



DINAMIKA MEDIA KOMUNIKASI: TANTANGAN, PELUANG, DAN TRANSFORMASI DALAM ERA DIGITAL

Falsya Marchanda¹Tyzhar Akmaluddin²

Komunikasi dan Penyiaran Islam, IAIN Lhokseumawe

Abstrak

Penelitian ini menjelajahi dinamika media komunikasi dalam menghadapi tantangan, peluang, dan transformasi yang terjadi dalam era digital. Penelitian ini mendokumentasikan perubahan cepat dalam ekosistem media, terutama seiring dengan perkembangan teknologi informasi. Analisis mendalam terhadap peran media dalam membentuk opini publik, budaya, dan politik menjadi fokus utama. Tantangan seperti disinformasi dan polarisasi pandangan menjadi sorotan, sementara peluang baru, seperti partisipasi aktif melalui media sosial, juga diamati. Transformasi media yang cepat mendorong pertimbangan kritis terkait etika, regulasi, dan dampak sosial. Kesimpulannya, jurnal ini memberikan wawasan tentang bagaimana dinamika media komunikasi mencerminkan perubahan masyarakat dalam menghadapi tantangan digital, sambil menyoroti peluang untuk inovasi dan pembaruan dalam menyikapi era yang terus berkembang ini.

Kata Kunci: Dinamika, Media Komunikasi, Tantangan, Peluang, Transformasi, Era Digital

PENDAHULUAN

Zaman digital, dimana setiap tindakan manusia dapat dilakukan secara praktis dan efisien. Dinamika media komunikasi dalam era digital menarik untuk diulas dari sudut pandang ilmiah. Meskipun terdapat kendala dalam regulasi politik dan sensor orde baru, era reformasi telah memberikan kebebasan yang luas kepada media massa dalam berbagai aspek, mulai dari perijinan, manajemen, hingga konten. (Alfiansyah, 2021) Perkembangan teknologi internet, radio, surat kabar, televisi, majalah, dan bahkan film konvensional, semuanya berkembang dan beradaptasi dengan kemunculan media online.

Perubahan signifikan juga terjadi dalam perilaku konsumsi media, dengan peralihan dari produk fisik seperti membaca koran, menonton televisi, dan mendengarkan radio, menuju era “handy” dengan menggunakan smartphone. Kehadiran media sosial menjadi tambahan alternatif bagi konsumen atau pengguna untuk menikmati beragam bentuk media. (Sanjaya, 212 C.E.) Terjadi pula perubahan minat pasar yang signifikan, khususnya terkait dengan media yang bersifat digital dan online melalui platform perdagangan online yang dapat diakses kapan saja.

Tujuan penelitian kali ini adalah untuk memantau perubahan media dari komunikasi yang mempermudah penyampaian pesan dan berita dengan cara melakukan perkembangan terhadap media-media yang bersangkutan untuk mempermudah dinamika media dan informasi, dengan adanya perubahan yang lebih baik terhadap media dan komunikasi dapat menimbulkan harapan akan mempermudah untuk mendalami informasi dan menyampaikannya.

Setiap perubahan memiliki dampak dan tentu problematika. Demikian pula dengan konvensional dan beradaptasi dengan meluncurnya media onlinenya, sekaligus mengalami problem perubahan minat pasar atas media konvensional ke media yang serba digital dan online, banyak majalah, surat kabar yang mulai tutup, menonton tv atau mendengar radio tidak harus memiliki media tersebut dengan cara membeli sebuah televisi atau

pun radio, cukup dengan streaming melalui “handphone” maka kita dapat mengakses berita apapun yang terjadi pada hari itu dan saat itu juga. Kelebihan dari dinamika media komunikasi lainnya adalah media massa berkembang dengan dinamika masyarakat yang kompleks dengan kebutuhan informasi yang semakin meningkat. Media pun kini mentransfer informasi menjadi lebih penting dari sebelumnya karena adanya sistem nilai yang berubah. (Onong Uchjana Effendy, 2004)

Tidak sedikit juga peluang yang dapat dimanfaatkan jika kita dapat menguasai media secara kreatif dan inovatif dalam menggunakan media dari komunikasi. Maka dari pemanfaatan teknologi bisa berguna tergantung kepada penggunaannya masing-masing. Jika kita bijak dalam menggunakan media, itu bisa menjadi timbal balik ke diri kita sendiri.

