

**JURNAL PROSIDING  
ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK  
UNIVERSITAS DHARMAWANGSA**

---

**PERKEMBANGAN TEKNOLOGI KOMUNIKASI DAN INFORMASI DI MEDIA  
BARU**

**Maria Ulfa Batoebara, Andiani Novita Pasaribu**

Ilmu Komunikasi, Fakultas ISIP, Universitas Dharmawangsa, Indonesia

[andinovitapasaribu@gmail.com](mailto:andinovitapasaribu@gmail.com)

---

**Abstrak**

Perkembangan teknologi informasi dan komunikasi saat ini berkembang mengikuti perkembangan zaman. Banyak anak muda menggunakan teknologi untuk konten dan sebagai alat pembelajaran. Perkembangan teknologi memudahkan komunikasi, terutama penyebaran informasi berbasis media sosial. Padahal, kebebasan berekspresi dengan berbagai bentuk penggunaannya menjadikan media sosial sebagai sarana komunikasi yang banyak digunakan untuk tujuan tertentu, seperti B. mengunggah gambar, video, cerita harian, dan toko. Media sosial selalu terkait dengan keberadaan pengguna, yang memungkinkan pengguna untuk saling berhubungan, meningkatkan hubungan dan ikatan sosial. Revolusi teknologi komunikasi telah melahirkan teknologi dan aplikasi yang memenuhi semua bentuk komunikasi dari komunikasi interpersonal, komunikasi interpersonal, komunikasi kelompok dan komunikasi massa. Lingkungan digital baru di mana informasi tidak hanya dapat disebarluaskan dan diakses, tetapi juga diproses dan diciptakan kembali.

***Kata Kunci: Teknologi, Komunikasi, Media Baru***

**Abstract**

The development of information and communication technology is currently developing with the times. Many young people use technology for content and as a learning tool. Technological developments facilitate communication, especially the dissemination of information based on social media. In fact, freedom of expression with various forms of use makes social media a means of communication that is widely used for specific purposes, such as uploading pictures, videos, daily stories, and shops. Social media is always related to the existence of users, which allows users to connect with each other, improve social relations and bonds. The communication technology revolution has given birth to technologies and applications that meet all forms of communication from interpersonal communication, interpersonal communication, group

communication and mass communication. A new digital environment in which information can not only be disseminated and accessed, but also processed and recreated. Distributed and accessed, but also that information can be processed and recreated.

**Keywords:** *Technology, Communication, New Media*

## **A. Pendahuluan**

Saat ini kita hidup di zaman yang penuh dengan teknologi informasi dan komunikasi. Perkembangan teknologi telah menyediakan sumber-sumber informasi dan komunikasi (resources) jauh melampaui apa yang telah dimiliki manusia. Meskipun peran informasi kurang mendapat perhatian dalam beberapa dekade terakhir, kebutuhan akan informasi dan komunikasi tidak sepenting kebutuhan masyarakat akan sandang dan pangan. Dunia beralih dari era industrialisasi ke era informasi, yang kemudian melahirkan masyarakat informasi. Rogers menjelaskan bahwa masyarakat informasi adalah masyarakat yang mayoritas pekerjaannya adalah pekerja pengetahuan dan informasi telah menjadi elemen terpenting dalam kehidupan. Menurut Hammer (1976), pengetahuan diidentifikasi sebagai komoditas yang dapat dijual, disalin, dibuat, disalahtafsirkan, diselewengkan, bahkan dicuri. Sederhananya, banyak orang

sudah memahami dan memiliki konsep tentang sifat dan kepemilikan informasi yang sebelumnya tidak dipahami. Selain potensi material dan energi, informasi adalah salah satu dari tiga sumber daya dasar.

Oleh karena itu, informasi seperti materi dan energi dianggap tidak berguna jika tidak berfungsi, dan informasi hanya dapat dioperasikan melalui komunikasi. Pengetahuan merupakan unsur dasar yang tersirat dalam konsep pembangunan terencana. Kegiatan pembangunan dapat berlangsung dan mencapai tujuannya hanya jika didasarkan pada informasi yang cukup pada setiap tahap - dalam perencanaan, pelaksanaan dan pengawasan. Sementara informasi diperoleh melalui kegiatan komunikasi, nilai komunikasi sebenarnya ditentukan oleh informasi yang dikandungnya. Revolusi informasi biasanya mengacu pada perubahan yang dibawa oleh teknologi informasi. Dua bentuk paling penting dari teknologi komunikasi manusia adalah teknologi

