

Dinamika Komunikasi Sebagai Ilmu Pengetahuan pada Era Konvergensi Media

Benyamin Imanuel Silalahi

Department of Communication Studies, Faculty of Social and Political Sciences, Gadjah Mada University

noelsilalahi97@gmail.com

Article Information

Submitted :
September 18, 2023

Reviewed:
September 24, 2023

Accepted :
September 30, 2023

Abstract

Media convergence is a concept in the field of communication that is considered to have a significant impact, especially in the contemporary era. As a discipline that examines media convergence, its implications are experienced within the field of communication itself. Many new theories are emerging to address this phenomenon, and old theories must undergo relevance testing. For educational practices, the popularity of communication studies presents challenges for the future in terms of meeting needs. The expected intellectual standards when information flows through various media are increasing. Furthermore, the diversity of issues and new methods offered in the era of media convergence pose new challenges and significance for communication research. The expanding scope of studies, accompanied by the emergence of new fields, raises questions about the scholarly identity of communication that must be addressed by those involved in it.

Keywords : *Communication Sciences, Media Convergence, Theory, Studies, Research*

Abstrak

Konvergensi media merupakan suatu konsep dalam ilmu komunikasi yang dianggap memiliki dampak yang sangat besar, khususnya dalam era kontemporer saat ini. Sebagai suatu disiplin ilmu yang mengkaji konvergensi media, implikasi konvergensi media dialami oleh ilmu komunikasi itu sendiri. Teori baru banyak bermunculan untuk menjawab fenomena dan teori lama harus mengalami uji relevansi. Bagi praktik pembelajaran, popularitas ilmu komunikasi membuahakan tantangan bagi masa depan dalam hal menjawab kebutuhan. Standar intelektual yang diharapkan ketika informasi mengalir melalui beragam media menjadi semakin tinggi. Selain itu, ragam latar belakang masalah dan metode baru yang ditawarkan di era konvergensi media bagi riset ilmu komunikasi membuahakan tantangan dan signifikansi baru. Semakin meluasnya bidang kajian yang beriringan dengan kemunculan bidang-bidang baru membuat identitas keilmuan komunikasi mengalami sebuah pertanyaan yang harus dijawab oleh pihak-pihak yang terlibat di dalamnya.

Kata Kunci: Ilmu Komunikasi, Konvergensi Media, Teori, Pembelajaran, Riset.

PENDAHULUAN

Sejak kemunculannya, konvergensi media merupakan suatu konsep yang mengubah banyak praktik pada komunikasi di era kontemporer. Konvergensi media berbicara tentang proses di mana teknologi baru diakomodasi oleh media, industri komunikasi dan budaya (Dwyer, 2010). Tentu saja media, industri, organisasi, hingga regulasi komunikasi mengalami implikasi yang signifikan dari konvergensi media. Hal ini tidak terkecuali terjadi pada komunikasi sebagai sebuah ilmu. Tidak hanya sekedar menambah kajian dan definisi baru, konvergensi media juga memiliki dampak bagi keilmuan komunikasi itu sendiri. Tulisan ini akan mengeksplorasi konsekuensi yang dibawa oleh konvergensi media kepada ilmu komunikasi. Pertanyaan penelitian dari tulisan ini adalah, bagaimana implikasi konvergensi media terhadap perkembangan ilmu komunikasi pada era konvergensi media. Yang dimaksud dengan ilmu komunikasi adalah komunikasi sebagai sebuah kajian keilmuan/akademik, dan kegiatan-kegiatan yang terlibat dalam proses tersebut.

Berbeda dengan ilmu pengetahuan yang lain, ilmu komunikasi adalah ilmu yang sejak awal keberadaannya sangat dipengaruhi dengan perkembangan media (Wang, 2011). Dengan demikian, konvergensi media memiliki begitu banyak pengaruh yang signifikan pada ilmu komunikasi masa kini. Tulisan ini memiliki tujuan untuk menjelaskan secara komprehensif dampak konvergensi media pada ilmu komunikasi di era konvergensi media. Sebagai sebuah ilmu yang mampu untuk mengkaji perkembangan teknologi komunikasi, khususnya media, memahami dampak tersebut dapat memberikan kontribusi bagi perkembangan ilmu komunikasi ke depannya, untuk menyongsong perkembangan teknologi yang akan datang. Hal tersebut juga menjadi urgensi dari tulisan ini.

Tinjauan Pustaka

Sebelum melihat dampak pada ilmu komunikasi, kita akan melihat apa, bagaimana dan mengapa dari konvergensi media, dan komunikasi sebagai sebuah ilmu pengetahuan, berdasarkan riset-riset yang ada dan literatur terdahulu.