Kemampuan media komunikasi dalam era digital memungkinkan akses mudah terhadap berbagai informasi tanpa dibatasi oleh waktu dan keadaan. Fenomena ini menciptakan lingkungan di mana individu dapat dengan cepat dan efisien mendapatkan pengetahuan dari berbagai sumber, memperluas wawasan, dan memungkinkan keterlibatan yang lebih aktif dalam perkembangan informasi global. Dalam konteks ini, media menjadi pendorong penting bagi akses universal terhadap pengetahuan di masyarakat saat ini.

METODELOGI

Metodologi ini bertindak sebagai dasar yang menyelenggarakan dan mengumpulkan data relevan dalam suatu penelitian atau pengkajian. Tujuan utamanya adalah memecahkan beberapa pokok masalah dengan merujuk pada sumber-sumber pusaka yang berkaitan dengan tema pengkajian.

Pendekatan yang diambil melibatkan metode pengumpulan materi dan forum diskusi, yang dilakukan melalui berbagai sumber pusaka, termasuk buku, jurnal, dan artikel yang tersedia di berbagai platform digital. (Nazir, 1999) Penggunaan metode ini diharapkan dapat memberikan

pandangan yang komprehensif dan mendalam terhadap topik yang sedang dipelajari.

Proses pengumpulan materi melibatkan analisis mendalam terhadap informasi yang terdapat dalam buku dan artikel, sedangkan forum diskusi bertujuan untuk mendapatkan pemahaman yang lebih luas dan perspektif yang beragam melalui interaksi dengan berbagai pemikir dan praktisi dalam bidang terkait. (Kholil, 2006) Dengan demikian, metode ini diharapkan dapat memberikan dasar yang kokoh untuk menjawab pertanyaan-pertanyaan penelitian dan mencapai tujuan pengkajian secara holistik.

KAJIAN TEORI

Dinamika Media dan Komunikasi Tantangan, Peluang, dan Transformasi dalam Era Digital

Dinamika media dan komunikasi mengalami percepatan signifikan seiring dengan perkembangan globalisasi di era modern. Teknologi menjadi sarana utama dalam proses komunikasi, membawa sejumlah tantangan dan peluang bagi masyarakat. Kemajuan teknologi media, seperti internet dan media sosial, telah mengubah cara kita berkomunikasi, menyebarkan informasi, dan mengakses konten.

Tantangan muncul dalam bentuk isu privasi, penyebaran berita palsu, dan potensi penggunaan teknologi untuk tujuan yang tidak etis. Di sisi lain, adanya teknologi media juga memberikan peluang untuk berpartisipasi dalam diskusi global, mendapatkan akses ke berbagai sumber informasi, dan memperluas jaringan sosial. (Sari, 2019)

Dengan demikian, sementara dinamika media dan komunikasi menghadirkan beberapa tantangan yang perlu diatasi, terdapat juga peluang yang dapat dimanfaatkan masyarakat untuk berpartisipasi secara lebih aktif dalam lingkup global dan mendukung pertumbuhan pengetahuan serta pemahaman yang lebih luas.

Dalam dinamika tantangan di sini ialah kita harus berpikir secara kritis dan kreatif. Di karenakan peluang berkomunikasi baik di media tulis

serta di media online sangat luas dengan adanya perkembangan pesat dari teknologi sendiri. Tantangan disini ialah bagaimana kita harus membuat suatu topic dalam berkomunikasi menjadi lebih kreatif.

Di tengah dinamika ini, pertanyaan mendasar muncul: apakah kita mengendalikan media internet, atau justru kita yang dikendalikan olehnya? Peran interaktif antara individu dan media menjadi esensial, menuntut kesadaran dan literasi digital agar kita dapat memanfaatkan internet sebagai alat yang memberdayakan, bukan sebagai kendali yang membatasi. Inilah titik sentral di mana tanggung jawab pengguna terhadap konsumsi, (Kemp, 2021) penyampaian, dan penafsiran informasi menjadi krusial dalam era digital ini.

