen itu, maka jawabannya bisa sangat beragam. Hal ini tidak mengherankan karena tanggung jawab yang tercakup dalam manajemen bisa sangat beragam dan sekaligus kompleks. Berikut ini adalah pengertian manajemen menurut Schoderbek, Cosier dan Aplin memberikan definisi manajemen sebagai (*A processing of achieving organizational goal through others*) suatu proses untuk mencapai tujuan organisasi melalui pihak-pihak lain.

- Stoner, memberikan definisi manajemen sebagai proses perencanaan, pengarahan, dan pengawasan usaha para anggota organisasi dan penggunaan sumber daya organisasi lainnya agar mencapai tujuan yang telah diciptakan
- Howard Carlisle (1987) mengemukakan pengertian manajemen yang lebih menekankan pada pelaksanaan fungsi manajer yaitu (*directing, coordinating and influencing the operation of an organization so as to obtain desired results and enhance total performance*) mengarahkan, mengoordinasikan, dan mempengaruhi operasional suatu organisasi agar mencapai hasil yang diinginkan serta mendorong kinerjanya secara total (Morrison, 2008 : 135)

Pada media penyiaran, manajer umum (*general manager*) bertanggung jawab kepada pemilik dan pemegang saham dalam melaksanakan koordinasi sumber daya yang ada (manusia dan barang) sedemikian rupa sehingga tujuan media penyiaran bersangkutan dapat tercapai. Manajer umum pada dasarnya bertanggung jawab dalam setiap aspek operasional suatu stasiun penyiaran. Dalam melaksanakan tanggung jawab manajemennya, manajer umum melaksanakan empat fungsi dasar yaitu :

a. Perencanaan

Perencanaannya mencakup kegiatan penentuan tujuan (*objectives*) media penyiaran serta mempersiapkan rencana dan strategi yang akan digunakan untuk mencapai tujuan tersebut. Dalam perencanaan harus diputuskan, apa yang harus dilakukan, kapan melakukannya, bagaimana melakukannya dan siapa yang melakukannya.

b. Pengorganisasian

Pengorganisasian (*prganizing*) merupakan proses penyusunan struktur organisasi yang sesuai dengan tujuan organisasi, sumber daya yang dimiliki dan lingkungan yang melingkupinya. Dua aspek utama proses penyusunan struktur organisasi adalah deplementasi dan pembagian kerja. Depertemenlasi merupakan pengelompokan kegiatan-kegiatan kerja suatu organisasi agar kegiatan-kegiatan yang sejenis dan saling berhubungan dapat dikerjakan bersama.

c. Pengarahan

Fungsi mengarahkan (*directing*) dan memberikan pengaruh atau mempengaruhi (*influencing*) tertuju pada upaya untuk merangsang antusiasme karyawan untuk melaksanakan tanggung jawab mereka secara efektif. Dalam hal ini, Peter Pringle (1991) mengemukakan : (*The influencing or directing function centers on the simulation of employees to carry out their responsibilities with enthusiasm and affectiveness*). Fungsi pengarahan diawali dengan motivasi karena para manajer tidak dapat mengarahkan kecuali bawahan dimotivasi untuk bersedia mengikutinya.

d. Pengawasan

Fungsi pengawas (*controlling*) antara lain evaluasi (*evaluating*), penilaian (*appraising*) dan perbaikan (*correcting*). Namun, sebutan pengawasan lebih banyak digunakan karena lebih mengandung konotasi yang mencakup penetapan standar, pengukuran kegiatan dan pengambilan tindakan korektif. Pengawasan merupakan proses untuk mengetahui apakah tujuan-tujuan organisasi atau perusahaan sudah tercapai atau belum. Pengawasan membantu penilaian apakah perencanaan, pengorganisasian, penyusunan personalia, dan pengarahan telah dilaksanakan secara efektif. Menurut Mockler, pengawasan manajemen adalah suatu usaha sistematis untuk menetapkan standar pelaksanaan dengan tujuan-tujuan perencanaan, merancang dan sistem informasi umpan balik, membandingkan kegiatan nyata dengan standar yang lebih ditetapkan sebelumnya sehingga akan ditemukan cara yang paling efektif dan efisien dalam pencapaian tujuan-tujuan perusahaan (Morrison, 2008 : 138-150).

PEMBAHASAN

Mengelola suatu media penyiaran memberikan tantangan yang tidak mudah kepada pengelolanya, sebagaimana ditegaskan Peter Priangle (1991) : “*Few management position offers challengers equal to those of managing a commercial radio or television station.*” Tantangan

yang harus dihadapi manajemen media penyiaran disebabkan oleh dua hal. Pertama, sebagaimana perusahaan lainnya, media penyiaran dalam kegiatan operasionalnya harus dapat memenuhi harapan pemilik dan pemegang saham untuk menjadi perusahaan yang sehat dan mampu menghasilkan keuntungan. Kedua, media penyiaran harus mampu memenuhi kepentingan masyarakat (komunitas) dimana media bersangkutan berada, sebagai ketentuan yang harus dipenuhi ketika media penyiaran bersangkutan menerima izin siaran (lisensi) yang diberikan negara (Morrisan, 2008 : 134).

Dengan demikian, upaya untuk menyeimbangkan antara memenuhi kepentingan pemilik dan kepentingan masyarakat memberikan tantangan tersendiri kepada pihak manajemen media penyiaran. Tantangan lainnya adalah keberanian untuk membuat terobosan diizinkan lembaga penyiaran asing di Indonesia, yang terlebih dahulu harus disiapkan segala infrastrukturnya. Sebagian dari masyarakat kita sudah lama mengenal channel-channel hits dari negara luar sebut saja seperti HBO, Fox Crime, Fox Movies Premium, AXN dan sebagainya.

