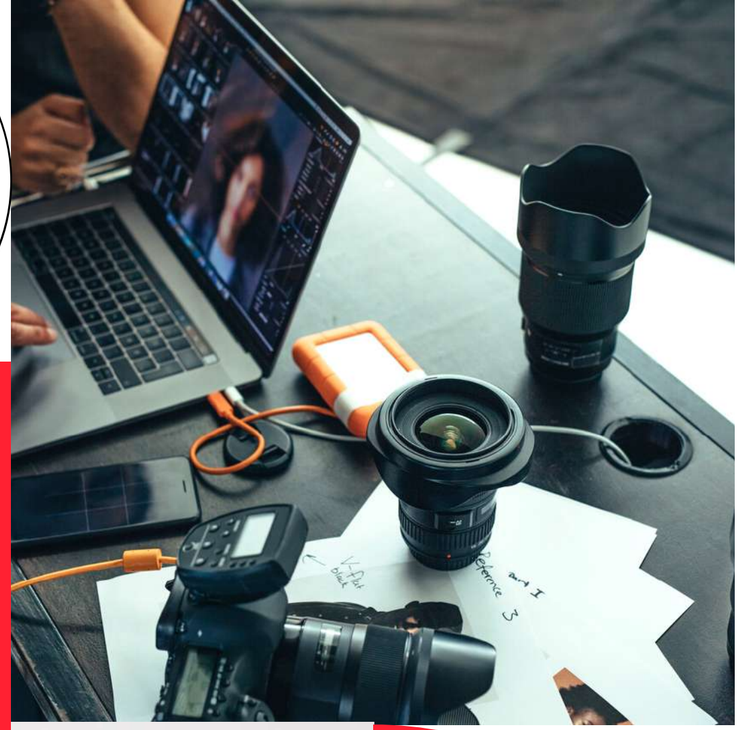


Perkembangan TIK dan Media

PERTEMUAN 4

Hana K. Nurmuhammad

Today's Agenda

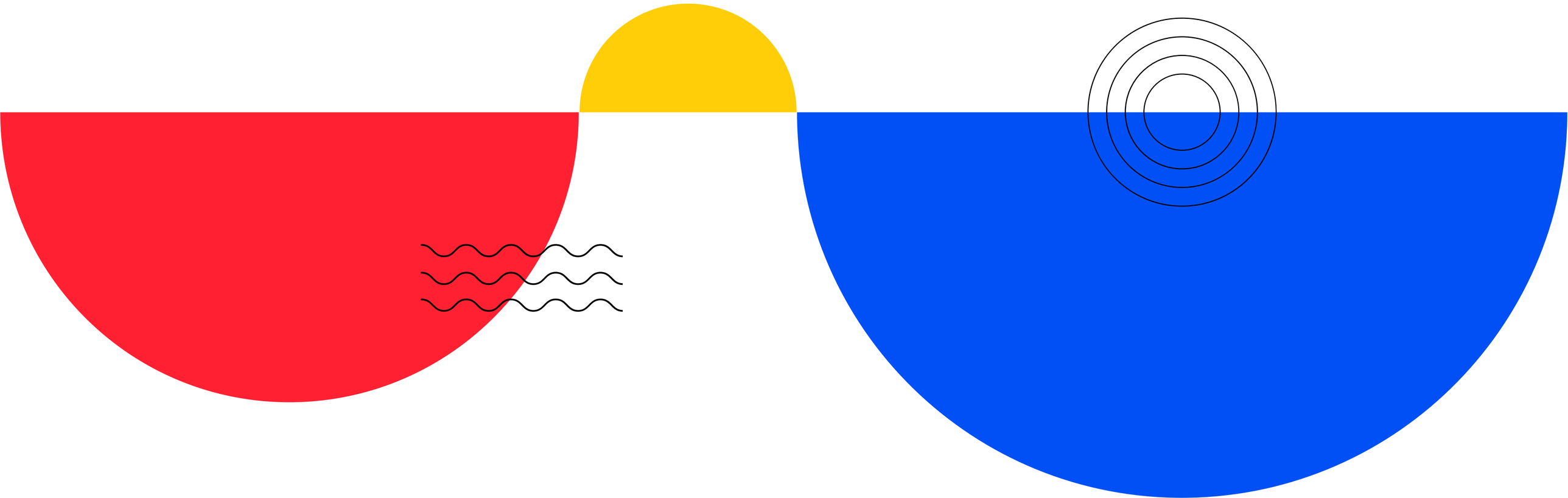
- Perkembangan TIK mengubah media
- Media baru mengubah jurnalisme
- Media baru dan komunikasi pemasaran
- Media baru dan komunikasi politik