Dengan dinamika media dari komunikasi yang terjadi saat ini, apakah konsumen yang menggunakan media digital telah berubah atas media barunya ?. Ataukah media baru hanya sebatas alat baru saja sementara pola lama masih berlanjut ?.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Kita menyaksikan transformasi besar dalam tantangan, peluang, dan perubahan dalam media komunikasi. Oleh karena itu, penulis akan mengeksplorasi tiga topik penting yang mencakup aspek-aspek signifikan dari dinamika media saat ini. Analisis mendalam terhadap pergeseran ini diharapkan dapat memberikan wawasan yang lebih jelas tentang dampaknya pada masyarakat dan bagaimana kita dapat mengelola perubahan ini dengan bijaksana.

- 1). Tantangan dinamika media dari komunikasi di era digital.
- 2). Peluang dinamika media dari komunikasi di era digital,
- 3). Transformasi dinamika media dari komunikasi di era digital.

A. Tantangan Dinamika Media Dari Komunikasi di Era Digital

Perubahan drastis dalam teknologi digital telah mengubah cara manusia berkomunikasi dan berinteraksi. Meskipun ini membawa banyak

keuntungan, dampak pada interaksi manusia tidak dapat diabaikan.

Masyarakat kini bisa ikut aktif serta secara aktif dalam proses penyebaran informasi. Sisi negatif yang terjadi ialah masyarakat yang mementingkan kecepatan tanpa adanya pengawasan dan kontrol terhadap sebuah informasi, dan informasi yang dihasilkan pun bias beresiko hoaks akan semakin besar.

Pada saat ini penyebaran berita palsu atau hoaks banyak dilakukan oleh oknum yang tidak bertanggung jawab hal ini juga semakin merajarela karena hal tersebut dilakukan karena adanya perubahan dalam menggunakan media online yang mana konsumen bisa leluasa dalam mengakses atau pun membuat berita apapun. (Oknita, n.d.) Dan ini juga merupakan tantangan besar bagi kita dalam hal bagaimana cara menanggapi atau merespon berbagai berita hoaks tersebut dari informasi yang salah dan dibuat hanya untuk mencari sensasi kesenangan sendiri, yang dapat mempengaruhi persepsi ataupun pandangan konsumen media dan berita respon terhadap berita tersebut.

Oleh karena itu komunikasi di era digital harus mampu mengelola dan menyaring informasi-informasi yang dikonsumsi oleh publik agar tetap berkualitas serta bermanfaat, dikarenakan penyebabnya adalah fluktuasi opini publik yang sangat dinamis. Perubahan ini juga terlihat dari cara konten-konten disajikan, seperti video streaming, podcast, potongan reels, dan konten interaktif lainnya. Sehingga itu sangat memudahkan manusia dalam mengakses berita dimana pun dengan hanya menggunakan internet. Bahkan hanya dengan foto serta caption yang mendetail kita dapat mengetahui suatu berita secara rinci pada hari itu juga.

B. Peluang Dinamika Media dari Komunikasi di Era Digital.

Transformasi digital memungkinkan media massa untuk menciptakan konten yang lebih interaktif, partisipatif, dan personal. Dalam pemberdayaan masyarakat media memungkinkan kebersamaan publik dalam isu-isu penting dan gerakan sosial. Seperti mengembangkan

kampanye seperti yang kita ketahui bahwa saat ini sedang menjadi hangat-hantanya ialah pemilu yang sudah dekat. (Khodijah, 2018) Para politikus menjadikan media massa ini sebagai peluang dalam mengkampanyekan para calon legistafinya masing-masing.

Selain hal politik, peluang lainnya juga terbuka pada bidang pendidikan konten edukatif dan kursus online memperluas peluang pembelajaran. Hal ini dapat kita jadikan sebagai peluang dalam dunia pendidikan untuk mncerdaskan bangsa dengan pemanfaatan konten edukasi tersebut sebagai media pembelajaran yang dapat menciptakan dan memancing kreatifitas siswa-siswi dalam menciptakan model pembelajaran yang lebih menarik.

Media digital juga menciptakan Inovasi bisnis model bisnis baru dan peluang pemasaran. Seperti yang kita ketahui Kompas merupakan salah satu media cetak dengan fisik berbentuk koran dan sekarang memanfaatkan peluang dari media komunikasi kini menjadi Kompas.com .

