

DIGITALISASI DAN KONVERGENSI MEDIA

DITERBITKAN OLEH:
BALAI PENGAJIAN DAN PENGEMBANGAN KOMUNIKASI DAN INFORMATIKA
BANDUNG (BPPKI)
BADAN LITBANG SDM
KEMENTERIAN KOMUNIKASI DAN INFORMATIKA

DAFTAR ISI

- 85 Konvergensi Media Masyarakat Desa
Agus Ganjar Runtiko
- 93 Dinamika Digitalisasi dan Konvergensi Media Televisi Di Indonesia
Dinara Maya Julijanti
- 103 Cermin Citizen Journalism Di Indonesia
Heni Nuraeni Zaenudin
- 115 Konvergensi Media dan Politik Pencitraan Bangsa
Atie Rachmiatie
- 127 Kebebasan Informasi di Era Media *Online*
Dessy Trisilowaty
- 135 Perkembangan Surat Kabar Digital di Era Konvergensi
Didit Praditya
- 147 Ekologi Media di Era Konvergensi
Haryati

Kata kunci bersumber dari artikel. Lembar abstrak ini boleh diperbanyak tanpa ijin dan biaya

KONVERGENSI MEDIA MASYARAKAT DESA

RURAL MEDIA CONVERGENCE

Agus Ganjar Runtiko

Abstract

Development is always associated with a change for the better. Indonesian territory dominated by rural areas, so development orientation necessarily the village. At the same time, the conditions and trends of the global community lead to media digitization and media convergence phase. The government then took steps to carry out the policy of digitalization and convergence of media in building communities. This is an ironic situation, because the mismatch between government policies to the characteristics of rural communities in general. government should approaching and trying to communicate and explore their indigenous wisdom. It based on the understanding that they know their need better than us.

Keywords: *Communication, Rural Development, Convergence, Digitization*

Abstrak

Pembangunan selalu identik dengan perubahan yang lebih baik. Keadaan Indonesia yang didominasi dengan wilayah perdesaan, membuat pembangunan harus berorientasi ke desa. Pada saat yang sama, kondisi dan kecenderungan masyarakat global mengarah pada tahap digitalisasi dan konvergensi media. Pemerintah kemudian mengambil langkah untuk menerapkan kebijakan digitalisasi dan konvergensi media dalam membangun masyarakat desa. Situasi seperti ini menjadi ironi, karena ketidaksesuaian antara kebijakan pemerintah dengan karakteristik masyarakat desa pada umumnya. Langkah yang hendaknya diambil oleh pemerintah adalah mendekati, berusaha berkomunikasi dan menggali kearifan lokal mereka. Hal ini harus didasari pemahaman bahwa mereka lebih tahu apa yang dibutuhkan daripada kita.

Kata Kunci : *Komunikasi, Pembangunan Perdesaan, Konvergensi, Digitalisasi*

DINAMIKA DIGITALISASI DAN KONVERGENSI MEDIA TELEVISI DI INDONESIA

DIGITALIZATION DYNAMIC AND CONVERGENCE OF TELEVISION MEDIA IN INDONESIA

Dinara Maya Julijanti

Abstract

Technological development in Indonesia quite rapidly, it is influenced by the flow of information and technology in the world. Indonesia society is no longer able to distinguish whether the technology is good or bad, Especially with the development of television in Indonesia, originally there were only five private stations but envolved into eleven local television not included. Dynamics of the news that is informed by television stations sometimes cause confusion to the public, means the development of the technology in Indonesia is not as the actually of the news presented by the manager of the television station. This is needed so that the news media convergence received by public not confusing and ambiguous. Therefore the role of government policy and regulation are needed to regulate broadcast television in Indonesia.

Keywords : *Digitalization, convergence of Media, Television.*

Abstrak

Perkembangan teknologi di Indonesia tergolong pesat, hal ini dipengaruhi oleh arus informasi dan teknologi di dunia. Masyarakat Indonesia sudah tidak bisa lagi membedakan apakah teknologi itu berdampak baik atau buruk. Apalagi dengan perkembangan pertelevisian di Indonesia, semula hanya ada 5 (lima) stasiun televisi swasta namun pada akhirnya berkembang menjadi 11 (sebelas) stasiun belum termasuk televisi lokal. Dinamika siaran berita yang diinformasikan oleh stasiun televisi kadang menimbulkan kebingungan pada publik, artinya perkembangan teknologi yang ada di Indonesia tidak seiring dengan aktualitas berita yang disajikan oleh pengelola stasiun televisi. Oleh karena itu dibutuhkan konvergensi media massa agar berita yang diterima oleh khalayak tidak simpang siur dan

KUMPULAN ABSTRAK

ambigu. Peran dan kebijakan pemerintah sangat dibutuhkan dalam mengatur regulasi siaran televisi di Indonesia.