O U T C O M E

Mahasiswa mampu menjelaskan perkembangan teknologi komunikasi dapat mempengaruhi media di masyarakat

Bagaimana TIK Mengubah Media?

Sebelumnya kita sudah belajar bahwa perkembangan TIK memunculkan media baru yang inovatif, dinamis, dan interaktif. Tapi bagaimana TIK mengubah media itu sendiri?



Organisasi Media

PERKEMBANGAN TIK MEMPENGARUHI MEDIA DARI SEGI ORGANISASI

- Adanya konvergensi: konten yang sama bisa dilihat di berbagai jenis media. Contohnya, konten di Kompas Cetak bisa dilihat di Kompas.id dan dibahas di KompasTV
- Kebutuhan jurnalis yang *multi-skill*, yaitu jurnalis yang bisa menulis, memproduksi, dan mengedit berita sendiri

Konten Baru

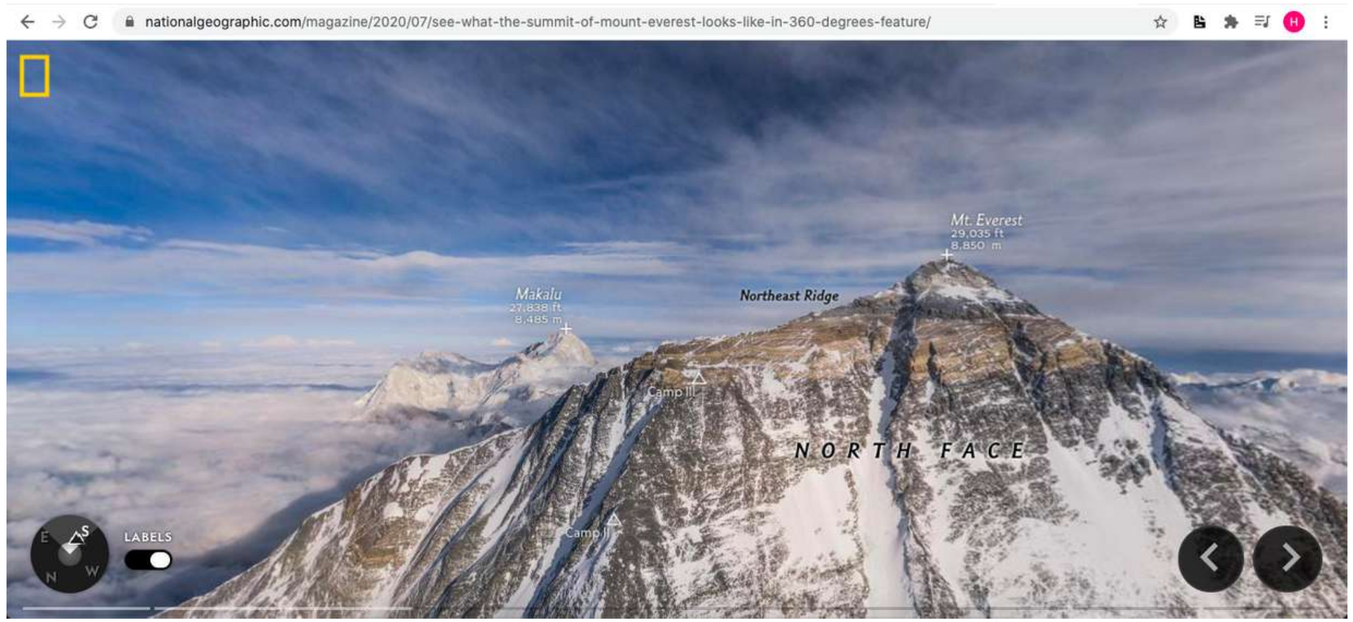
PERKEMBANGAN TIK MEMPENGARUHI MEDIA DARI SEGI KONTEN YANG DIPRODUKSI

- Live blogging: gabungan sosial media dan live news reporting. Contoh: live Tweet, live stream
- Jurnalisme data: analisis data statistik yang dituangkan dalam narasi atau visual. Bisa berupa infografis, artikel, dan lain sebagainya.
- Gamified journalism: penerapan konsep gamifikasi (mekanisme feedback, interaksi, reward) untuk membantun hubungan dengan audiens

Konten Baru

Tirto, 13 Juli 2020

National Geographic 360 Panorama, 2019



https://www.nationalgeographic.com/magazine/2020/07/see-what-the-summit-of-mount-everest-looks-like-in-360-degrees-feature/

Pola Konsumsi

PERKEMBANGAN TIK MEMPENGARUHI MEDIA DARI SEGI POLA KONSUMSI AUDIENS

- Pola konsumsi baru: dominasi media online membuat konsumsi audiens cenderung cepat, atensi menurun, superficial. Banyak menggunakan mobile phone
- Hubungan baru: jurnalis tetap ingin mempertahankan fungsi gatekeeper informasi, audiens ingin lebih berpartisipasi, pemilik media ingin mengikutsertakan audiens agar tetap relevan