Peluang dalam memahami perilaku konsumen, merancang strategi pemasaran yang efektif. Peluang ini juga menggunakan media sebagai salah satu cara mempromosikan brand atau barang melalui jepretan foto atau pun video dengan membuatnya agar terlihat lebih menarik dan memperluas pemasaran. (Riana & IAIN, 2023) Selain itu peluang yang terdapat di dalam inovasi bisnis ialah terciptanya lapangan pekerjaan yang efisien serta dinamis dalam melakukan pekerjaan tersebut.

Peluang yang bisa dimanfaatkan lainnya ialah ketika kita dapat melakukan suatu pekerjaan yang efisien dan sangat menghemat waktu, maka kita dapat menggunakan waktu itu dengan hal-hal yang dapat menjadikan keuntungan bagi kita. Bisa juga dalam pengembangan skill dan mencari freelance yang dapat dikerjakan dalam waktu kapan saja.

Peluang yang sangat besar dan menguntungkan ialah dapat diambil melalui bidang bisnis. Karena internet telah memudahkan konsumen untuk mencari dan membandingkan produk dengan layanan harga yang dapat dijadikan sebagai strategi marketing jika kita berpotensi menjadikan peluang

ini sebagai keuntungan berbisnis.

Transformasi Dinamika Media dari Komunikasi di Era Digital

Meskipun teknologi computer telah ada selama beberapa dekade, konsep transformasi digital relative baru. Konsep ini hadir pada 1990-an dengan diperkenalkannya internet mainstream. Sejak itu, kemampuan untuk mengubah tradisional media beralih ke media digital. Kita telah mengalami perubahan digitalisasi di semua bidang dalam kehidupan kita.

Transformasi media di era digital ini merujuk kepada perubahan-perubahan yang terjadi pada banyak situasi. Seperti yang kita ketahui, disini saya menyimpulkan beberapa situasi yang sudah terjadi. konvergensi media: Integrasi platform dan konten media yang memungkinkan akses multiplatform, dalam menyampaikan pesan atau berita melalui media masa dibutuhkan partisipasi public. Agar penyampain pesan tersebut dapat tersampaikan dengan baik. Dengan adanya internet Perubahan dalam cara manusia berkomunikasi, mengkonsumsi informasi, dan membentuk identitas sosial mereka menjadi sangat berbeda.

Transformasi lainnya juga terlihat dari harga handphone yang semakin terjangkau dan internet semakin luas. Dan itu memberikan banyak sekali kemudahan bagi masyarakat untuk menggunakan platform media sebagai wadah dalam berkomunikasi.

Kelebihan transformasi yang terjadi di media dari komunikasi ialah semakin tinggi respon dari konsumen terhadap suatu informasi, maka semakin canggih pula pengaksesan informasi yang dapat di telusuri. Secara tidak langsung para wartawan dari media komunikasi tidak hanya memberikan satu sudut pandang saja melainkan dari banyak sudut pandang yang dapat menarik perhatian konsumen dalam mmenelusuri informasi tersebut.

Suatu brand juga memerlukan kecakapan dalam berkomunikasi. Yang dahulunya para seller mempromosikan suatu produk kini telah bertransformasi beralih ke media dari komunikasi.

Dengan membuat video ataupun foto terhadap suatu produk tersebut dan membuat content tersebut terlihat lebih menarik serta menjelaskan berbagai kelebihan di dalamnya. Hanya dengan membuat 1 video yang di olah sedemikian rupa, para brand tersebut bisa mendapatkan pelanggan yang banyak bahkan melebihi dari target pencapaiannya.

Dapat kita simpulkan bahwa dengan media dari komunikasi kita dapat mempermudah pekerjaan yang awalnya kita harus melakukan *face to face* atau *door to door*, kita bertransformasi kepada content dan menjadikannya sebagai peluang dalam berbisnis dan kecakapan dalam komunikasi.

Transformasi media pemberitaan dengan mensinergikan teknologi informasi dan komunikasi cepat latau lambat harus dilakukan praktisi industri media pemberitaan mainstream di Indonesia termasuk media televise.