Kata kunci: Digitalisasi, konvergensi media, televisi.

CERMIN *CITIZEN JOURNALISM* DI INDONESIA

REFLECTIONS CITIZEN JOURNALISM IN INDONESIA

Heni Nuraeni Zaenudin

Abstract

New media citizen journalism community who delivered mounted as an object as well as subject. Citizen journalism born of technological development. Now, the conventional news (print media, radio, and television) has been accompanied by the internet. By connecting through the internet, almost all of the information content in any media, available anytime and anywhere, without the limited space and time as if we used the traditional media. Through the internet, all sorts of computer-based devices can be interconnected to share any type of content information. The development of communication technologies supported by modern press freedom and democracy, is correlated with the current climate "Everyone freely express his opinions". Everyone has a chance to become preachers through writing, video or photos. Everyone can publish journalistic work wherever he is.

Keywords: *Media Convergence, Citizen Journalism, New Media*

Abstrak

New media yang melahirkan *citizen journalism* masyarakat didudukkan sebagai objek sekaligus subjek. *Citizen journalism* lahir dari perkembangan teknologi. Berita dari media konvensional (media massa cetak, radio, maupun televisi) sudah mulai didampingi oleh internet. Dengan terhubung melalui internet, hampir seluruh konten informasi dari media apapun, tersedia kapanpun dan dimanapun, tanpa terbatas ruang dan waktu seperti jika kita menggunakan media tradisional. Melalui internet, segala macam perangkat berbasis komputer dapat saling terhubung untuk saling berbagi segala jenis konten informasi tersebut. Perkembangan teknologi komunikasi didukung dengan kebebasan pers dan demokrasi modern, berkorelasi dengan iklim bahwa

sekarang "Semua Orang bebas mengemukakan opininya". Setiap orang memiliki peluang untuk menjadi pewarta melalui tulisan, video atau pun foto. Setiap orang dapat memublikasikan hasil karya jurnalistiknya dimanapun dia berada.

Kata Kunci: Konvergensi media, *Citizen Journalism, New Media*

KONVERGENSI MEDIA DAN POLITIK PENCITRAAN BANGSA

Atie Rachmiate

Abstract

Convergence has produced a variety of new media, and digital has brought major changes in patterns and behaviors of people's communication, especially in the context of every individual lives, business and economic, political and social culture. The media's position in the context of imaging the nation is in the midst of the political organization and the citizens. The media will be medium of interaction between political organization and the citizens. Building a positive image of a nation will depend on the historical conditions, the real situation and the problems faced by the nation. Therefore, it is necessary to expand the dissemination of the image of the nation that wanted to set up or constructed through the use of information and communication media convergence which governed by regulation.

Keywords: *convergence, media, political imagery.*

Abstrak

Konvergensi telah menghasilkan berbagai media baru, dan digital telah membawa perubahan besar pada pola dan perilaku komunikasi masyarakat, terutama dalam konteks kehidupan individu, ekonomi dan bisnis, politik serta sosial budaya. Posisi media dalam konteks pencitraan bangsa berada ditengah-tengah antara organisasi politik dengan warga negara. Media akan menjadi jembatan interaksi antara organisasi politik dengan warga negara. Untuk membangun citra positif suatu bangsa akan sangat bergantung pada historis, kondisi, dan situasi riil serta permasalahan yang dihadapi oleh bangsa tersebut. Oleh karena itu perlu

KUMPULAN ABSTRAK

memperluas jangkauan penyebarluasan citra sebuah bangsa yang ingin dibentuk atau dibangun melalui pemanfaatan konvergensi media komunikasi dan informasi yang diatur oleh regulasi.

Kata kunci : Konvergensi, Media, Politik Pencitraan.

KEBEBASAN INFORMASI DI ERA MEDIA *ONLINE*

Dessy Trisilowaty

Abstract

The rapid flow of information is now experienced by our people. The people who are on the two generations, the generations before the emergence of new media, and the generations after the emergence of new media. Both are using the internet at different levels. With their capabilities, people try to filter through all the informations. However, they occasionally also carried away within the complexity of the informations. This occurs because the internet media is in the digital era. The era, where the data in the form of bits could be manipulated so the data is easily reduced and then transferred again. But, there are possibilities that the data also could be added, in some cases of Indonesian actress the data had been altered and distributed. Media literacy and media savvy could be primary provision to face new media that we should be fully alert and also be wise to deal with.