Konvergensi Media

Istilah konvergensi media pertama kali dicetuskan oleh Henry Jenkins (2006), akademisi media yang dicetuskan sebagai bapak konvergensi media (Balbi, 2017), melalui karyanya yang berjudul "*Convergence Culture: When Old and New Media Collide*." Jenkins (2006, dalam Dyer, 2010) menjelaskan bahwa konvergensi media adalah aliran konten melalui beragam platform media, kooperasi antara beberapa industri media, pencarian struktur baru dari pendanaan media yang jatuh pada celah sempit antara media lama dan media baru, dan perilaku audiens media yang sering melakukan migrasi, atau terus berpindah untuk menemukan konten yang mereka inginkan. Dengan kata lain, konvergensi media adalah ketika sebuah konten tidak hanya tersedia secara eksklusif bagi satu media, namun mengalir di berbagai media sehingga muncul perilaku dan pola interaksi baru. Dalam konvergensi, media-media bergabung untuk mencapai suatu tujuan. Hal ini terjadi seiring berkembangnya teknologi, informasi dan komunikasi, sehingga media banyak menerapkan teknologi baru dalam praktiknya. Media baru, digitalisasi dan internet mengambil bagian yang besar dalam isu konvergensi media.

Salah satu dampak dari konvergensi media adalah, konvergensi media mengaburkan batasan geografis dalam mendefinisikan komunitas, yang mengakibatkan perubahan hubungan antara penyampai pesan dan penerima pesan dalam proses komunikasi mereka (Kolodzky dkk, 2014). Hal ini membuat aliran informasi tidak hanya mengalir lebih deras melintasi beragam macam platform media, namun juga menyebar dengan luas dan mudah untuk diakses oleh siapa saja dan di mana saja. Selain

itu, secara jangka panjang konvergensi media juga membuat produksi konten media menjadi semakin sederhana dan mudah (Gasher, 2011), sehingga berdampak pada cara kerja media. Dengan demikian, konvergensi media tidak hanya berbicara tentang sebatas teknologi atau proses, namun juga tentang kultur baru.

Komunikasi Sebagai Ilmu Pengetahuan

Komunikasi merupakan suatu hal yang tidak terpisahkan dari kehidupan bermasyarakat sehari-hari, dan merupakan sebuah disiplin ilmu yang berkembang hingga saat ini. Sebagai sebuah disiplin ilmu, ilmu komunikasi menjabarkan definisi komunikasi, tinjauan teoritis/filosofis, fungsi dan ragam penerapan komunikasi dalam kehidupan sehari-hari, dari level yang terendah hingga yang tertinggi. Berger dan Chaffe (1983, dalam Wiryanto, 2004) mengemukakan bahwa: “komunikasi sebagai sebuah disiplin ilmu mencoba untuk memahami produksi, pemrosesan dan dampak dari sistem simbol dan sinyal dengan mengembangkan teori-teori teruji, yang menjelaskan fenomena-fenomena yang berhubungan dengan produksi, pemrosesan dan dampak-dampak dari penyampaian pesan.” Perkembangan ilmu komunikasi dimulai dari tahun 1950-an.

Ilmu komunikasi dipengaruhi secara signifikan dan merupakan titik pertemuan dari beberapa disiplin ilmu lainnya, antara lain adalah sosiologi, psikologi, politik, bahasa, matematika dan teknik (Wiryanto, 2004). Hal tersebut membuat komunikasi lebih tepat disebut sebagai sebuah *studies*, dibandingkan dengan sebuah sains. Dari ilmu pengetahuan ini muncul kajian-kajian yang bersifat lebih praktis seperti hubungan masyarakat, periklanan, jurnalisme, media, penyiaran, industri hiburan, dan lain sebagainya.

Unsur-Unsur dalam Keilmuan Komunikasi (Teori, Praktik Pembelajaran & Riset)

Sebagai sebuah ilmu pengetahuan, ilmu komunikasi memiliki banyak aspek di dalamnya. Mulai dari proses, teori, model, penelitian, teknik dan beragam hal lainnya merupakan aspek-aspek di dalam ilmu komunikasi. Tulisan ini akan membahas tiga unsur di dalam keilmuan komunikasi, yang kemudian ketiga unsur tersebut akan digunakan untuk menjabarkan dampak konvergensi media terhadap ilmu komunikasi. Ketiga unsur tersebut adalah: teori, praktik pembelajaran dan riset.

Aspek yang pertama yaitu teori, merupakan sebuah aspek yang penting bagi ilmu pengetahuan. Secara umum, teori merupakan sebuah sistem konsep abstrak yang mengindikasikan sebuah fenomena (West & Turner, 2007). Sebagai kumpulan pemikiran yang memetakan secara sistematis bagaimana sesuatu bisa terjadi, teori mengambil bagian penting dalam komunikasi. Teori komunikasi memetakan bagaimana komunikasi bekerja atau beroperasi (Griffin, 2012). Sebagai sebuah ‘kerangka berpikir’, mengetahui teori komunikasi sudah secara langsung dapat mencakup unsur-unsur penting lainnya dalam komunikasi, seperti model komunikasi, level komunikasi, tradisi komunikasi, bahkan etika komunikasi. Teori juga menjadi landasan dari riset-riset yang dilakukan. Oleh karena itu, mustahil untuk tidak menyentuh teori jika berbicara tentang dampak sesuatu terhadap sebuah ilmu pengetahuan.