Global Village

Pada era masyarakat informasi, nantinya semua orang akan terhubung, publik dapat menjadi *object* sekaligus *subject* sebuah berita. Publik tidak hanya memperoleh informasi dari media-media “*mainstream*” baik cetak, elektronik maupun digital. Karena pada akhirnya tidak semua jurnalis profesional mampu melaporkan semua peristiwa termasuk mengikut tren konsumsi berita masyarakat informasi. Hadirnya internet sebagai sebuah artefak budaya dari adanya kemajuan teknologi informasi memberikan masyarakat sebuah layanan data dan komunikasi tanpa batas ruang dan waktu dari berbagai penjuru dunia. Mc Luhan (2005) juga menyebutkan bahwa Internet akan membawa masyarakat dunia kepada konsep “*global village*” dimana antara manusia dapat terkoneksi satu dengan yang lain tanpa ada batasan apapun. Internet juga memberikan kemajuan dalam bidang komunikasi dan membawa dampak signifikan terhadap perubahan aktivitas industri komunikasi.

Faktor pemicunya adalah kendala tempat atau waktu sementara mobilisasi masyarakat era ini akan semakin virtual dan menembus batas ruang dan waktu. Pada saat itulah pewarta warga juga telah mampu mengambil peran sebagai jurnalis untuk melaporkan kejadian penting yang ada di sekitarnya. Karenanya yang penting dilakukan para praktisi media pemberitaan saat ini,

tidak terbatas pada transformasi dengan mengadopsi teknologi informasi dan komunikasi. Mereka juga perlu mensinergikannya dengan pergeseran perilaku dan gaya hidup masyarakat informasi dalam mengonsumsi informasi.

Masyarakat Indonesia saat ini tengah berada dalam fase transisi menuju masyarakat era informasi. Dalam proses ini terdapat pergeseran pola bagaimana masyarakat mengakses dan mendistribusikan informasi. Hal ini merupakan konsekuensi perubahan gaya hidup mereka saat mengaplikasikan perangkat komunikasi berbasis teknologi informasi. Pergeseran pola semakin menguat dengan adanya kecenderungan masyarakat Indonesia menjadi *early adaptor*. Peralnya, masyarakat Indonesia tak segan-segan mengeluarkan uang banyak untuk memiliki perangkat komunikasi paling mutakhir sekalipun penetrasi teknologi informasi dan komunikasi itu sendiri belum merata di berbagai penjuru wilayah Indonesia.

Teknologi Informasi

Saat ini adalah zamannya digitalisasi, dimana semua akses dan fasilitas dapat menjadi mudah, dahulu yang kita kenal hanya telegram, telepon, surat-menyurat lewat pos, namun sekarang hanya dengan hitungan detik kita dapat menerima kabar dan informasi baik sanak saudara maupun berita lainnya di seluruh penjuru dunia. Tidak ada lagi namanya batasan ruang dan waktu.

Teknologi informasi pada saat sekarang ini sudah menjamur di berbagai kalangan. Dengan adanya teknologi informasi, jarak dan waktu bukan lagi menjadi masalah yang perlu dipikirkan. Dengan menggunakan komputer yang terhubung dengan jaringan internet, segala informasi, hiburan, dan bahkan berbelanja sekalipun dapat kita lakukan. Bagi perusahaan yang beroperasi dari berbagai lokasi dan memiliki pemasok dan konsumen yang tersebar dan terpisah oleh jarak yang cukup jauh. Teknologi informasi mampu mengintergrasikan, mengkomunikasikan dan mempertukarkan berbagai aktivitas bisnis penting yang terdistribusi secara geografis. Dengan kata lain, aspek jarak dan waktu mejadi relatif dekat dan singkat.

Media penyiaran di Indonesia masih memantau secara ketat dan ingin segera beralih ke teknologi baru. Hampir semua stasiun TV penyiaran, mulai dari TVRI sampai TV nasional, kini telah memanfaatkan sistem teknologi penyiaran dengan teknologi digital. Khususnya pada sistem perangkat studio untuk memproduksi program, melakukan penyuntingan, perekaman dan

penyimpanan data. Pengiriman sinyal gambar, suara dan data telah menggunakan sistem transmisi digital dengan menggunakan pemancar. Sistem transmisi digital melalui pemancar ini menggunakan standar yang disebut DVB-T (*Digital Video Broadcasting Terrestrial*).

Sebagai rangkumannya, isu-isu manajemen yang signifikan berhubungan dengan peningkatan nilai usaha, yang berlaku di semua industri media. Tidak ada industri media yang menawarkan keunggulan kompetitif yang jelas-jelas nyata atas pesaing-pesaingnya. Sementara setiap media akan berjuang untuk meraih hati audiens, pengiklan bagi kelangsungan masa depan perusahaan.

Industri media elektronik dan digital akan terus menghadapi lingkungan yang berkembang cepat karena perubahan-perubahan teknologi. Teknologi informasi berkembang pesat sehingga menjadi peran penting memiliki pengaruh yang sangat besar bagi seluruh perusahaan dalam industri apapun. Industri media sangat tergantung pada kehadiran teknologi informasi karena jika perusahaan tidak update terhadap teknologi baru bisa jadi perusahaan akan kehilangan banyak konsumen, bahkan karyawan di perusahaan akan merasa tidak mampu bersaing dengan pesaing lainnya.

