

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Landasan Teori

Pengertian Komunikasi Massa

Kedudukan manusia tidak lepas dengan adanya makhluk sosial yang mampu berkomunikasi, interaksi dan bersosialisasi. Dengan melakukannya komunikasi manusia saling dapat bertukar sebuah informasi yang ada sebagai pendapat bahkan pengalaman, komunikasi sangat memiliki peran terpenting dalam hubungan antara manusia satu dengan manusia yang lainnya.

Komunikasi menurut kamus KBBI (Kamus Besar Bahasa Indonesia) ialah sebagai proses penerimaan sebuah informasi atau pengiriman anantara satu orang maupun lebih sehingga pesan dapat mudah dipahami dengan baik dan benar. Gambaran secara umum komunikasi adalah sebuah proses kegiatan dalam upaya penyampaian pesan atau sebuah informasi dari komunikator kepada komunikan, isi pesan yang ada dapat disampaikan dengan berupa lembaga lembaga yang memiliki arti dan makna (Luthfi, 2019:11).

Menurut Debby Mulyana (Mulyana, 2013 : 80-83) komunikasi dapat di klarifikasikan kedalam beberapa jenis sesuai dengan tingkatannya ataupun levelnya. Anantara lain :

- a) Komunikasi interpribadi (Komunikasi intrapersonal) yaitu komunikasi dilakukan dengan cara diri sendiri baik secara sadar maupun tidak sadar. Contohnya ketika kita berfikir.

- b) Komunikasi antar pribadi (komunikasi interpersonal) yaitu komunikasi yang dilakukan dengan orang-orang yang mungkin setiap pesertanya menangkap sebuah reaksi kepada orang lain secara langsung, baik secara verbal maupun nonverbal. Contoh ketika kita melakukan wawancara kepada narasumber.
- c) Komunikasi kelompok yaitu sekelompok orang yang memiliki tujuan yang sama yaitu berinteraksi satu sama lain untuk mencapai tujuan yang sama dengan mengenal satu sama lain dan dapat memandang mereka sebagai kelompok dari kelompok tersebut. Contohnya tetangga, teman
- d) Komunikasi publik yaitu komunikasi yang dilakukan oleh seorang pembicara dengan jumlah yang besar atau khalayak yang tidak dapat dikenali satu persatu. Sebagai contoh pidato
- e) Komunikasi organisasi yaitu terjadi dalam sebuah organisasi baik bersifat formal maupun tidak formal serta terdiri langsung dengan jaringan yang besar daripada komunikasi kelompok. Contoh rapat pada sebuah perusahaan.
- f) Komunikasi massa yaitu komunikasi yang menggunakan perantara media massa baik koran, majalah ataupun elektronik serta dapat diolah oleh sebuah lembaga atau orang yang dilembagakan dengan tujuan kepada sejumlah besar khalayak.

2.2 Media Konvensional

Media Konvensional menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia adalah media yang mengidentifikasikan dirinya sebagai alat komunikasi seperti surat kabar, televisi, spanduk, majalah dan lain-lain. Association for Communication Technology and Education (AECT) mendefinisikannya sebagai bentuk yang

digunakan oleh faktor manusia untuk mendistribusikan informasi. Bagi Asosiasi Pendidikan, definisi media lebih tepat dalam artian manipulasi yang dilihat oleh suatu objek, dilihat, didengar, dibaca oleh alat-alat yang sudah ada dengan baik.

Dari pengertian di atas, maka konsep media dapat dipahami sebagai alat atau medium yang dapat digunakan oleh masyarakat baik dalam hal penyebaran informasi berita maupun sebagai alat untuk memperoleh wawasan, wawasan atau pemahaman terhadap suatu informasi. Media dapat menyebarluaskan informasi yang biasa digunakan kepada masyarakat dalam bentuk surat kabar, majalah, radio, film dan televisi. Dengan munculnya orang-orang seperti itu, pola kehidupan sosial berubah dalam hal pengumpulan informasi. Dari kemunculan koran atau koran hingga kemunculan kembali era elektronik ini, sehingga masyarakat tidak bisa lepas dari arus informasi.