Yang kedua adalah praktik pembelajaran. Praktik pembelajaran dalam hal ini adalah tentang proses belajar mengajar, atau transfer pengetahuan ilmu komunikasi yang dilakukan di dalam lembaga pembelajaran, khususnya universitas/perguruan tinggi. Ilmu pengetahuan erat kaitannya dengan pendidikan, sehingga hal ini menjadi aspek penting di dalam ilmu komunikasi. Selain itu, pendidikan memberikan sumbangsih yang cukup besar bagi karier dan lapangan pekerjaan dalam bidang komunikasi. Hal tersebut kemudian mempengaruhi minat masyarakat untuk mempelajari ilmu

komunikasi. Dengan demikian, dengan melihat bagaimana dampak konvergensi media terhadap praktik pembelajaran ilmu komunikasi, maka kita dapat mengetahui beragam hal secara bersamaan.

Yang terakhir adalah riset atau penelitian. Sama dengan teori, riset juga merupakan suatu hal yang vital bagi sebuah ilmu pengetahuan. Proses penelitian merupakan sebuah roda ilmu pengetahuan (Wallace, 1971, dalam West & Turner, 2007), di mana dilakukan sebuah metode ilmiah untuk menguji sebuah hipotesis yang kemudian diobservasi untuk menghasilkan sebuah generalisasi empiris (Gruyter, 1971, dalam West & Turner, 2007). Penelitian dilakukan secara terus menerus dalam ilmu pengetahuan agar sebuah ilmu tetap hidup dan relevan. Kemutakhiran sebuah operasionalisasi penelitian dapat menggambarkan sudah di mana posisi sebuah ilmu pengetahuan tersebut. Oleh karena itu, dengan melihat apa yang terjadi pada riset-riset komunikasi, kita akan mendapatkan gambaran yang cukup jelas tentang ilmu komunikasi itu sendiri.

Riset Terdahulu

Terdapat beberapa jurnal dan penelitian yang membahas tentang isu dampak konvergensi media terhadap komunikasi sebagai ilmu pengetahuan. Salah satunya adalah tulisan Jefferson D. Pooley (2011) yang berjudul "*Another Plea for the University Tradition: The Institutional Roots of Intellectual Compromise*". Tulisan ini berbicara tentang tradisi-tradisi kultural dalam praktik pembelajaran bidang komunikasi seperti jurnalisme di dalam perguruan tinggi. Pooley menggambarkan bagaimana tradisi kultural praktik pembelajaran jurnalisme di dalam perguruan tinggi tersebut menghadapi tantangan untuk menghadapi perkembangan zaman, dan harus berulang kali dianggap tidak relevan sehingga mengalami peninjauan ulang. Asosiasi-asosiasi komunikasi yang terlibat di dalamnya juga mendapatkan kritikan terhadap kebijakan dan tindakan yang dianggap tidak peka terhadap dinamika yang terjadi dalam era konvergensi media.

Selain Pooley, Craig Calhoun (2011) di dalam jurnal yang sama juga menulis tentang topik ini dalam tulisannya yang berjudul: "*Communication as Social Science (and More)*". Tulisan ini menceritakan bagaimana komunikasi sebagai sebuah disiplin ilmu sejatinya sudah melebihi ilmu sosial karena begitu banyak cakupan kajian dan bersifat heterogen, akibat perkembangan teknologi dan fenomena-fenomena yang terjadi di era konvergensi media. Calhoun menjabarkan begitu banyaknya bidang yang ada dan mengkritisi batasan yang seharusnya diterapkan oleh sebuah ilmu pengetahuan.

METODOLOGI

Untuk menjawab pertanyaan penelitian, tulisan ini menggunakan metode *desk research* atau studi literatur. Studi literatur sebagai sebuah metode mengumpulkan data-data dari beragam literatur berupa jurnal, buku, artikel dan penelitian tentang topik serupa. Berbeda dengan melakukan *literature review* atau tinjauan pustaka saja, penelitian dengan metode *desk research* mengumpulkan materi dan data dari literatur bukan untuk membangun pondasi bagi riset lapangan yang dilakukan kemudian, namun sebagai bagian dari penelitian utama (Bryne, 2017). Metode ini juga dikenal dengan istilah *secondary research*, karena berhubungan dengan data sekunder, yaitu data-data yang didapatkan dari penelitian yang sudah dilakukan, yang mengumpulkan dan mengolah data primer.

Para peneliti yang melakukan studi literatur tidak terlibat dalam perencanaan penelitian untuk mengambil data primer maupun pengambilan datanya, melainkan peneliti melakukan analisis berdasarkan informasi dan data yang tersedia di dalam artikel yang sudah dipublikasikan, yang adalah hasil pengolahan dari data asli (Church, 2001). Setelah pengumpulan data dilakukan berdasarkan prosedur tersebut, peneliti akan mengategorikan data-

data yang dibutuhkan. Langkah terakhir adalah menganalisis dan menginterpretasi data tersebut untuk menjawab pertanyaan penelitian.

Di dalam penelitian ini, data-data akan dikumpulkan dari sumber-sumber yang relevan, kemudian dikategorisasi dan disajikan secara komprehensif. Dengan demikian, akan muncul diskursus-diskursus yang memberikan pemahaman tentang dampak konvergensi media terhadap ilmu komunikasi. Diskursus-diskursus yang disandingkan tersebut kemudian akan memunculkan pembahasan terhadap pertanyaan penelitian.