Keyword: *media digitalizaion, new media, internet*

Abstrak

Arus Informasi yang begitu derasnya kini menempa masyarakat kita. Masyarakat yang memiliki dua generasi yakni sebelum kemunculan media baru dan setelah kemunculan media baru. Keduanya menggunakan media internet dengan kadar berbeda. Dengan kemampuan yang dimiliki, masyarakat mencoba menyaring semua informasi yang menerpa. Namun mereka juga terkadang hanyut dengan situasi keruwetan informasi yang terjadi. Hal ini terjadi karena media internet menuju era digital. Era di mana bertemunya data dalam bentuk bit yang dapat dimanipulasi sehingga dengan mudah dapat dikurangi dan kemudian ditransfer. Namun tidak menutup kemungkinan data ditambah, bahkan kasus yang menempa artis

adalah dimodifikasi dan disebarakan. Melek media dan cerdas media, menjadi senjata utama untuk menghadapi media baru yang harus dengan penuh waspada dan bijaksana kita hadapi.

Kata kunci : digitalisasi media, media baru, internet

PERKEMBANGAN SURAT KABAR DIGITAL DI ERA KONVERGENSI

DEVELOPMENT of DIGITAL NEWSPAPERS in the ERA of CONVERGENCE

Didit Praditya

Abstract

Digital newspapers is one of online media that is widely used in the search for and dissemination of information in the era of convergence. In addition to the factors that come from the readers and media organizations that increase the popularity of digital newspapers, the development of internet technology also contributed to the development of digital newspapers, such as the development of online media, the development of mobile devices and smartphones, mobile internet access, mobile network technology (wireless broadband), and the growth of social media networks. In this paper, reviewed the development and use of technology that have been made by several digital newspapers. High popularity makes digital newspaper has great responsibility in presenting and distributing information in accordance with the regulation. Therefore, it is necessary that a comprehensive regulation related to applications, content, technology on digital newspapers and other online media in the era of convergence.

Keywords: *digital newspapers, online media, convergence, internet technology*

Abstrak

Surat kabar digital merupakan salah satu media *online* yang banyak digunakan dalam pencarian dan penyebarluasan informasi di era konvergensi. Selain faktor-faktor yang berasal dari pembaca dan organisasi media yang meningkatkan popularitas surat kabar digital, perkembangan teknologi internet juga turut memengaruhi perkembangan surat kabar digital, seperti: perkembangan media *online*, perkembangan perangkat *mobile* dan *smartphones*, akses *mobile* internet, teknologi jaringan selular (*wireless broadband*), dan perkembangan jaringan media sosial. Pada tulisan ini, ditinjau

KUMPULAN ABSTRAK

perkembangan dan penggunaan teknologi yang telah dilakukan oleh beberapa surat kabar digital. Popularitas yang tinggi menjadikan surat kabar digital mempunyai tanggungjawab yang besar dalam menyampaikan dan mendistribusi informasi sesuai dengan Undang-Undang. Oleh karena itu, diperlukan regulasi yang menyeluruh terkait aplikasi, konten, teknologi mengenai surat kabar digital maupun media *online* lainnya di era konvergensi.

Kata kunci: surat kabar digital, media *online*, konvergensi, teknologi internet

EKOLOGI MEDIA DI ERA KONVERGENSI

MEDIA ECOLOGY IN CONVERGENCY ERA

Haryati

Abstract

The aim of the Media ecology in convergency era study was to analyze the mass media in making use of new media (media online) in order that they are able to converge and complete in an attempt to seize market in order to reap the advertisements and audience in the digital media era in Indonesia. The results reveal that mass media since the distribution of informations does no longer only rely on conventional media but also on online media. The presence of these online media is a part of conventional media aiming to strengthen the media function of media so media so that they could expand the audience networks through a wide

range of distribution of informations. Mass media competition is analyzed by using Media Ecology theory and Niche theory in which the media compete in one another in the same ecological space to obtain the source of life support, i.e. capital, content, and audience.

Keywords: *Media ecology theory, Niche theory, convergency era, mass media*

Abstrak

Studi Ekologi media di Era Konvergensi ini bertujuan untuk menganalisis media dalam memanfaatkan media baru (media *online*) agar mampu berkonvergensi dan berkompetisi dalam usahanya merebut pasar guna meraup iklan dan audiens di era media digital di Indonesia. Kajian ini menunjukkan bahwa konvergensi media massa dapat mengatasi merosotnya jumlah audiens terhadap media *mainstream*. Karena distribusi informasi tidak lagi hanya mengandalkan media konvensional tetapi juga media *online*. Kehadiran media *online* ini juga sebagai bagian dari media konvensional bertujuan untuk memperkuat fungsi media agar dapat memperluas jaringan audiens melalui distribusi informasi yang lebih beragam. Kompetisi media massa dikaji menggunakan teori Ekologi Media dan teori Niche di mana media bersaing dalam ruang ekologi yang sama untuk memperebutkan sumber penunjang kehidupan yakni *capital, content, dan audiens*.