- Audience analytics: dulu mengetahui siapa audiens hanya dari surat ke redaksi, sekarang menggunakan data.

Media Baru Mempengaruhi Praktek Komunikasi

Media Baru & Jurnalisme

4 ASPEK YANG BERUBAH

TIME

Dulu siklus berita teratur (pagi, siang, malam). Ada proses riset, seleksi, dan produksi yang panjang. Sekarang menjadi timeless, siklus konstan, *never-ending*.

Jurnalisme sebagai investigasi → jurnalisme sebagai publikasi

MARKET

Adanya fragmentasi audiens (golongan audiens terpecah berdasar media yang dipilih).

Ada kecenderungan audiens untuk selalu ingin menikmati berita secara gratis. Pemilik media menjawab tantangan dengan mengurangi jumlah jurnalis.

SIAPERA, 2012

Media Baru & Jurnalisme

4 ASPEK YANG BERUBAH

OTONOMI JURNALISTIK

Jurnalis dulu sebagai gatekepeer informasi, *watchdog,* memberikan informasi untuk kepentingan umum.

Media Baru membuat semua orang bisa mengeluarkan opini, kritik, "selayaknya" jurnalis, hingga otonomi jurnalistik menjadi semakin sulit.

PERUBAHAN BUDAYA PENULISAN

Dulu konsumsi media mengikuti jadwal tertentu. Pola baru, orang melihat berita sekilas di waktu kerja. Ini mengubah bagaimana berita diproduksi/ditulis.

Perubahan budaya penulisan: ada upaya kolaboratif, kolektif dalam penulisan.

SIAPERA, 2012

Media Baru dan Komunikasi Pemasaran

ONLINE MEDIA MONITORING

Dulu, media monitoring dilakukan secara manual dengan membeli berbagai media cetak. Sekarang, bisa menggunakan aplikasi seperti MediaToolkit

ONLINE CAMPAIGN

Brand campaign yang dilakukan secara online. Tren saat ini mengedepankan respon otentik kepada audiens/konsumen.

ONLINE PRESS ROOM

Saat ini siaran pers bisa dikompilasi dalam satu bagian di website brand, sehingga memudahkan jurnalis untuk mengakses informasi.