TEMUAN DAN DISKUSI

Temuan

Sesuai dengan tinjauan pustaka dan operasionalisasi riset, pencarian data dan penyajian diskursus dilakukan berdasarkan tiga kategori implikasi dalam operasionalisasi tulisan ini, yaitu: (1) implikasi pada teori, (2) implikasi pada pembelajaran, dan (3) implikasi pada riset.

Implikasi pada Teori

Dengan perkembangan media yang semakin pesat, maka teori-teori baru akan semakin banyak bermunculan. Selain itu, adaptasi dan penyesuaian *framework* teori-teori lama yang tersebar dalam spektrum 7 tradisi dalam teori komunikasi juga banyak dilakukan untuk memberikan respon terhadap perkembangan media pada era konvergensi. Dengan berkembangnya dan munculnya teori-teori baru, pendekatan dalam melihat dan memahami media dapat dilakukan dalam berbagai cara. Untuk dapat melihat hal tersebut dengan lebih jelas bagaimana teori dipengaruhi oleh konvergensi media, kita akan melihat pemikiran dari Marshall McLuhan (1964) yang dielaborasi dalam teori ekologi media.

Medium is the Message

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 (West dan Turner, 2007). Teori ini menganggap bahwa akibat perkembangan teknologi, media menentukan substansi dari proses komunikasi. Dengan demikian, teknologi membentuk masyarakat dan memiliki pengaruh yang kuat. Istilah "*technological determinism*" sering digunakan dalam menjelaskan teori ini. Selain itu, istilah "*medium is the message*" (McLuhan, 1964) menjadi slogan terkenal yang identik dengan teori ini. McLuhan menganggap medium memiliki kemampuan untuk mengubah bagaimana kita berpikir mengenai orang lain, diri kita sendiri, dan dunia di sekeliling kita (West dan Turner, 2007).

Sebagai contoh, kehadiran televisi mendefinisikan ulang bagaimana perilaku masyarakat dalam mengonsumsi berita. Cara, waktu dan jenis informasi yang didapatkan tentu saja akan berbeda dengan masa sebelum televisi muncul. Tidak hanya itu, industri, organisasi bahkan regulasi baru pun turut bermunculan, menunjukkan signifikansi dari kehadiran televisi sebagai sebuah teknologi baru di kehidupan masyarakat.

Teori ekologi media memberikan gagasan bahwa media, bukan konten yang dibawa olehnya, harus menjadi fokus studi. Hal ini membawa signifikansi baru pada studi media yang sebelumnya tidak dianggap se-signifikan studi terhadap konten atau komunikator. Pemikiran McLuhan ini juga membawa corak baru dalam kajian ilmu komunikasi. McLuhan bahkan dipercaya telah memprediksi internet, dan teori ini menjadi salah satu cikal bakal dari teori-teori yang dapat menjelaskan konvergensi media. Henry Jenkins, yang mencetuskan konvergensi media juga menerapkan *framework* pemikiran McLuhan dalam melihat fenomena bersinggungannya media lama dan media baru.

Teori-Teori Baru

Dengan dampak besar yang dibawa oleh konvergensi media pada masyarakat, khususnya dalam konteks dunia komunikasi, semakin banyak fenomena yang dapat bermuara pada munculnya teori baru. Penelitian-penelitian komunikasi dilakukan terus menerus dengan terus melakukan deduksi dan induksi terhadap sebuah hipotesis berdasarkan fenomena-fenomena baru (West & Turner, 2008) yang membutuhkan sebuah sistem berpikir yang mutakhir dan relevan. Teori-teori baru tersebut bermunculan seiring dengan perkembangan dan semakin signifikannya konvergensi media, dan tidak jarang juga menghasilkan teori-teori lainnya. Selain karena fenomena, tidak dapat dipungkiri juga praktik riset yang terus-menerus dilakukan dan juga sedang berkembang di era konvergensi merangsang kemunculan teori-teori baru.

Sebagai contoh, kehadiran *fan* (penggemar), *fandom* (kelompok penggemar) dan *prosumers* (gabungan dari produser dan konsumen sebuah produk media), dalam lingkungan media interaktif menghadirkan teori budaya *partisipatif participatory culture*. Teori *participatory culture* melihat audiens yang menjadi penggemar media dapat juga menjadi produser aktif dan manipulator makna (Jenkins, 1992). Selain teori *participatory culture*, terdapat teori-teori yang dikelompokkan sebagai *theories of actual convergence* yang menjelaskan bagaimana media baru dan media lama bertemu (Dwyer, 2010). Beberapa topik utama dari teori-teori ini adalah jaringan konvergensi, merger institusi dan organisasi komunikasi, dan konvergensi konten.

Bagaimana Dengan Teori-Teori Lama?