Tim khusus dibentuk untuk kemudian diberdayakan untuk mengelola akun media sosial tersebut (Twitter: @liputan6.com). Melalui akun ini Liputan 6 dapat menjembatani 386 ribu follower menuju sumber informasi lengkap di portal berita liputan6.com. Di saat yang sama follower dapat menyebarkan informasi Liputan 6 lebih luas lagi, ke jaringan komunitas virtual yang dikembangkan para follower.

KESIMPULAN

Pada media dari komunikasi di era digital terdapat banyak sekali tantangan yang akan dihadapi oleh masyarakat, peluang yang juga dapat diambil oleh masyarakat yang bersifat sangat luas baik dari segi bidang mana pun dan transformasi perubahan yang menjadi kemajuan-kemajuan terhadap media dari komunikasi.

Tantangan signifikan muncul dalam menanggapi berita hoaks yang disajikan untuk mencari sensasi dan kesenangan pribadi, merugikan pemahaman dan persepsi konsumen terhadap media. Respon yang kurang bertanggung jawab dari oknum pelaku dapat mempengaruhi pandangan

masyarakat terhadap kebenaran berita. Oleh karena itu, diperlukan kehati-hatian dan kebijakan dalam menggunakan media. Sementara tantangan ini dapat dianggap sebagai peluang untuk mengasah keterampilan memahami media komunikasi, penting bagi masyarakat untuk mengembangkan kecerdasan dalam menyaring informasi, mendukung literasi media yang lebih tinggi, dan memupuk sikap kritis terhadap berita yang disajikan

Peluang Dinamika Media dari Komunikasi di Era Digital Transformasi digital memungkinkan media massa untuk menciptakan konten yang lebih interaktif, partisipatif, dan personal. Hal ini dapat kita jadikan sebagai peluang dalam dunia pendidikan untuk mncerdaskan bangsa dengan pemanfaatan konten edukasi tersebut sebagai media pembelajaran yang dapat menciptakan dan memancing kreatifitas siswa-siswi dalam menciptakan model pembelajaran yang lebih menarik.

Media baru ini juga memanfaatkan seperti halnya yang terjadi pada media lama. Tetapi hal yang membedakannya adalah cara kita mendapatkannya tidak lagi harus membeli koran atau menunggu setiap minggu untuk menunggu info terupdate saat ini.

DAFTAR PUSAKA

- Alfiansyah, N. M. (2021). ETIKA KOMUNIKASI ISLAMI DI MEDIA SOSIAL DALAM PERSPEKTIF ALQURAN DAN PENGARUHNYA TERHADAP KEUTUHAN NEGARA. *Jurnal Peurawi: Media Kajian Komunikasi Islam*, 4(1), 77–91. <https://doi.org/10.14421/qh.2018.1902>
- Kemp, S. (2021). *Digital Report Indonesia 2020*. Datareportal.
- Khodijah. (2018). *PERAN ARSIPARIS DALAM MENGELOLA ARSIP SEBAGAI SUMBER INFORMASI*. 3(2).
- Kholil, S. (2006). *Metodologi Penelitian Komunikasi*. Citapustaka Media.
- Nazir, M. (1999). *Metode Penelitian* (p. 63). Ghalia Indonesia.
- Oknita. (n.d.). UPAYA PENCEGAHAN PERILAKU NOMOPHOBIADIKALANGAN MAHASISWA IAIN LHOKSEUMAWE. *AT-TABAYYUN Journal Islamic Studies*, 3(1), 10–27.
- Onong Uchjana Effendy. (2004). Dinamika komunikasi. *Buku Komunikasi*, 1–61. <https://opac.perpusnas.go.id/DetailOpac.aspx?id=681478>
- Riana, M. I. I. N. N. E., & IAIN. (2023). *AT-TABAYYUN Journal Islamic Studies*. 1(1), 102–113. <https://journal.iainlhokseumawe.ac.id/index.php/attabayyun/index>
- Sanjaya, W. (212 C.E.). *Media Komunikasi Pembelajaran*. Kencana Prenada Media Group.
- Sari, S. (2019). Literasi Media Pada Generasi Milenial Di Era Digital. *Profesional: Jurnal Komunikasi Dan Administrasi Publik*, 6(2), 30–42. <https://doi.org/10.37676/profesional.v6i2.943>