Namun tidak dapat dipungkiri bahwa kemunculan media telah disertai dengan perubahan kehidupan masyarakat perkotaan, yang menyebabkan terus berkembangnya model sosial dan gaya hidup, sehingga menciptakan media baru, yaitu media baru. Misalnya radio, film, dan televisi. Dalam media, kesadaran masyarakat disebut juga media tradisional. Kata konvensional dalam kamus bahasa Indonesia dapat diartikan sebagai kebiasaan tradisional masyarakat, sehingga dapat diartikan sebagai arti tradisional, juga dikenal dengan arti tradisional. Pertama kita mendapatkan beberapa informasi berita dari masyarakat seperti surat kabar, majalah, radio, film dan televisi.

1. Surat kabar

Surat kabar adalah media massa dalam bentuk cetak yang memuat berita atau informasi harian atau mingguan. Surat kabar atau surat kabar saat ini pasti memuat hal-hal penting dalam kehidupan masyarakat yang tidak diliput oleh media massa lain, namun surat kabar dapat mengatur untuk menjadikan berita sebagai hal yang menarik, selain untuk dibaca.

Surat kabar memiliki sejarah yang sangat panjang yaitu jurnalistik sebagai media massa tertua pada masanya sebelum bioskop, radio dan televisi. Namun jurnalisme hanya bisa dinikmati oleh mereka yang terbuka terhadap informasi atau yang membaca dan menulis. Pasalnya, media massa pers hadir dalam bentuk bahan cetak atau tulisan. Buta huruf sehingga yang buta huruf tidak dapat menemukan informasi di koran.

Revolusi pers saat ini berkembang ketika Johann Gutenberg pada tahun 1450 di Jerman secara tidak sengaja mengungkapkan mesin cetak. Namun, surat kabar cetak pertama muncul pada abad 17. Sebagai contoh sejarah, surat kabar tertua adalah Nofying Scritte di Venesia, diterbitkan pada tahun 1566.

Francis menciptakan surat kabar terbitan pertamanya pada tahun 1631, the Gazette de France, yang diterbitkan oleh seorang dokter bernama Théopraste Renaudof. French Gazette milik Raja Louis XIII dan Kardinal Richelieu. Theopraste paling dikenal sebagai gagasan dari biro iklan Address Bereau. Majalah abad ke-17 ini memiliki sirkulasi sekitar 100 hingga 200 eksemplar sekaligus, meskipun Majalah Frankfurter tahun 1680 dulu memiliki sirkulasi 1.500 eksemplar sekaligus.

Benjamin Franklin pada tahun 1721 Amerika Serikat mendirikan surat kabar *Gazette Pennsylvania* dengan ciri-ciri surat kabar yang memiliki independensi redaksional dalam kebijakan pemberitaan. Benjamin Day pada tahun 1833 mendirikan *New York Sun*, yang cukup terkenal dengan julukan *Pennys Press*, yang harganya relatif murah sehingga kalangan bawah pun mampu membelinya.

Di era orde baru saat ini, surat kabar di Indonesia harus memiliki izin di bidang penerbitannya, yang masih berlanjut di bawah orde baru. Dimana setiap surat kabar menulis informasi atau berita yang tidak dihargai oleh pemerintah, maka izinnya akan dicabut oleh pemerintah karena melanggar janji yang sudah ada. Namun, setelah reformasi, ketentuan SIUUP dihapus atau dicabut, yang mengakibatkan peningkatan tajam dalam jumlah publikasi pers di Indonesia. Pada tahun 2000, diperkirakan akan ada sekitar 20.000 penerbitan surat kabar yang tersebar di seluruh Indonesia.