Teori-teori komunikasi yang sudah ada lama sebelum praktik dan studi konvergensi media marak dilakukan akan menghadapi tantangan ketika melalui uji relevansi. Kekuatan dan relevansi sebuah teori diuji ketika menghadapi tantangan perubahan, khususnya pada ekosistem media. West dan Turner (2007) mengatakan bahwa kita harus terus menilai dan melihat ulang teori-teori komunikasi yang kita miliki untuk melihat seberapa baik mereka dapat menjawab pertanyaan-pertanyaan yang dihadirkan oleh kemunculan teknologi komunikasi baru.

Implikasi pada Pembelajaran

Ketika berbicara tentang proses pembelajaran dalam sebuah ilmu pengetahuan, kita pasti akan membahas tentang program studi atau perguruan tinggi, tempat di mana proses tersebut diterapkan. Bagian ini akan membahas ilmu komunikasi sebagai sebuah program studi pembelajaran ilmu pengetahuan dalam perguruan tinggi, dan melihat konsekuensi yang dibawa oleh konvergensi media dalam konteks Indonesia.

Peningkatan Popularitas Ilmu Komunikasi

Setelah beberapa program studi ilmu pengetahuan terkait mengubah atau menggabungkan diri menjadi ilmu komunikasi, popularitas ilmu komunikasi sangat meningkat di Indonesia. Popularitas ini menunjukkan bagaimana media memengaruhi kehidupan bermasyarakat dan masyarakat semakin menyadari hal tersebut sehingga ilmu komunikasi semakin dipertimbangkan oleh banyak orang. Hal ini terjadi pasca era-orde baru, di mana praktik konvergensi media (yang kemudian memunculkan konglomerasi media) semakin signifikan karena perubahan regulasi dan praktik kebebasan informasi yang berbeda dengan era orde baru.

Menurut catatan Ikatan Sarjana Komunikasi Indonesia (ISKI) sebelum tahun 1998, terdapat 24 institusi penyelenggara program studi atau jurusan ilmu komunikasi yang berada di bawah naungan perguruan tinggi (Senjadja, 2006, dalam Adiprasetyo, 2019). Pasca 1998, berdasarkan data Evaluasi Program Studi Berdasarkan Evaluasi Diri (EPSBED) November Tahun 2009, program ilmu komunikasi berjumlah lebih dari 199 di berbagai perguruan tinggi di Indonesia (Kusrawno, 2010, dalam Adiprasetyo, 2019). Jumlah program studi ilmu komunikasi kemudian terus bertambah hingga hari ini.

Munculnya Bidang-Bidang Baru

Selain dari jumlah, ilmu komunikasi sendiri dikenal dengan studi yang memiliki bidang-bidang seperti penyiaran, periklanan, jurnalisme, hubungan masyarakat, dan manajemen komunikasi. Tidak sedikit perguruan-perguruan tinggi yang membuat bidang ini menjadi jurusan sendiri, baik dalam jenjang S1 maupun D3. Namun fenomena dan situasi yang dihadirkan akibat konvergensi media, khususnya digitalisasi memicu lahirnya bidang-bidang baru (yang juga menjadi jurusan sendiri di beberapa perguruan tinggi) seperti manajemen produksi media, *digital branding*, *digital communications*, dan industri kreatif. Tidak menutup kemungkinan program-program studi yang baru akan terus bermunculan.

Peningkatan dampak internet dan media baru pada masyarakat menjadikan komunikasi sebagai salah satu bidang penting yang mempelajari banyak sekali dimensi kunci dalam perubahan sosial (Calhoun, 2011). Ilmu komunikasi menjadi heterogen tidak hanya dalam bidang-bidang yang dinaungi, melainkan juga dalam model-model organisasional baru dalam industri komunikasi yang diproduksi dari keberagaman tersebut (Calhoun, 2011). Hal ini sekali lagi memperjelas keberagaman dan jumlah besar bidang komunikasi yang ada yang dapat dipelajari. Sebagai respon dari perubahan ini, Wang (2011) mengatakan bahwa ini adalah masa di mana kita tidak dapat lagi yakin seperti media dan ilmu komunikasi tiga tahun ke depan, bagaimana mempersiapkan mahasiswa untuk karier masa depan mereka, atau bahkan bagaimana menamai departemen dan fakultas dalam perguruan tinggi kita.

Dampak pada Praktik Belajar Mengajar

Konvergensi media juga menghadirkan pertanyaan, yaitu apakah pembelajaran di dalam kelas menjadi sumber utama informasi ketika kini kita dapat memilih apa saja informasi yang mau kita akses kapan saja? Hal ini membuat akses mahasiswa pada sumber informasi selain dosen semakin besar. Pembelajaran dan penjelasan tentang teori-teori dapat ditemukan dengan mudah di internet, dalam bentuk artikel, video bahkan aplikasi interaktif.

Batasan geografis akibat konvergensi media juga membuat mahasiswa komunikasi memiliki perspektif global dalam pembelajaran. Kemudahan mengakses sumber pengetahuan/informasi mengubah standar dalam pendidikan. Akses informasi tentang pembelajaran disiplin ilmu pun menjadi semakin mudah dan marak untuk dilakukan. Dengan demikian, ilmu komunikasi menjadi sebuah studi yang semakin bersifat heterogen akibat konvergensi media, karena mempelajari sangat banyak masalah intelektual dan topik empiris yang berbeda (Calhoun, 2011).