komunikasi dan sistem komputer modern untuk memprosesnya. Disebut revolusi karena dapat menyebabkan perubahan yang sangat cepat dalam kehidupan masyarakat. Di balik revolusi informasi terdapat dua faktor yang dapat mempengaruhi struktur kekuatan dunia: Pertama, pesatnya perkembangan dan penyebaran pengetahuan dan informasi di segala bidang. Kedua, semakin pentingnya informasi dalam produksi kekayaan dan penyusutan relatif sumber daya material. Dengan kombinasi kemampuan teknologi tinggi dan jaringan global, produksi informasi dapat meningkat dengan sangat cepat. Howard Frederick mengamati bahwa tingkat pertumbuhan dan akumulasi informasi meningkat secara eksponensial di Era Informasi. Sebagai perbandingan: Jika jumlah informasi dunia dalam 1 tahun sama dengan satu satuan, maka penggandaan pertama memakan waktu 1500 tahun, yang kedua 250 tahun dan pada awal abad ke-20 menjadi 150 tahun. Sementara itu, Jacques Valee memperkirakan bahwa penggandaan terjadi setiap 18 tahun, dan James Martin mencatat bahwa penggandaan telah turun dari sekali setiap lima tahun pada tahun

1970-an menjadi tiga tahun pada tahun 2000-an.

## **B. Teori**

### Teknologi Komunikasi

Teknologi komunikasi berasal dari kata teknologi dan komunikasi. Kata teknologi berasal dari kata latin *texere* yang berarti merakit atau membangun sesuatu. Istilah teknologi tidak hanya merujuk pada masalah teknis atau mekanis saja, tetapi memiliki berbagai arti yang sering digunakan dalam percakapan sehari-hari. Teknologi terkadang maju lebih cepat karena penemuan teknologi baru dapat mempercepat penemuan teknologi berikutnya. Dalam sejarah peradaban manusia, banyak sekali penemuan-penemuan yang menciptakan teknologi yang berdampak besar bagi kehidupan manusia. Menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia, teknik tersebut dijelaskan sebagai berikut:

1. metode ilmiah untuk mencapai tujuan praktis; ilmu praktis; 2 semua kesempatan untuk mengurus kebutuhan dasar; (Balai Pustaka, 2005: 1158). Penulisan definisi pertama

menjelaskan bahwa teknologi adalah metode ilmiah dan ilmu terapan. Pada saat yang sama, sebagaimana dirumuskan dalam definisi kedua, teknologi adalah sarana total untuk menyediakan barang. Teknologi bukan hanya objek, bisa juga sesuatu yang abstrak seperti metode, ilmu pengetahuan atau alat apapun yang bisa bersifat fisik atau magis. Teknologi merupakan alat yang dapat mengurangi ketidakpastian yang disebabkan oleh hubungan sebab akibat pencapaian tujuan. Teknologi mempengaruhi semua aspek masyarakat dan ekonomi. Teknologi mengubah cara orang melakukan sesuatu, cara kita belajar, dan cara kita menghabiskan waktu luang. Teknologi bukan hanya objek fisik, tetapi juga bisa menjadi entitas dengan sesuatu yang abstrak. Pengertian teknologi komunikasi adalah perlengkapan dalam suatu struktur organisasi yang mengandung nilai-nilai sosial dan memungkinkan setiap individu untuk mengumpulkan, mengolah dan bertukar informasi dengan orang lain (Roger,1986:2). Definisi ini secara implisit menyatakan bahwa teknologi komunikasi adalah alat, teknologi komunikasi muncul dari struktur ekonomi, sosial dan politik. Kemudian

teknologi komunikasi membawa nilai-nilai yang berasal dari struktur ekonomi, sosial dan politik tertentu, dan teknologi komunikasi meningkatkan kemampuan indera manusia, terutama kemampuan mendengar dan melihat.

### **C. Pembahasan**

Padahal, kebebasan berekspresi dengan berbagai bentuk penggunaannya menjadikan media sosial sebagai sarana komunikasi yang banyak digunakan untuk tujuan tertentu, seperti B. mengunggah gambar, video, cerita harian, dan toko. Media sosial selalu terkait dengan keberadaan pengguna, yang memungkinkan pengguna untuk saling berhubungan, meningkatkan hubungan dan ikatan sosial. Platform media sosial dapat digunakan untuk mempromosikan merek dengan tujuan mempengaruhi keputusan konsumen dan meningkatkan kesadaran merek tertentu (Rambe & Jafeta,2017:659).