Surat kabar yang ada di Indonesia bisa dikatakan sebagai penyebaran sebuah informasi berita yang sangat tua atau bisa dikatakan paling tua sekaligus klasik dibandingkan dengan media massa yang lainnya karena surat kabar hanya bisa mengandakalan cetakan dan tulisanyang telah melewati revolusi yang sangatlah panjang. Sekarang ini ada banyak referensi mengenai surat kabar yaitu munculnya surat kabar pertama kali baik di negara eropa ataupun Indonesia. Meski dengan demikian surat kabar telah menjadi bagian terpenting dalam masyarakat dengan informasi yang cukup lama. Serta kegigihan oleh para pemilik media surat kabar yang ada di Indonesia untuk mempertahankan eksistensinya

surat kabar di dunia serta arus informasi yang canggih seperti sekarang ini.

2. Majalah

Majalah adalah media massa yang terbit secara berkala dan bertahap, isi majalah dapat mencakup berbagai sampul surat kabar. Jurnal dapat dibedakan berdasarkan waktu terbitnya dan dapat dibedakan berdasarkan jenis segmen audiens yang dituju. Era pertumbuhan majalah saat ini juga dimulai dengan penemuan mesin cetak Guttenberg, yang didukung oleh sirkulasi yang sangat besar. Majalah Inggris pertengahan abad ke-17 Menjadi bahan bacaan favorit sekelompok bangsawan dan elit. Dan siklus terbitnya majalah berbeda dengan surat kabar yang terbit setiap hari. Terkadang majalah diterbitkan seminggu sekali, sebulan sekali, atau bahkan setahun sekali. Majalah harus memberikan informasi yang tidak cepat terkikis seiring waktu. Oleh karena itu, majalah bukanlah media komunikasi massa, majalah tidak hanya memiliki pandangan tajam tentang segmentasi audiens, tetapi juga dapat menjadi bagian dari audiens itu sendiri secara mendalam. Berita dalam majalah bukan hanya berita surat kabar, tetapi bukan cerita novel, tetapi kesatuannya. Pemberitaan di majalah merupakan berita yang lebih mendalam dan fitur yang meningkatkan kemanusiaan, menceritakan fakta yang ada dengan gaya penceritaan yang menarik namun tidak membosankan.

Majalah dapat menyajikan informasi yang ditargetkan secara spesifik, yaitu memberikan informasi kepada khalayak tertentu, seperti yang dikatakan Apriadi Tamburaka, majalah tersebut mengklaim kini mampu membentuk dan mempengaruhi budaya budaya dengan membentuk trending terms dari unsur

budaya yang ada, seperti fashion. Dan mode. Sehingga majalah tersebut dapat menjadi pelopor dalam masyarakat dan khalayak yang lebih luas dari perubahan budaya yang sangat kuat dan mendalam. Hal ini akan membawa majalah tersebut mempengaruhi konsep sampul majalah yang dibuat oleh perusahaan, misalnya majalah Femina memiliki konten tentang kehidupan mode dan kehidupan mode wanita Indonesia.

3. Radio

Radio merupakan media komunikasi massa yang mengandalkan suara dan frekuensi FM atau AM untuk menyebarkan informasi. Transmisi informasi dengan suara menggunakan frekuensi tertentu dimulai ketika Guglielmo Marconi menemukan perangkat yang mampu mentransmisikan sinyal secara nirkabel melalui udara (tanpa kabel). Penemuan ini juga menjadikan Marconi bapak radio.

Menurut Hafied Cangara, yang membedakan radio dengan media massa lainnya adalah radio cepat dan mudah dibawa kemana-mana. Media radio merupakan media yang dapat dinikmati sambil melakukan pekerjaan lain. Mengingat kekuatan ini, radio secara alami merupakan media yang sangat dekat dengan penggemar, meskipun formatnya dirancang sedemikian rupa sehingga pendengar dan penyiar memiliki hubungan yang sangat dekat.

4. Film

Dalam arti sempit, film adalah gambar di layar lebar, tetapi dalam arti luas juga dapat mencakup gambar yang ditampilkan di televisi. Kehadiran film di masyarakat saat ini dapat melalui sejarah yang panjang, seperti kisah penemuan film, dan melibatkan masalah teknis, sehingga cukup kompleks, seperti masalah

lensa dan optik.