Implikasi pada Riset

Riset yang merupakan bagian penting dari sebuah disiplin ilmu juga menerima konsekuensi yang besar dari konvergensi media. Riset dibutuhkan untuk merumuskan sebuah teori. Konvergensi media berarti beragam latar belakang masalah baru dari fenomena-fenomena yang bermunculan hampir setiap saat, sehingga urgensi untuk melakukan penelitian pun semakin tinggi.

Penelitian tentang film misalnya, yang mengalami banyak perubahan cara pendekatan terhadap film itu sendiri di era konvergensi akibat budaya partisipatoris dan konvergensi budaya. Kini film tidak hanya dapat diteliti sebagai sebuah film saja, namun sebagai bagian dari budaya visual (Cartwright, 2002). Dengan demikian, semakin banyak aspek yang harus dipertimbangkan di dalam penelitian film.

Selain itu, konvergensi media juga memunculkan metode-metode baru dalam riset. Banyak hal baru yang sebelumnya tidak dapat dilakukan kini dapat direalisasikan melalui teknologi, khususnya media digital. Contohnya, karena konten (yang adalah data dalam riset) tersedia dan mengalir dalam beberapa media, peneliti dapat mengumpulkan data dari jarak jauh dan dengan pilihan waktu yang fleksibel (Holliman, 2010). Metodologi baru dengan kemudahan efisiensi yang ditawarkan oleh teknologi membuka kemungkinan baru membawa riset komunikasi pada standar yang lebih tinggi.

Sebagai contoh, metode etnografi digital atau yang dikenal dengan istilah netnografi marak dilakukan pada era konvergensi. Netnografi merupakan metode penelitian yang memetakan interaksi sosial dalam komunitas digital layaknya etnografi (Kozinets, 1998, dalam Kozinets, 2010). Berbeda dengan etnografi, peneliti tidak perlu terjun secara fisik ke lapangan dan berbaur dengan sebuah komunitas karena seluruh data yang diperlukan, termasuk proses wawancara dapat dilakukan melalui daring.

Diskusi

Data yang ditemukan tersebut memberikan kita pemahaman bagaimana ilmu komunikasi berkembang pesat di era konvergensi media. Di sisi lain, konvergensi media juga mengubah ilmu komunikasi secara signifikan, khususnya dalam hal bidang kajian. Kedua hal ini akan menjadi pokok bahasan dalam bagian pembahasan ini.

Konvergensi Media Membuat Ilmu Komunikasi Berkembang Pesat

Tidak dapat dipungkiri bahwa konvergensi media membuat ilmu komunikasi yang dahulunya (sejak masih bernama ilmu publisistik atau ilmu penerangan) tidak mendapatkan minat yang tinggi menjadi salah satu jurusan terpopuler untuk dipelajari. Hal ini dapat dilihat ketika membandingkan jumlah perguruan tinggi yang memiliki jurusan ilmu komunikasi pada awal mula kemunculannya dan sekarang. Dampak konvergensi media yang juga signifikan bagi kehidupan bermasyarakat membuat semakin banyak orang yang sadar urgensi untuk mempelajari ilmu komunikasi dalam pendidikan formal. Dan tentu saja, kemunculan dan prospek karier-karier era konvergensi media membuat minat untuk mempelajari ilmu komunikasi tersebut semakin meningkat.

Perkembangan teori komunikasi dan munculnya teori-teori baru sebagai jawaban serta respon atas fenomena-fenomena mutakhir di era konvergensi juga menjadi penyebab perkembangan pesat ilmu komunikasi. Teori komunikasi yang ada saat ini dianggap dapat menjawab begitu banyak hal-hal penting dalam kehidupan masyarakat, yang sulit untuk dihindarkan dari terpaan media baru. Hal ini membuat ilmu komunikasi juga diperlukan oleh disiplin ilmu pengetahuan lain dan bidang-bidang pekerjaan lain yang sebelumnya tidak disentuh oleh ilmu komunikasi. Contohnya, bagaimana sekarang sebuah lembaga kesehatan memerlukan pengetahuan dan kompetensi yang memadai tentang media sosial dan konten di internet. Dengan demikian, teori media baru dan kompetensi yang diajarkan di dalam ilmu komunikasi harus dipelajari oleh para akademisi maupun praktisi lembaga kesehatan tersebut. Dan pada era digital ini, dapat dikatakan bahwa hampir semua lembaga ilmu pengetahuan atau bidang profesional manapun membutuhkan pengetahuan yang berasal dari ilmu komunikasi.

Selain itu, konvergensi media dapat dikatakan membawa dampak yang positif bagi riset komunikasi saat ini. Calhoun (2011) mengatakan bahwa ada 3 dampak positif, yaitu: (1) riset komunikasi mendapatkan perhatian yang lebih besar dari investor, akademisi ilmu lain atau perusahaan, (2) peningkatan standar intelektual ilmu komunikasi, dan (3) meluasnya keterhubungan ilmu komunikasi dengan disiplin ilmu lainnya. Riset-riset komunikasi yang mutakhir dan relevan seperti riset audiens, netnografi, dan lain-lain juga menjadi kebutuhan bagi industri dan dunia profesional. Dengan demikian, perguruan tinggi mendapatkan banyak kesempatan dan proyek riset sesuai dengan kebutuhan industri atau pasar. Aliran dana yang dihasilkan dari proyek tersebut akan menambah kapabilitas peneliti dan kualitas dari penelitian.