Munculnya produk multi-media termasuk televisi. Di era konvergensi terdapat kekuatan komputasi yaitu lebih cepat, murah dan menyeluruh. Penurunan harga komputer dan semakin meningkatnya performa kinerja dan keuntungan yang bisa didapat melalui komputer menjadikan ketertarikan minat individu untuk berpartisipasi dalam jaringan informasi. Menurut Agung Adiprasetyo, (dalam Sularto, 2007: 238) pada tahun 2006 sebanyak 16 persen anak muda di dunia membaca berita melalui Internet, 42 persen membaca media cetak, 28 persen menonton televisi, dan 10 persen mendengarkan radio. Kedatangan teknologi *tablet newspaper* (koran elektronik), benar-benar menjadi "kiamat" bagi bisnis media cetak. Berbagai perusahaan media massa semakin mengintegrasikan jaringan multimedia; sehingga terjadilah konvergensi multimedia. Berbagai media massa berbasis digital (media cetak digital atau *paperless newspaper*, media *online*, media radio digital, dan media televisi digital) akan semakin terintegratif dalam satu layar *laptop/notebook/notepad*. Secara logika bisnis, berbagai media massa tidak hanya akan memfokuskan pada satu jenis bisnis media massa (*single media*) saja. Melainkan akan memfokuskan pada bisnis multimedia, yakni bisnis media *online*, media radio

digital, media televisi digital, dan media cetak digital juga. Akibatnya, minimal ada lima jenis persaingan bisnis media.

Alat dasar untuk memahami peran teknologi informasi dalam keunggulan kompetitif adalah rantai nilai. Sebuah perusahaan media, sebagai suatu kumpulan aktivitas-aktivitas, adalah juga kumpulan teknologi-teknologi. Teknologi informasi itu melekat di dalam setiap aktivitas nilai (*value activity*) di dalam sebuah perusahaan media. Perubahan teknologi informasi bisa dibayangkan dapat mempengaruhi kompetisi melalui dampaknya terhadap setiap aktivitas. Di masyarakat dapat kita lihat bahwa teknologi komunikasi terutama televisi, komputer dan internet telah mengambil alih beberapa fungsi sosial manusia (masyarakat), setiap saat kita semua menyaksikan realitas baru di masyarakat, dimana realitas itu tidak sekedar sebuah ruang yang merefleksikan kehidupan masyarakat nyata dan peta analog atau simulasi dari suatu masyarakat tertentu yang hidup dalam media dan alam pikiran manusia, akan tetapi sebuah ruang dimana manusia bisa hidup di dalamnya. Media massa merupakan salah satu kekuatan yang sangat mempengaruhi umat manusia di abad 21. Dalam dunia media massa saat ini dan akan datang konvergensi media massa tidak saja sebuah keharusan namun sebuah kebutuhan masyarakat itu sendiri, sehingga lahirlah media-media baru seperti radio online, televisi online, majalah online, jurnal online.

Dengan demikian format media massa di waktu mendatang akan berubah menjadi “*media massa mixer*”. Karena sebuah perusahaan radio dengan kemampuan teknologi dan reporter-reporter mereka yang serba canggih, maka sayang sekali kalau informasi yang ada hanya dapat didengar oleh masyarakat melalui indera telinga, karena itu mereka dapat menerbitkan media cetak, koran atau majalah. Informasi itu masih sangat disayangkan kalau tidak dapat dilihat pemirsanya, karena itu mereka perlu mendirikan televisi atau membuka *web* di internet dan sebagainya. Media ada di sekeliling kita, media mendominasi kehidupan kita dan bahkan mempengaruhi emosi serta pertimbangan kita.

Teknologi sering digambarkan sebagai pengaruh yang paling penting terhadap masyarakat. Kita sebagai mahasiswa kebijakan media mesti paham akan hal ini, contoh kecilnya saja bangun pagi hal yang pertama Anda lakukan adalah teknologi, menyetel alarm, mengecek alarm handphone, atau melihat pesan singkat dan sebagainya. Begitu juga pada saat Anda berangkat kerja, kuliah atau ke sekolah semua berhubungan dengan teknologi berbasis komputer.

Ekologi Media

Medium adalah pesan (McLuhan 1964), slogan ini sangat populer dalam Teori Ekologi Media, maka bisa diasumsikan khalayak itu tidak pasif dan terpisah secara demografis, faktanya khalayak itu aktif dan mampu menyesuaikan diri : “Saat ini, elektronik dan otomatisasi mengharuskan semua orang menyesuaikan diri terhadap lingkungan global yang membentang seakan lingkungan ini merupakan kota kecil kediamannya”.

Sederhananya Teori Ekologi Media McLuhan menjelaskan bahwa masyarakat telah berevolusi, begitu pula teknologi. Mulai dari abjad hingga Internet, kita telah dipengaruhi oleh, dan memengaruhi, media elektronik. Dengan kata lain media adalah pesannya. Teori Ekologi Media berpusat pada prinsip-prinsip bahwa masyarakat tidak dapat melarikan diri dari pengaruh teknologi dan bahwa teknologi akan tetap menjadi pusat bagi semua bidang profesi dan kehidupan.