Film juga dapat diputar di tempat yang disebut bioskop dengan layar lebar dan suasana gelap. Namun, dengan munculnya televisi, industri film sekarang berusaha mati-matian untuk melindungi film-filmnya dan berjuang untuk membukanya kepada khalayak dan penonton yang lebih luas. Dengan mengupdate sebuah film nantinya, gambar dan suara yang bergerak dapat menceritakan sebuah cerita, untuk memahaminya hanya dibutuhkan keahlian dan bidang tertentu yang nantinya akan dimiliki pemain tersebut.

5. Televisi

Penemuan televisi diprakarsai oleh seorang Jerman bernama Paul Nipkow pada tahun 1884, diikuti oleh Charles F. Jenkins di Amerika Serikat pada tahun 1890. Studinya dimulai dengan mengirimkan sinyal gambar elektromagnetik melalui tabungkatoda pada tahun 1884, diikuti dengan penemuan elektroda. saat ini. . menyetel elektroda pada tahun 1904. dan pelepasan gas neon pada tahun 1917. Berdasarkan temuan kompleks ini, kita dapat melihat manfaatnya. TV dapat menjangkau area luar ruangan yang jauh secara geografis. Hal ini karena televisi menggunakan gelombang radio untuk mengirimkan gambar dan suara.

Saat ini, televisi mengandalkan elemen suara dan visual untuk memiliki daya tarik yang besar yang dapat mempengaruhi kehidupan masyarakat. Kemampuan audiovisual ini memungkinkan televisi menjangkau ruang keluarga masyarakat, yang dapat menentukan pengambilan keputusan masyarakat ketika ingin memutuskan sesuatu. Termasuk bagaimana masyarakat berinteraksi di

sekitarnya.

2.3 Teori Konvergensi

Definisi literal dari konvergensi atau konvergensi berarti bahwa dua atau lebih objek bertemu atau bergabung di beberapa titik waktu. Definisi Secara umum, konvergensi adalah kombinasi layanan dan teknologi yang berbeda dalam bentuk komunikasi dan informasi. Menurut Khomsahrial Romli dalam bukunya Komunikasi Era Paparan Telekomunikasi Tradisional dan Internet itu sendiri. Konvergensi telah menyebabkan berbagai aspek perubahan radikal dalam pemrosesan, distribusi, distribusi, dan pemrosesan semua informasi termasuk gambar, suara, data, dll.

Sedangkan menurut tokoh Agoeng Noegroho dalam bukunya yang berjudul Teknologi Komunikasi menjelaskan model konvergensi yang selalu terjadi antara dua orang atau lebih, dengan model ini nanti kita akan mengarah pada kajian. waktu. sehingga kami dapat menganalisis jaringan secara individual dengan satu klik dan seluruh jaringan. Dalam penelitian ini, ia fokus pada pendapat Khomsahrial Romli, terutama dengan menggabungkan media cetak Ponorogo Pos dan media online Ponorogopos.com. Dari sisi alat komunikasi, era media baru juga ditandai dengan apa yang disebut konvergensi media.

Secara umum, kunci konvergensi adalah digitalisasi, karena semua elemen dan aspek informasi dan data selanjutnya dikonversi dari format analog ke digital. Karena konfirmasi sekarang dikirim dalam format digital khususnya, konvergensi mengarah pada penciptaan produk aplikasi yang sangat mampu

melakukan fungsi audiovisual dan TI. Kemajuan teknologi informasi memungkinkan untuk memfasilitasi kegiatan komunikasi interpersonal yang dipublikasikan secara luas. Dalam catatan Mc Millan (2004), ketika internet muncul di akhir abad ke-21, orang-orang saat itu masih mengidentifikasi alat atau tools saja, dan bukan sebagai media tersendiri dengan kemampuan berinteraksi.