Ancaman Bagi Identitas Keilmuan Komunikasi

Namun perkembangan pesat tersebut juga datang dengan sebuah ancaman yang signifikan, yaitu jati diri dari ilmu komunikasi itu sendiri. Topik-topik yang dipelajari dalam disiplin ilmu komunikasi di era ini sangat beragam, mulai dari yang sangat mikro seperti penggunaan telepon genggam, hingga yang sangat makro seperti aliran informasi dan pengaruh yang terjadi secara global (Calhoun, 2011). Luasnya bidang yang dapat dikaji membuat ilmu komunikasi menjadi sebuah disiplin ilmu dengan sifat heterogenitas yang cukup ekstrem. Keberagaman ini dianggap belum dapat diintegrasikan dengan baik sehingga sulit untuk mendapatkan dampak yang positif (Calhoun, 2011).

Calhoun (2011) juga menulis sebuah kritikan tentang heterogenitas ekstrim ini dengan menjabarkan beberapa contoh spesifik kegelisahan terhadap hal tersebut, yaitu: (1) sulit untuk menjelaskan secara spesifik kenapa komunikasi menjadi pilihan yang baik untuk dijadikan jurusan, (2) kesulitan menentukan struktur kurikulum pembelajaran, dan (3) banyaknya bidang yang dicakup dan harus dipelajari memunculkan kemungkinan bahwa akan ada banyak pembelajar ilmu komunikasi yang tidak memiliki spesialisasi khusus, namun hanya pengetahuan umum terhadap bidang-bidang yang jumlahnya banyak tersebut. Kemunculan jurusan-jurusan baru seperti *Public Relations*, periklanan dan lain-lain akibat heterogenitas ini di sisi lain juga menggambarkan bahwa banyak orang yang cenderung menghindari poin ketiga dari contoh kegelisahan Calhoun. Jika kompetensi karier dan kemampuan menjadi prioritas utama bagi industri dan pasar, pemahaman terhadap teori-teori utama (*grand theory*) ilmu komunikasi yang merupakan jati diri keilmuannya tidak akan mendapatkan minat yang tinggi untuk dipelajari.

Hal ini menjadi ancaman bagi ilmu komunikasi tentunya. Disintegrasi antar bidang diperparah dengan begitu banyaknya bidang yang dicakup oleh ilmu komunikasi. Ada banyak pembelajar iklan yang menganggap jurnalisme tidak begitu penting atau tidak memiliki hubungan signifikan dengan ilmu periklanan yang dipelajari. Calhoun (2011) membandingkan hal ini dengan disiplin ilmu biologi yang memiliki integrasi yang jelas, sehingga jati diri keilmuannya dapat bertahan dalam waktu yang lama. Hal ini dapat berakibat pada pecahnya bidang-bidang tersebut dalam ilmu komunikasi menjadi sebuah bidang keilmuan/disiplin ilmu sendiri. Hal ini menegaskan betapa pentingnya sebuah limitasi/batasan bagi sebuah disiplin ilmu pengetahuan. Wang (2011) bahkan menuliskan sebuah kritik yang berbunyi demikian: "upaya untuk mendiskusikan keberpusatan dari disiplin ilmu komunikasi pada era ini (era konvergensi media) di mana perubahan dan perkembangan teknologi sangat pesat ibaratkan mencoba untuk menggambar sebuah kereta api yang sedang melaju dengan cepat."

Tantangan serupa juga dihadapi oleh penelitian dalam ilmu komunikasi. Penelitian-penelitian ilmu komunikasi dianggap tidak terintegrasi dengan baik satu dengan yang lainnya, malahan lebih

memiliki hubungan yang jelas dengan disiplin ilmu lain dibandingkan dengan ilmu komunikasi sendiri (Calhoun, 2011). Sifat interdisipliner ilmu komunikasi memaksa peneliti untuk dapat menguasai bidang-bidang di luar komunikasi dalam operasionalisasi risetnya. Sebagai contoh, penelitian tentang kampanye digital keselamatan penerbangan membuat peneliti untuk memiliki pemahaman yang komprehensif tentang regulasi penerbangan dan dunia aviasi.

Penentuan batasan yang jelas dan mengusahakan keberpusatan ilmu komunikasi merupakan kunci untuk mempertahankan jati diri dari ilmu komunikasi. Wang (2011) beranggapan bahwa untuk mendapatkan keberpusatan yang dapat dipertahankan, diperlukan sebuah paradigma dominan yang dapat menuntun dan membingkai seluruh penelitian komunikasi secara efektif. Dengan demikian, teori-teori baru yang berkembang juga memiliki integrasi satu dengan yang lain, hingga pada *grand theory* karena berada dalam naungan paradigma tersebut. Perubahan paradigma menjadi sebuah urgensi bagi ilmu komunikasi dalam menghadapi tantangan yang dibawa oleh konvergensi media.