Dalam bukunya *Understanding Media* (1964, 2002) McLuhan menulis mengenai pengaruh teknologi seperti jam dinding, televisi, radio, film, telepon, dan bahkan jalan dan permainan. (dalam Richard West & Turner, 2008 : 138) . Media elektronik telah mengubah masyarakat secara radikal, menurut McLuhan masyarakat sangat bergantung pada teknologi menggunakan media dan bahwa ketertiban sosial masyarakat sangat bergantung pada kemampuannya untuk menghadapi teknologi tersebut. Media, secara umum, bertindak secara langsung untuk membentuk dan mengorganisasikan sebuah budaya.

Analisis Manajemen Penyiaran di Era Teknologi Informasi (Konvergensi Media)

Sedikit dapat membantah fakta bahwa masa di mana kita hidup sekarang adalah masa elektronik. Zaman ini, ditandai dengan adanya telegraf kemudian menjadi telepon genggam hingga smartphone, mesin ketik kemudian berubah menjadi komputer hingga laptop, ipad dan tablet pc. Alih-alih kita mengatakan perpustakaan sudah sepi pengunjung, padahal tidak semuanya sudah transformasi ke era digitalisasi, e-book, e-portal dan sebagainya menjadi wadah praktis bagi masyarakat modern untuk mencari informasi bagi kepentingan masing-masing.

Setiap media massa adalah suatu institusi sosial. Apa yang disebut sebagai institusi ini dapat dilihat dari keberadaannya sebagai suatu organisasi penyiaran informasi yang independen,

atau keberadaan suatu sistem jaringan (*networks*) berbagai organisasi satelit dengan satu pusat yang mengendalikan penyiaran informasi. Biasanya keberadaan setiap institusi media adalah hasil tarik menarik antara institusi media itu dengan khalayaknya. Dalam tarik menarik itu pemasang iklan menjadi faktor determinan ditengah, menghidupi institusi media sekaligus memanfaatkan dukungan khalayak terhadap media tersebut. Peran media dalam kehidupan sosial, terutama dalam masyarakat modern (era globalisasi) tidak ada yang menyangkal.

Pertama-tama dapat dibayangkan situasi dalam era informasi itu. Sebutan ini sudah sangat populer, sebagaimana istilah masyarakat informasi. Era informasi sebagai situasi yang melingkupi masyarakat pasca-industrial, sering dibicarakan dengan cara gampang. Jika sudah disebarkan informasi (belum lagi dibicarakan, informasi macam apa yang disebarkan itu), seolah masyarakat informasi sudah terbentuk. Sebagai ilustrasi perlu diingat bahwa perkembangan masyarakat bergerak dari masyarakat pra-industrial, industrial, baru kemudian ke masyarakat pasca-industrial. Dilihat dari sudut ekonomi, masyarakat pra-industrial diisi dengan ekonomi yang didasarkan atas pemanfaatan sumber-sumber yang berasal dari alam, seperti pertanian dan pertambangan. Masyarakat industri didasarkan fabrikasi bahan dari alam, ekonomi produksi barang dan manufaktur. Sedang ekonomi masyarakat pasca-industrial didasarkan pada teknologi dan penawaran jasa. Dalam tahap ini ekonomi tidak lagi didasarkan dengan produksi barang, melainkan produksi jasa.

Era informasi dapat juga ditinjau dari komponen yang terlibat dalam situasi yang melingkupi sistem komunikasi. Komponen yang terkandung dalam situasi itu berkaitan dengan pemasok informasi, sistem distribusi informasi, konsumen informasi, dan informasinya sendiri. Keempat komponen ini berkaitan satu sama lain, sebab pola komunikasi dengan teknologi tinggi itu mempengaruhi dan mengubah seluruh komponen tersebut. Memasuki abad informasi, kita menyaksikan bagaimana media memiliki kekuatan dominan dalam memengaruhi setiap dimensi kehidupan manusia. Dengan perkembangan teknologi informasi dan komunikasi, media di era maya (*cyber*) seakan muncul kembali ke dalam sistem komunikasi purbakala dan memosisikan penerima (komunikasi) sebagai pihak aktif. “Massifikasi komunikasi seakan akan bercampur baur dengan demassifikasi. Internet (*website*) atau media *online* adalah komunikasi interaktif sekaligus komunikasi massa” (Muis, 2001). Internet merupakan puncak teknologi telekomunikasi, media dan informatika (telematika) sepanjang Abad XX-XXI ini. Ada yang

menyebut Internet sebagai tonggak sejarah (*milestone*) dari teknologi informasi dan komunikasi (TIK), tangga atau jembatan (*gangplank*) antar TIK. Pengadopsian dan pengimplementasian teknologi Internet dalam berbagai bidang kehidupan (politik, ekonomi, sosial, budaya, pertahanan-keamanan, kesehatan, pariwisata, bisnis dll.) menjadi bukti sah akan realitas sosial di atas. Babak baru peradaban industri media massa terkini, terstimulus melalui teknologi Internet, yang berhasil mengintegrasikan berbagai jenis media massa dalam saluran tunggal yang terintegrasi.