Berdasarkan data We Are Social awal tahun 2019, sekitar 57% penduduk Indonesia menggunakan berbagai media sosial dan jumlah penggunanya mencapai 150. Youtube merupakan sumber daya yang paling banyak digunakan, digunakan

oleh 88% atau 132 juta orang. diikuti Whatsapp 83% atau 125 juta orang, Facebook 81% atau 122 juta orang dan Instagram 80% atau 120 juta orang (<https://www.brilio.net>). Ini berarti bahwa media sosial mewakili lalu lintas web tingkat tinggi setiap saat, memberikan informasi dalam jumlah yang sangat besar. Menurut Baidu (2014), berkat teknologi baru seperti internet, semua kebutuhan manusia dapat terpenuhi. Mulai dari kebutuhan bersosialisasi, mendapatkan informasi hingga memenuhi kebutuhan hiburan. Kini masyarakat lebih banyak memanfaatkan kehadirannya sebagai lingkungan sosial (Baidu, 2014: 15 di Soliha, 2015: 2). Melihat fitur-fitur kreatif dan berbagai sarana virtual untuk berinteraksi dengan media sosial membuat media online seolah mengarahkan penggunaanya dari media sosial ke media online. Tidak hanya jumlah trafik kunjungan, media sosial juga bersaing dengan Asum untuk mendapatkan lebih banyak pengikut. Semakin banyak pengikut, semakin tinggi interaksi virtual di media online. Media baru adalah media di luar media elektronik (televisi, radio, bioskop) dan media cetak (majalah, surat kabar,

tabloid). Sifat media baru adalah cair, konektivitas individu dan sarana berbagi peran kontrol dan kebebasan. Kemajuan teknologi komunikasi telah melahirkan internet, newsgroup, mailing list, televisi kabel multichannel, televisi digital, dan buku-buku yang dapat dibaca dalam format e-book. Kehadiran media baru tersebut menyebabkan berbagai perubahan di lingkungan media. Definisi komunikasi massa menjadi semakin penting. Karena teknologi percetakan dan komunikasi yang saat ini berjalan satu arah mulai mengalami perubahan fungsional dan formal dengan cara yang berbeda. Sejak munculnya internet, media cetak (koran, majalah, tabloid) dan media elektronik (radio, televisi, film) sering digolongkan sebagai media tradisional karena pesan yang disampaikan bersifat one to many (satu untuk semua). Meskipun Internet yang bersifat interaktif tergolong media baru karena kemampuannya mengirimkan pesan dari banyak ke banyak (mailing list).

Ada empat ciri lingkungan media baru yang dibentuk karena kemajuan teknologi. (Mc.Manus dalam Severin, 2005).

1. Teknologi yang dahulu berbeda dan terpisah seperti percetakan dan penyiaran kini bergabung.

2. Kita sedang bergeser dari kelangkaan media menuju media yang melimpah.

3. Kita sedang mengalami pergeseran dari mengarah kepuasan massa audiens kolektif menuju kepuasan grup atau individu.

4. Kita sedang mengalami pergeseran dari media satu arah kepada media interaktif.

Adapun penjelasan lingkungan media baru adalah, pertama, teknologi yang dahulu berbeda dan terpisah kini bergabung. Batasan antara penerbit, produsen, distributor, konsumen, dan pengamat konten sudah semakin kabur. (Rice,1999:29). Media baru merupakan bagian dari teknologi komunikasi. Namun, dalam berbagai diskursus tentang media baru, terdapat pertanyaan, bagaimana beberapa media dapat dikategorikan sebagai suatu media yang baru. Pada beberapa tahun silam, telepon seluler merupakan salah satu media baru. Namun seiring berjalannya waktu, media baru bukanlah terbentuk dari perubahan

bentuk fisik suatu media yang telah lama digunakan, melainkan perubahan mengenai metode bagaimana distribusi dan penyimpanan data dilakukan. Internet menjadi salah satu media signifikan yang dapat dikategorikan sebagai media baru. Internet merupakan jaringan elektronik yang dapat menghubungkan penduduk dunia dengan informasi melalui berbagai perangkat. Informasi tersebut pun bentuknya beragam, dari mulai data teks, foto, suara, hingga video.