KESIMPULAN

Konvergensi media jelas membawa dampak yang signifikan bagi ilmu komunikasi, baik terhadap teori, praktik pembelajaran maupun riset. Namun, yang perlu diingat dan digarisbawahi adalah diperlukan upaya untuk membangun paradigma agar kemajuan pesat yang dihadirkan berkat konvergensi media dan perkembangan teknologi informasi tidak malah mengakibatkan disintegrasi pada ilmu komunikasi itu sendiri. Jika hal tersebut dilakukan, ilmu komunikasi akan tetap relevan terhadap zaman dan perkembangan teknologi karena berhasil menjawab tantangan yang dihadirkan. Tulisan ini telah menjabarkan data-data sekunder yang ada sehingga dapat memberikan kita gambaran dan *framework* berpikir tentang konvergensi media dan ilmu komunikasi. Riset-riset mendatang dapat melakukan pengambilan data primer, khususnya pada akademisi, perguruan tinggi dan lembaga riset komunikasi agar mendapatkan pemahaman yang lebih komprehensif dan aktual. Dengan demikian, kontribusi yang diberikan pada disiplin ilmu komunikasi akan sangat positif dan signifikan.

REFERENSI

- Adiprasetyo, J. (2019). Perkembangan Ilmu Komunikasi di Indonesia: Instrumentalisasi Kuasa Hingga Mekanisme Pasar. *Jurnal Pemikiran Sosiologi*, 6(2), 124-149. Doi: 10.22146/jps.v6i2.51583
- Balgi, G. (2017). Deconstructing "Media Convergence": A Cultural History of the Buzzword, 1980s-2010s. *Media Convergence and Deconvergence*, 1, 31-51. Tersedia di https://www.academia.edu/35017931/Balbi_G._2017_.Deconstructing_Media_Convergence_A_Cultural_History_of_the_Buzzword_1980s-2010s
- Bryne, D. (2017). How Does The Literature Review Differ From Doing Desk Research?. *Project Planner*, tersedia di <https://methods.sagepub.com.ezproxy.ugm.ac.id/project-planner/reviewing-the-literature/i354?fromsearch=true>
- Calhoun, C. (2011). Communication as Social Science (and More). *International Journal of Communication*. 5, 1-20. Doi: 1932-8036/2011FEA0002.
- Calhoun, C. (2011). Communication as Social Science (and More). *International Journal of Communication*. 5, 1-20. Doi: 1932-8036/2011FEA0002.
- Cartwright, L. (2002). Film and the Digital in the Visual Studies: Film Studies in the Era of Convergence. *Journal of Visual Culture*, 1, 7-23. Doi: 10.1177/147041290200100102
- Cartwright, L. (2002). Film and the Digital in the Visual Studies: Film Studies in the Era of Convergence. *Journal of Visual Culture*, 1, 7-23. Doi: 10.1177/147041290200100102

- Church, R., M. (2001). The Effective Use of Secondary Data. *Learning and Motivation*, 33, 32-45. Doi: 10.1006/Imot.2001.1098
- [Dwyer, T. \(2010\). *Media Convergence*. New York: McGraw Hill.](#)
- Gasher, M. (2011). *Media Convergence*. April 9, 2020, tersedia di <https://thecanadianencyclopedia.ca/en/article/media-convergence>
- Griffin, E. (2012). *A First Look at Communication Theory*. New York: MacMillan.
- [Holliman, R. \(2010\). *Media Convergence*. Dalam Priest, S \(Ed\). *Encyclopedia of Science and Technology Communication*. California: SAGE Publications.](#)
- Jenkins, H. (1992). *Textual Poachers: Television Fans & Participatory Culture*. New York: Routledge.
- [Jenkins, H. \(2006\). *Convergence Culture: When Old and New Media Collide*. New York: New York University Press.](#)
- Kolodzy, J., Grant, A. E., DeMars, T. R., & Wilkinson, J. S. (2014). The Convergence Years. *Journalism & Mass Communication Educator*, 69(2), 197-205. Doi: 10.1177/1077695814531718
- Kozinets, R. (2010). *Netnography: Doing Ethnographic Research Online*. London: SAGE Publications.
- Kunz, W. M. (2007). *Culture Conglomerates: Consolidation in the Motion Picture and Television Industries*. Maryland: Rowman & Littlefield.
- McLuhan, M. (1964). *Understanding Media*. New York: Mentor.
- Pooley, J., D. (2011). Another Plea for the University Tradition: The Institutional Roots of Intellectual Compromise. *International Journal of Communication*, 5, 1442-1457. Doi: 1932-8036/2011FEA1442
- Wang, G. (2011). Paradigm Shift and the Centrality of Communication Discipline. *International Journal of Communication*, 5, 1458-1466. Doi: 1932-8036/2011FEA1458
- West, R., & Turner, L. (2007). *Introducing Communication Theory: Analysis and Application* (3rd Ed). New York: McGraw Hill.
- Wiryanto. (2014). *Pengantar Ilmu Komunikasi*. Jakarta: Gramedia Widiasarana.