Dalam perkembangannya, teknologi ini berfungsi mandiri sebagai media penyiaran informasi, bukan lagi sekadar prasarana pembantu bagi media cetak. Kehadiran radio broadcasting memiliki sifat yang khas, yaitu sebagai penyampai informasi faktual dan aktual. Artinya, titik tolak kehadiran radio broadcasting adalah dalam pelayanan informasi faktual dan aktual. Bahwa informasi fiksional yang berfungsi hiburan juga menjadi muatan sajiannya, dapat dipandang sebagai suplemen. Keberadaan radio broadcasting sebagaimana media massa umumnya, dapat dilihat dari tiga sudut pandang yang berbeda, yaitu:

- a. Adanya anggapan bahwa media radio dapat berpengaruh sehingga dapat mengubah dan membentuk sikap dan perilaku khalayaknya.
- b. Pandangan yang meragukan kekuatan media massa untuk mengubah sikap dan perilaku, sebab hanya terbatas untuk menyentuh aspek pengetahuan (kognitif) khalayaknya. Lebih jauh lagi,
- c. Pandangan yang menempatkan media massa hanya sebagai institusi yang melayani kebutuhan/motif khalayak akan informasi

Memahami Sejarah Media

McLuhan menyatakan bahwa media dari sebuah era menentukan esensi dari sebuah masyarakat. Mereka mengemukakan empat era, atau zaman, dalam sejarah media, yang masing-masing berkaitan dengan cara komunikasi dominan dari zaman tersebut. Lebih jauh lagi akan dilihat pada tabel Sejarah Media McLuhan di bawah ini :

Sejarah Media Komunikasi

ZAMAN SEJARAH	TEKNOLOGI YANG UTAMA	KOMENTAR MCLUHAN
Era Tribal	Kontak Tatap Muka/ Pendengaran	Masyarakat lisan atau tribal memiliki alat stabilitas melampaui segala yang mungkin bagi dunia yang visual atau beradab dan terfragmentasi.
Era Literacy	Abjad Fonetis/ Penglihatan	Pria (Wanita) Barat telah melakukan sedikit hal untuk mempelajari dampak-dampak dari abjad fonetis dalam menciptakan banyak dari pola dasar budayanya.
Era Cetak	Percetakan/ Penglihatan	Mungkin berkah paling berharga dari tipografi bagi manusia adalah sikap yang tidak terpengaruh dan ketidakterlibatan daya untuk bertindak tanpa reaksi
Era Elektronik	Komputer/ Penglihatan, Pendengaran, sentuhan	Komputer merupakan yang paling luar biasa dari semua busana teknologi yang pernah diciptakan karena komputer merupakan kepanjangan dari sistem saraf pusat kita.

Sumber : (dalam Richard West & Turner 2008 : 144)

Dari keempat era di atas, terlihat bagaimana alam kompetisi dan kemajuan teknologi informasi sejak dipergunakannya komputer dalam industri hingga saat ini terkait erat satu dan lainnya. Memasuki abad informasi berarti memasuki dunia dengan teknologi baru, teknologi informasi. Mempergunakan teknologi informasi seoptimum mungkin berarti harus merubah mindset. Merubah mindset merupakan hal yang teramat sulit untuk dilakukan, karena pada dasarnya “people do not like to change”. Paling tidak Indonesia negara yang memiliki kemauan atau tekad yang kuat untuk maju. Dengan ini kita dapat sedikit optimis bangsa Indonesia mampu bersaing di tingkat global karena dunia teknologi informasi yang makin kompetitif merupakan tantangan yang sudah di depan mata, kita harus siap dengan fakta ini.

Hukum Media Saat Ini

Di masa lalu, media massa atau pers di Indonesia mengalami pengekangan yang luar biasa. Namun pada akhirnya, media massa kita memperoleh kebebasan yang seluas-luasnya seiring dengan hadirnya reformasi. Pengekangan dan kebebasan tersebut kesemuanya ditentukan oleh regulasi yang ada pada masing-masing masa. Namun kebebasan tersebut melanda media kita secara berlebihan sehingga di kanal-kanal gelombang udara kita saat ini dipenuhi oleh berbagai media swasta.

Di saat regulasi kita belum siap dengan segala bentuk kebebasan tersebut, kita juga dipaksa untuk menghadapi era digitalisasi dan konvergensi yang juga memerlukan regulasi yang lebih tepat dan lugas. Meskipun di banyak sisi, regulasi kita masih memiliki kekurangan dan kurang konsisten dengan Undang-Undang pendahulunya.

Hukum media massa mempunyai tujuan yang dapat dikelompokkan yakni :

1. Pertama untuk mengendalikan media massa. Dalam konteks ini peranan hukum media massa yakni merupakan instrumen untuk membatasi media massa agar tidak melenceng dari keinginan, misalnya pemerintah. Pada titik inilah hukum media massa disebut memiliki karakter politik.
2. Kedua untuk mengatur media massa agar berperilaku wajar sesuai dengan keinginan masyarakat, agar tidak merugikan masyarakat. Dalam konteks ini berarti media massa memiliki karakter sosial.

Regulasi media massa juga melibatkan kebijakan media massa dimana kebijakan ini merupakan upaya untuk mengatur keberadaan media massa dan industrinya. Kebijakan media massa merupakan kebijakan komunikasi. Ini berarti kebijakan media massa merupakan kebijakan Publik. Kebijakan media massa merupakan kumpulan prinsip dan norma yang mengatur sistem media massa Indonesia. Oleh karena itu kebijakan media massa ini tidak dapat dipisahkan dari perkembangan sosial, politik dan ekonomi sebuah negara. Kedudukan media massa dalam politik menempati posisi yang penting. Keberadaan media massa menjadi barometer suatu sistem politik.

Manajemen Penyiaran di Era TI (Konvergensi Media)

Menjawab visi Indonesia menjadi Negara maju yang unggul dalam pengelolaan kekayaan alam dan menjadi lima besar kekuatan ekonomi dunia tahun 2030, telah terjadi revolusi digital di Indonesia sebagai penunjang percepatan visi tersebut. Konvergensi merupakan jalan tol super bagi masuknya informasi, maksudnya satu saluran bagi beragam informasi. Produk-produk layanan terintegrasi ke dalam satu perangkat digital. Hal ini ditunjukkan dengan fenomena munculnya *smart TV* yang merupakan gabungan dari TV, Internet, Handphone dan Digital Camera.