Media baru telah mengubah bentuk komunikasi massa. Munculnya media baru membawa enam perubahan penting (Denis McQuail, 2011: 153) 1. Digitalisasi dan konvergensi semua area media 2. Meningkatkan interaksi dan konektivitas jaringan 3. Mobilitas dan transfer transmisi dan penerimaan 4. Adaptasi peran publikasi dan publik 5. Munculnya bentuk-bentuk baru portal media 6. Pemisahan dan pengaburan institusi media. Penggabungan teknologi dalam satu alat karena tiga alasan, yang pertama teknis, peralatan teknis memungkinkan untuk digabungkan. Kedua, perangkat lunak yang menggunakan sistem kompatibel

satu sama lain. Ketiga, persaingan di pasar memaksa produsen untuk mengembangkan produk dengan berbagai fungsi. Semula ditujukan hanya untuk mencetak, kini printer dilengkapi dengan fungsi salin dan pindai. Dahulu handphone hanya digunakan untuk komunikasi, saat ini sudah dilengkapi dengan fungsi foto, video, musik, internet dan game. Kedua, kita beralih dari kelangkaan media ke kelimpahan media. Sebelum perkembangan teknologi komunikasi yang pesat, masyarakat hanya menerima informasi dari media cetak, radio dan televisi. Pada tahun 2012 media kembali meningkat dengan hadirnya internet. Dengan munculnya internet, orang memiliki akses ke berbagai media, baik cetak maupun elektronik. Ketiga, kita menyaksikan pergeseran dari tujuan kepuasan khalayak kolektif ke kepuasan kelompok atau individu. Media tradisional telah menghasilkan produk mereka untuk menjangkau khalayak dari semua latar belakang. Kehadiran internet dan TV kabel mendefinisikan kelompok sasaran, yang membutuhkan perspektif untuk menciptakan produk yang cocok untuk media baru. Produk komunikasi harus dibuat sesuai dengan jenis media yang digunakan. Ini dilakukan untuk

menyenangkan media. Produk iklan yang ditujukan untuk televisi layanan masyarakat harus dipisahkan dari produk iklan yang dipublikasikan di internet atau televisi kabel. Keempat, kita beralih dari media sekali pakai ke media interaktif. Media cetak dan elektronik hanya menyampaikan pesan sepihak dari produsen kepada masyarakat. Sehingga pembaca atau penonton tidak memiliki kesempatan untuk memberikan feedback langsung kepada pengelola media. Reaksi media cetak dan elektronik pun tertunda. Teknologi komunikasi baru membuat hubungan antara produsen media cetak dan publik secara bersamaan menjadi dua arah. Peran keduanya bisa berbeda satu sama lain, sehingga media pers terdepan menjadi medium satu saat dan medium berikutnya. Ditto untuk pembaca yang bisa berganti peran medium dan medium.

#### **D.Kesimpulan**

Revolusi teknologi komunikasi telah melahirkan teknologi dan aplikasi yang memenuhi semua bentuk komunikasi dari komunikasi interpersonal, komunikasi interpersonal, komunikasi kelompok dan komunikasi massa. Teknologi komunikasi telah

memungkinkan untuk mengirim semua pesan melalui berbagai bentuk komunikasi. Beberapa teknologi komunikasi menghilang dengan cepat, yang lain bertahan. Beberapa media yang lebih tua akan bertahan, tetapi peran mereka akan berubah secara dramatis atau menghilang. Media baru dan media tradisional menjual konten informasi untuk didistribusikan kepada publik. Sesuatu yang telah berubah adalah platform dan cara data dikompresi. Data pada media konvensional tidak dapat diolah kembali. Karena pesan yang ditampilkan menyatu dengan materi jaringan yaitu kertas atau pita seluloid. Jika Anda ingin memutar media tradisional, Anda harus membangun kembali produknya. Program televisi atau radio dengan teknologi analog tidak dapat diedit atau diputar ulang. Berbeda dengan media baru yang bersifat digital dan di mana informasi tidak hanya dapat dibagikan dan digunakan, tetapi juga diproses dan diciptakan kembali.

## DAFTAR PUSTAKA

- Media suahya. (2013). Teknologi Komunikasi dan Media, Jurnal Komunikasi, 2(1), 6 – 21
- Ardianto, Elvinaro dan Edinaya, Lukiati Komala, 2004, Pengantar Komunikasi Massa , Rosdakarya, Bandung
- Yofiendi. (2021). Masa Depan Media Massa di Era Digital. Jurnal ilmu sosial, politik dan humaniora, 5(1), 24 – 37
- Amar ahmad. (2012). Perkembangan Teknologi Komunikasi dan Informasi. Jurnal dakwah, 13(1), 137 – 149-