Sifat interaksinya adalah bahwa penggunaan media menuju konvergensi telah melampaui potensi umpan balik, sehingga pendekatan media konvergen sekarang memberikan batasan spasial untuk umpan balik langsung, informasi yang telah dikirim atau diterima. Untuk fitur media massa tradisional, di mana respon tertunda, itu hilang karena kemungkinan interoperabilitas yang ada melalui konvergensi. Dalam konteks yang lebih luas, konvergensi media sebenarnya lebih dari sekadar menunjukkan kecepatan perkembangan teknologi industri, pasar, gaya hidup, dan khalayak. Singkatnya, konvergensi berkembang menuju model keterkaitan produksi dan konsumsi yang berdampak serius di berbagai bidang seperti sosial ekonomi dan budaya. Perubahan saat ini ditandai dengan meningkatnya penggunaan dan dampak luas dari media konvergensi.

Arsitektur konvergen mencakup tiga aspek, yaitu telekomunikasi, komunikasi data, dan komunikasi massa dalam satu media. Secara khusus, konvergensi terjadi pada beberapa tingkatan, yaitu:

- a. Tingkat struktural seperti transmisi data dan kombinasi antara telepon dan komputer.
- b. Tingkat transport seperti TV Web menggunakan kabel Orattat.

- c. Tingkat manajemen berlangganan seperti perusahaan telepon menggunakan perusahaan telepon untuk televisi.
- d. Tingkat layanan (layanan) adalah tingkat layanan, seperti integrasi layanan informasi dan komunikasi di Internet.
- e. Tingkat tipe data, seperti tipe data, teks, suara, atau integrasi gambar.

Adapun dimensi-dimensi konvergensi media adalah sebagai berikut:

1) Konvergensi teknologi

Konvergensi bisa diartikan sebagai proses penggabungan antara media satu dengan yang lainnya. Sebagai industri komunikasi dan komputasi yaitu sebagai penyatu dalam bentuk komunikasi secara termediasi kedalam bentuk wadah digital.

2) Dari analog ke digital

Proses ini adalah dunia yang selalu memanifestasikan dirinya secara fisik, karena setiap efek dari pesan yang dimiliki dalam bentuk suara atau teks, gambar dan suara dapat memiliki jalur penerimaannya masing-masing. Dalam evolusi teknologi ini menuju teknologi digital, suatu media dapat menyediakan semua jenis gelombang pada satu frekuensi.

3) Konten multimedia

Dari segi konten, konvergensi media dapat merujuk pada kemampuan untuk menampilkan berbagai bentuk font konten media hanya melalui aset media tertentu.

4) Kepemilikan

Kepemilikan media saat ini cenderung menghasilkan beberapa kendaraan yang sering digabungkan di bawah judul yang sama.

f. Kolaborasi

Dalam hal kolaborasi, konvergensi juga dapat dicapai melalui pemilik yang berbeda atau jenis media yang berbeda. Konvergensi sering terjadi dalam bentuk berbagi informasi di tingkat presentasi.

g. Koordinasi

Dalam arah sinergi, kendaraan dengan sifat yang berbeda dapat bekerja sama seperti halnya kendaraan yang digabungkan dalam satu atribut. Konvergensi dapat berupa berbagi informasi atau memanfaatkan fitur lain yang menguntungkan kedua belah pihak. Konvergensi media juga memiliki sisi positif, sisi positif, yaitu:

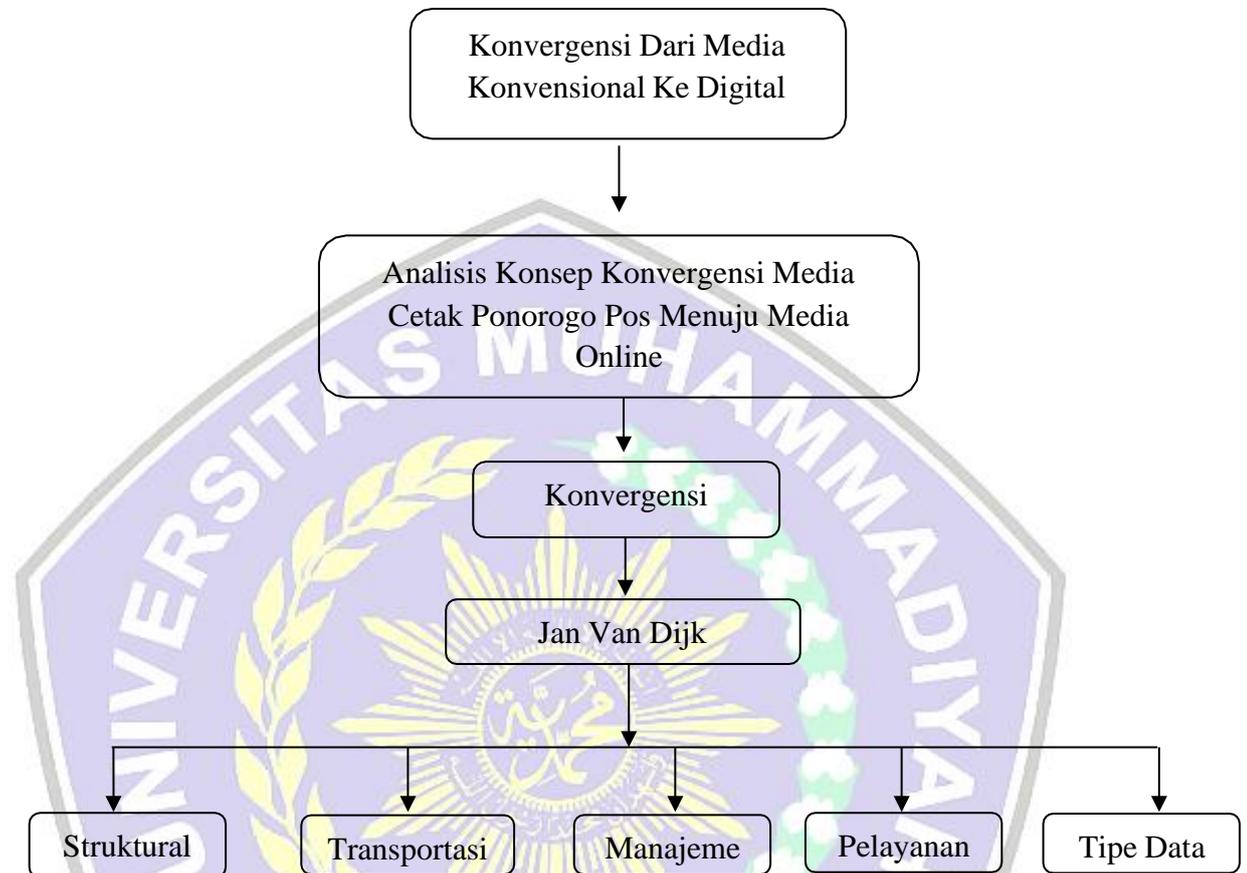
- a) Konvergensi media memperkaya informasi tentang seluruh dunia melalui akses ke Internet.
- b) Memberikan banyak pilihan bagi masyarakat pengguna untuk dapat memilih informasi yang diinginkan sesuai dengan selera masyarakat.
- c) Konvergensi menjadi lebih pribadi.
- d) Lebih simpel, praktis dan efisien. Tidak perlu memiliki dua kendaraan jika ternyata hanya ada satu, tetapi multifungsi.
- e) Munculnya demokratisasi informasi di mana setiap orang dapat secara bebas dan luas mengakses informasi dalam berbagai cara

dan bentuk. dong. Secara ekonomi, konvergensi berdampak pada bisnis dan industri teknologi media karena mengubah perilaku bisnis. Manfaat yang diperoleh dari konvergensi media sangat bermanfaat dan memotivasi bagi perusahaan. Plus, akses mudah ke informasi memudahkan industri dan bisnis untuk memprediksi.

- f) Orang mendapatkan informasi lebih cepat



2.4 Kerangka Pemikiran



Kerangka pemikiran diatas merupakan kerangka pemikiran yang digunakan dalam penulisan ilmiah ini, yaitu tentang analisis konsep konvergensi media cetak ponorogo pos menuju media online. Dalam penelelitan ini peneliti ingin mengathui langkap apa saja yang dilakukan media ponorogo pos dalam mengembangkan media online nya nantinya baik dari proses peluang tantangan serta hambatan yang terkait dalam media ponorogo pos itu sendiri.