Terdapat tiga fase dalam konvergensi, yaitu :

1. Konvergensi terjadi antara segmen pasar yang berada pada satu sektor contoh antara telepon kabel dengan operator seluler.
2. Penghalang struktural industri perlahan menghilang, produk digital yang menggabungkan dua layanan atau lebih dalam satu perangkat kini kian mudah ditemui. Contoh dalam hal ini adalah produk telepon seluler yang juga memberikan fasilitas menangkap siaran televisi.
3. Perangkat-perangkat digital tradisional yang begitu terspesifikasi dulunya menjadi membaaur satu sama lain.

Dewasa ini kecenderungan industri media sebagai alat kapitalisme menjadi semakin nyata. Bentuknya menjadi semakin menggurita, menjangkau ke mana-mana, cenderung ingin memonopoli dan bahkan melintasi batas negara. Tetapi kontrol pemilikannya justru makin terkonsentrasi hanya pada beberapa orang saja. Dalam menjelaskan fenomena tersebut Peter Golding dan Graham Murdoch mengatakan “*Media as a political and economic vehicle, tend to be controlled by conglomerates and media barons who are becoming fewer in number but through acquisition, controlled the larger part of the world’s mass media and mass communication*” (2000: 71).

Dalam sistem demokrasi, menurut Siregar (2008: 40), regulasi terhadap media pada dasarnya dipilah menjadi dua bagian besar, yakni media yang tidak menggunakan ranah publik (*public domain*) dan media yang menggunakan ranah publik. Media yang tidak menggunakan ranah publik, misalnya, buku, majalah, surat kabar ataupun film (kecuali jika disiarkan melalui TV) maka regulasinya menggunakan prinsip *self-regulatory*. Dalam konteks Indonesia, di bidang pers misalnya, Dewan Pers dibentuk untuk mengatur pers dari segi etika jurnalistik baik etika jurnalistik media cetak maupun elektronik, sedangkan hal-hal yang menyangkut pemusatan kepemilikan dan persaingan usaha, berlaku ketentuan peraturan perundang-undangan yang bersifat umum.

Menurut catatan, tahun 2004 kelompok Media Nusantara Citra (MNC) sukses melakukan *merger* antara RCTI, TPI dan Global TV. Setahun kemudian kelompok media milik Hary Tanoesoedibjo ini berhasil mengatrol TPI hingga sempat melejit dalam perolehan iklan dengan program andalannya yaitu Kontes Dangdut Indonesia (KDI), dan Rahasia Ilahi.

Kelompok ini juga melebarkan sayap di bisnis media cetak, yaitu harian Seputar Indonesia (Sindo), dan puluhan stasiun radio yang masuk dalam jaringan Trijaya Network. Kelompok perusahaan yang berada di bawah payung Group Bhakti Investama ini juga memiliki saham signifikan di perusahaan selular, Mobile 8 dengan produk CDMA di pasaran bernama *Fren*.

Kompas Gramedia Group. Ini merupakan kekuatan baru yang potensial, mengingat perusahaan milik Chaerul Tanjung tersebut dinilai "cukup berhasil" di dalam bisnis TV dan perbankan (Bank Mega). Melalui kerjasama dengan kelompok Kompas Gramedia Group —yang sejak lama terkenal dengan kekuatan jaringan medianya, baik cetak maupun radio, juga hotel dan perbankan— terciptalah sinergi baru dalam pertelevisian. Dengan kerjasama itu TV 7 kemudian berubah menjadi Trans 7. Kelompok ini mencoba menerapkan segmentasi di antara mereka. Trans TV fokus pada *life style* dan *trends setter*. Sedangkan Trans 7 konsisten ke TV *sport* dan *News*. Kini, dari 10 stasiun televisi yang siaran nasional, tinggal 3 stasiun yang belum bergabung dengan kelompok lain.

Konvergensi disebabkan oleh internet dan jaringan dunia. Internet dapat memungkinkan komputer satu dan lainnya untuk saling berkomunikasi secara global, dengan biaya murah. Hal ini mengaburkan batas antara komputasi dan komunikasi dan juga antara komunikasi dengan bagian-bagian media yang secara konten membawa suatu kombinasi antara komunikasi, informasi dan hiburan. Yaitu dengan munculnya *World Wide Web* yang mengubah dunia ke era internet.

Teknologi digital menggantikan analog dan media massa berubah ke digital. Mereduksi semua jenis informasi ke dalam kode biner. Menurut Dr. Ishadi SK, MSc (2014), bahwa revolusi digital merupakan terjadinya konvergensi antara komputer, konten dan komunikasi. Proses integrasi antara industri penyedia konten (media), proses komputasi (teknologi informasi) dan komunikasi (jaringan telekomunikasi dan penyiaran) menjadi sebuah raksasa baru di bidang komunikasi dan media.

Babak baru tersebut dinamai sebagai era konvergensi media massa, yang kemudian meningkat kompleksitasnya menjadi konvergensi multimedia massa. Tren televisi digital, yang mengawinkan antara televisi analog dan teknologi berjaringan Internet yang merebak saat ini sebagai akhir dari peradaban televisi (analog). Perkawinan antara teknologi Internet dan radio analog telah melahirkan radio digital. Persilangan genetik antara media cetak dan teknologi

Internet juga sudah melahirkan surat kabar digital, atau yang disebut sebagai *electronic-paper* (*e-paper*); dan pada konteks lain melahirkan media *online*.