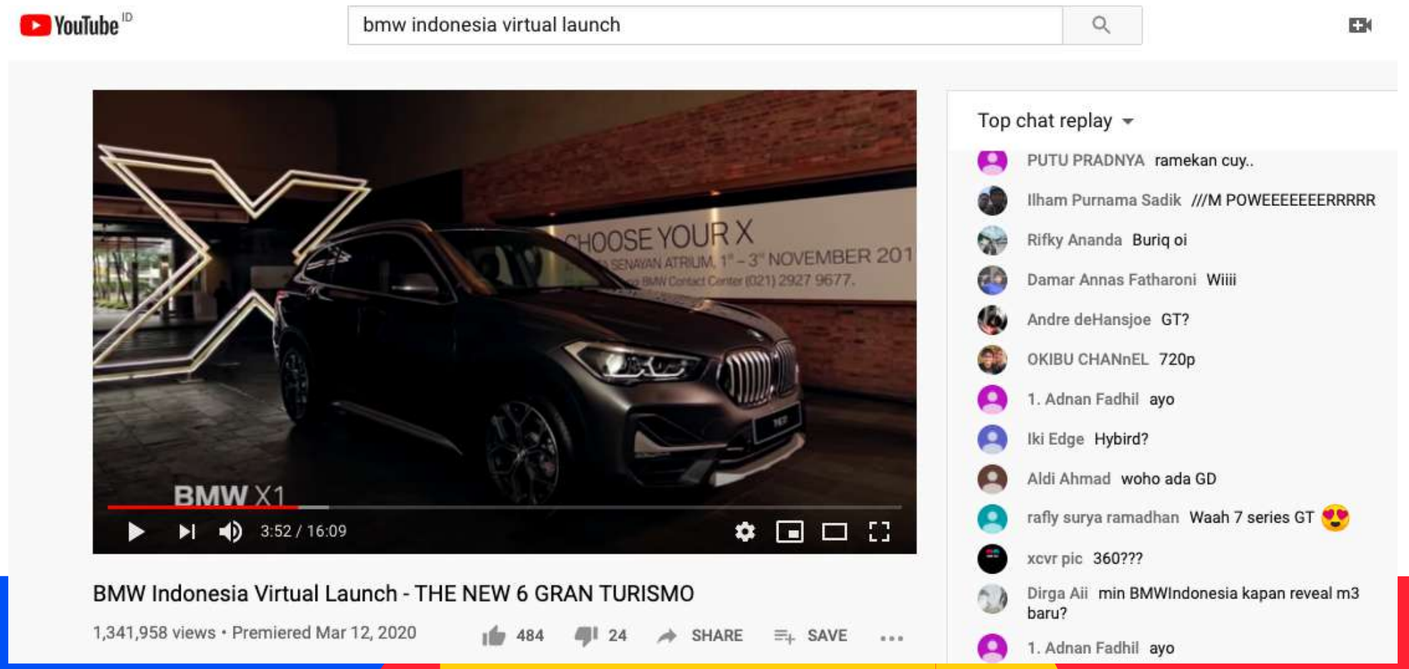
VIRTUAL LAUNCHING

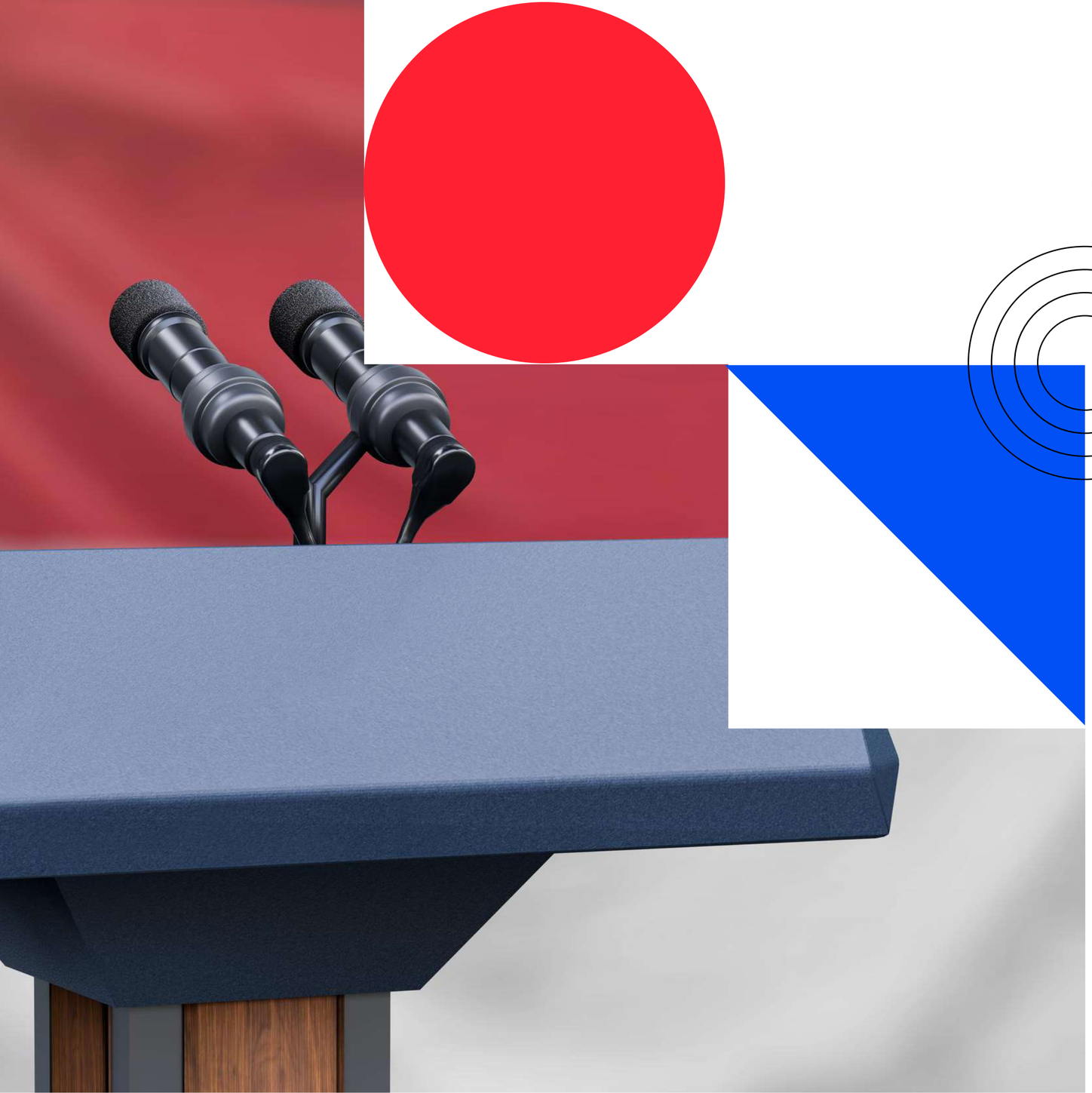
Acara launching produk dan tanya jawab melalui live streaming. Populer selama masa pandemi.

Media Baru dan Komunikasi Pemasaran

"Nuggets for Carter", Wendys, 2017

BMW Indonesia Virtual Launching, 2020





Media Baru dan Komunikasi Politik

- Konstruksi citra politik dalam sosial media
- Pejabat dan institusi pemerintahan mengkomunikasikan citra dan pandangan lewat sosial media
- Masyarakat bisa menyuarakan aspirasi ke pejabat dan institusi pemerintahan
- Ada pola timbal balik yang mungkin terjadi

STUDI KASUS

Media Baru dan Komunikasi Politik

Bambang Brodjonegoro adalah Menteri Keuangan 2014-2016, Menteri PPN 2016-2019, dan saat ini menjabat sebagai Menteri Ristek 2019. Meski kiprahnya di dunia pemerintahan sudah tergolong lama termasuk menteri yang belum lama menggunakan media baru untuk berkomunikasi (@bambangbrodjonegoro).

Bayangkan dirimu sebagai Tim Sosial Media Menteri Bambang Brodojonegoro. Apakah media baru (terutama sosial media) termasuk efektif untuk mengkomunikasikan citra politiknya? Jika ya, berikan alasanmu. Jika tidak, berikan saran, media apa saja yang cocok untuk mengkomunikasikan citra politiknya?

Pikirkan jawabanmu dengan mengacu pada karakteristik media baru.

Referensi

Siapera, E. (2017). Understanding new media. Sage.

Straubhaar, J. D., LaRose, R., & Davenport, L. (2010). *Media now: Understanding media, culture, and technology.* Boston, MA: Wadsworth Cengage Learning.

Thanks for being here!

hana.krisviana@upj.ac.id