Fleksibilitas teknologi Internet yang bisa "disinergisasikan" dengan berbagai jenis media massa yang sudah ada sebelumnya menjadi sisi keunggulan dari "teknologi maya" ini, pada aspek lain menimbulkan permasalahan kompleks pada sektor industri media cetak, media radio, media televisi dan media *online* yang tidak bisa mengikuti tren perkembangan dunia telematika mutakhir. Kecanggihan teknologi yang berkembang dengan sangat pesat, sehingga menjadi sangat krusial bagi setiap perusahaan untuk dapat mengikuti perkembangan teknologi informasi, dan menerapkannya dalam aktivitas perusahaan terlebih lagi bagi perusahaan media dan penyiaran atau para pelaku usaha di industri media. Dengan perkembangan teknologi informasi ini pun, banyak sekali tercipta cabang-cabang usaha dari industri ini. Lihat saja dengan berkembangnya teknologi informasi berupa jaringan internet, membuat banyak sekali pemain-pemain usaha media yang menyediakan berbagai informasi yang *update* hanya dalam beberapa menit setelah suatu peristiwa atau informasi terjadi. Bahkan, dengan adanya teknologi jaringan internet perusahaan media penyiaran grafis dan audio pun memanfaatkannya untuk dapat meraih marketshare yang lebih luas. Karena tidak ingin tertinggal dan hancur dengan perusahaan lainnya, ditengah gempuran perkembangan teknologi informasi yang sangat pesat. Sedangkan di sisi lain, ada teknologi yang terus berkembang dan berubah pesat di industri media, yaitu media elektronik (televisi) dan media baru (*online*). Media penyiaran di Indonesia masih memantau secara ketat dan mengejar teknologi baru di sektor media ini. Indonesia, misalnya, baru akan menerapkan siaran televisi digital secara menyeluruh.

Saat ini yang sudah dilakukan adalah tahap uji coba. Hampir semua stasiun TV penyiaran, mulai dari TVRI sampai TV swasta nasional, kini telah memanfaatkan sistem teknologi penyiaran dengan teknologi digital. khususnya pada sistem perangkat studio untuk memproduksi program, melakukan penyuntingan, perekaman, dan penyimpanan data. Pengiriman sinyal gambar, suara dan data telah menggunakan sistem transmisi digital dengan menggunakan pemancar. Sistem transmisi digital melalui pemancar ini menggunakan standar yang disebut DVB-T (Digital Video Broadcasting Terrestrial). Kehadiran teknologi radio dalam masyarakat didorong oleh kepentingan akan informasi. Sejak Marconi memperkenalkan teknologi ini, muatan yang disampaikan adalah informasi yang bersifat faktual dan aktual.

Pada awalnya media cetak memanfaatkan teknologi ini untuk pengiriman berita, sehingga kebutuhan akan informasi yang bersifat faktual semakin meningkat nilai aktualitasnya.

PENUTUP

Menurut Undang-Undang No. 32 Tahun 2002 tentang Penyiaran (UU Penyiaran), KPI memang diberikan wewenang untuk membuat standar program siaran dan pedoman perilaku penyiaran. KPI juga diberikan wewenang untuk mengawasi pelaksanaan standar program siaran dan pedoman perilaku penyiaran, serta memberikan sanksi terhadap pelanggaran yang dilakukan oleh lembaga penyiaran atasnya. Banyaknya tayangan televisi yang mendorong tumbuhnya budaya konsumerisme, budaya 'ingin cepat terkenal secara instan', dan tayangan yang membodohi penonton lainnya, perlu segera dibenahi.

Di Indonesia, peraturan hukum tentang anti monopoli, pemusatan, dan kepemilikan silang media penyiaran sudah ada dan jelas berlaku sejak diundangkan, namun dalam praktiknya hingga saat ini, industri media penyiaran masih dikuasai kelompok tertentu. Dengan kata lain, penegakan hukum (*law inforcement*) tidak berjalan dengan baik, dan "kebijakan" penegakan hukum inilah yang perlu diprioritaskan oleh pemerintah dalam rangka menciptakan industri penyiaran yang demokratis.

Karakter industri media massa itu mutlak harus tunduk pada perkembangan teknologi terbaru. Jika perusahaan media massa tidak mau (atau tidak berani) menyesuaikan diri dengan perkembangan teknologi baru, sudah dapat dipastikan eksistensi media massa tersebut segera akan ditinggalkan oleh audiensnya. Akibatnya, para pemasang iklan juga akan mengalihkan perhatiannya pada media massa lain yang banyak memiliki audiens. Teknologi informasi berkembang pesat sehingga menjadi peran penting dan memiliki pengaruh yang sangat besar bagi seluruh perusahaan dalam industri apapun. Khususnya, industri media yang begitu sangat membutuhkan dan tergantung dengan kehadiran teknologi informasi yang akan terus berkembang dan akan terus mengatur industri media. perusahaan yang tertinggal dalam penggunaan teknologi informasi ini, bisa kehilangan konsumennya, bahkan yang paling parah yaitu bangkrut dalam berkompetisi di industri yang menjadi lahan bisnisnya khususnya industri media.

Rekomendasi

1. Kewenangan KPI

Menurut Undang-Undang No. 32 Tahun 2002 tentang Penyiaran (UU Penyiaran), KPI memang diberikan wewenang untuk membuat standar program siaran dan pedoman perilaku penyiaran. KPI juga diberikan wewenang untuk mengawasi pelaksanaan standar program siaran dan pedoman perilaku penyiaran, serta memberikan sanksi terhadap pelanggaran yang dilakukan oleh lembaga penyiaran atasnya.

Wewenang KPI membatu peranan KPI dalam hal membatasi ruang gerak siaran-siaran yang bertentangan dengan nilai agama. Selain itu sebaiknya wacana-wacana kritis seputar media terus digalakkan di kalangan kaum muda Islam, agar mampu menyaring dan mengkritisi segenap tayangan yang tidak mengandung unsur edukatif. Alangkah ba-gusnya jika kemudian ada penelitian tentang peran serta KPI dalam upaya mewujudkan masyarakat yang cerdas, terutama dalam membendung siaran-siaran yang tak berpihak pada etos keilmuan dan wawasan keagamaan masyarakat. Sebab, kajian-kajian media secara kritis, terutama dengan memakai metode analisis hukum islam, hingga kini masih sangat langka.

2. Membenahi Penyiaran

Banyaknya tayangan televisi yang mendorong tumbuhnya budaya konsumerisme, budaya 'ingin cepat terkenal secara instan', dan tayangan yang membodohi penonton lainnya, perlu segera dibenahi. Infrastruktur dan teknologi digital dalam sistem penyiaran memiliki banyak keunggulan dibanding infrastruktur dan teknologi analog, seperti efisiensi penggunaan chanel frekuensi sehingga dapat menggunakan jumlah channel program, kualitas gambar dan suara lebih bagus (noise sangat kecil), penambahan jenis ragam layanan (audio, video, data). Namun, di samping banyak kelebihan yang menjanjikan, digitalisasi penyiaran juga tidak sepenuhnya menguntungkan sebagaimana teori di atas kertas. Ada beberapa hal yang menjadi kekurangan dalam praktik digitalisasi penyiaran.

Pertama, Kendala operasional dalam proses migrasi total dari teknologi analog menuju digital sangat terkait dengan kesiapan mayoritas penonton televisi di Indonesia yang masih menggunakan televisi analog (receiver konvensional). Kedua, secara teknis terkadang masih muncul gangguan siaran berupa *cliff effect* dan *blank spot* dalam proses siaran digital (Setyobudi, 2006). Ketiga, bagi lembaga pengelola penyiaran, dalam jangka pendek, digitalisasi juga

mengakibatkan kerugian secara teknis. Keempat, teknologi penyiaran digital juga menuntut keahlian khusus penggunaannya dalam mengoperasikan alat, termasuk memperbaiki jika ada kerusakan. Keahlian dalam kaitan ini sangat terkait dengan sumber daya manusia yang harus mengikuti dan mampu bersinergi dengan digitalisasi.

DAFTAR PUSTAKA

- Arifin, Anwar. (2011). *Komunikasi Politik Filsafat Paradigma Teori Strategi dan Komunikasi Politik Indonesia*. Yogyakarta : Graha Ilmu
- Bungin, Burhan. (2008). *Sosiologi Komunikasi : Teori, Paradigma dan Diskursus Teknologi Komunikasi di Masyarakat*. Jakarta : Kencana Prenada Media Grup
- Halim, Syaiful. (2009). *Gado-Gado Sang Jurnalis: Rondonwn Wartawan Ecek-Ecek*. Jakarta : Jelasutra
- [Mosco](#), Vincent. (2009). *The Political Economy of Communication*. SAGE Publications, May 7
- McQuail, Denis. (2000). *Teori Komunikasi Massa, Suatu Pengantar*. Jakarta: Erlangga.
- Nurudin. (2007). *Pengantar Komunikasi Massa*. Jakarta : PT RajaGrafindo Persada.
- Oemar Seno Adji,(1973).*Mass Media dan Hukum, Jakarta : Erlangga*
- Sumadiria, AS Haris. (2008). *Jurnalistik Indonesia : Menulis Berita dan Feature. Panduan Praktis Jurnalis Profesional*. Bandung : Simbiosis Rekatama Media.
- Muis, Andi. (2001). *Indonesia di Era Dunia Maya: Teknologi Informasi dalam Dunia Tanpa Batas*. Bandung : Rosda Karya
- Setiati, Ani, (2005). *Ragam Jurnalistik Baru dalam Pemberitaan. Strategi Wartawan Menghadapi Tugas Jurnalistik*. Yogyakarta : Penerbit Andi.
- SK, Ishadi. (2014). *Media dan Kekuasaan. Televisi di Hari-Hari Presiden Soeharto*. Jakarta : Buku Kompas.
- Sularto, St. (2007). *Dari “Sang Pemula” ke “Sang Pengibar Bendera”. Menulis dari Dalam*. Jakarta : Buku Kompas.
- West & Turner. (2008). *Pengantar Teori Komunikasi Analisis dan Aplikasi*. Jakarta: Salemba Humanika.
- Sumber Lain :
- Undang-Undang 40 Tahun 1999 tentang Pers.
- Undang-Undang 32 Tahun 2002 tentang Penyiaran
- Internet :
- Lubis,Uni. (2014). Dalam <http://www.mytrans.com/>. Diunduh pada tanggal 8 Agustus 2015 pukul 21.30 WIB.
- Laporan penelitian:
- Nugroho, Y., Siregar, MF., Laksmi, S. (2012). *Memetakan Kebijakan Media di Indonesia (Edisi Bahasa Indonesia)*. Jakarta: CIPG dan HIVOS.