Kata kunci : teori Ekologi media, teori Niche, era konvergensi, media massa

DIGITALISASI DAN KONVERGENSI MEDIA

Perkembangan teknologi komunikasi dan informasi makin hari makin pesat. Teknologi komputasi yang paling mutakhir, mendorong perubahan dalam segala hal. Yang paling terkena imbas dari perkembangan tersebut adalah dunia penyiaran. Untuk mengikuti perkembangan tersebut dunia penyiaran mau tidak mau harus mengikuti perubahan tersebut. Sistem analog yang telah bertahan sekian puluh tahun akan segera tergantikan oleh sistem digital.

Teknologi informasi mutakhir telah berhasil menggabungkan sifat-sifat teknologi komunikasi konvensional yang bersifat masif dengan teknologi komputer yang bersifat interaktif. Fenomena ini lazim disebut dengan konvergensi yakni bergabungnya media telekomunikasi tradisional dengan internet sekaligus. Konvergensi menyebabkan perubahan radikal dalam penanganan, penyediaan, distribusi, dan pemrosesan, seluruh bentuk informasi baik visual, audio, data, dan sebagainya (preston, 2010)

Konvergensi media tidak hanya berdampak di bidang penyiaran saja. Di bidang jurnalistik misalnya saat ini juga mengalami perubahan yang cukup signifikan. Jurnalis masa kini dituntut mampu menyegerakan penyampaian informasi yang diperoleh dan mengirimkannya ke khalayak. Maka, masyarakat sekarang mengenal apa yang disebut sebagai jurnalisme *online*, Abrar (2003 dalam Hermawan, 2009). Teknologi komunikasi terbukti mampu mempercepat pengiriman informasi kepada khalayaknya. Di sisi lain, jurnalisme *online* juga memungkinkan wartawan untuk terus-menerus meng-*update* informasi yang mereka tampilkan seiring dengan temuan-temuan baru di lapangan. Jurnalisme online sekaligus akan mengurangi fungsi editor dari sebuah lembaga pers. Seorang jurnalis online akan memperoleh otonomi yang lebih luas dalam meng-*upload* informasi baru tanpa terkendala lagi oleh mekanisme kerja lembaga pers konvensional yang relatif panjang.

Observasi edisi kali ini seperti biasa menyajikan sejumlah tulisan dengan tema "Digitalisasi dan Konvergensi Media", yang berisi ulasan mengenai perubahan dunia penyiaran dan jurnalistik di era konvergensi. Kehadiran media baru sebagai produk perkembangan teknologi komunikasi dan informasi ini muncul dari konsep desa global

DARI PENYUNTING

(global village) dari McLuhan. Media komunikasi massa modern telah memungkinkan jutaan orang di berbagai belahan dunia dapat berhubungan dengan hampir setiap sudut dunia. Tulisan-tulisan dalam edisi ini mengulas bagaimana media memanfaatkan media baru (media *online*) agar mampu berkorvergensi dan berkompetisi dalam usahanya merebut pasar guna meraup iklan dan audiens di era media digital di Indonesia.

Penyunting

KONVERGENSI MEDIA DAN POLITIK PENCITRAAN BANGSA

Atie Rachmiate
Pascasarjana Universitas Islam Bandung
Jl.Purnawarman No 59, 63 Bandung Telp (022) 4205546 Pes. 107, 109
email : atierachmiate@yahoo.com, HP 081320757564

Naskah diterima tanggal 30 November 2012, disetujui tanggal 14 Desember 2012

MEDIA CONVERGENCE AND NATION'S POLITICAL IMAGERY

Abstract

Convergence has produced a variety of new media, and digital has brought major changes in patterns and behaviors of people's communication, especially in the context of every individual lives, business and economic, political and social culture. The media's position in the context of imaging the nation is in the midst of the political organization and the citizens. The media will be medium of interaction between political organization and the citizens. Building a positive image of a nation will depend on the historical conditions, the real situation and the problems faced by the nation. Therefore, it is necessary to expand the dissemination of the image of the nation that wanted to set up or constructed through the use of information and communication media convergence which governed by regulation.

Keywords: convergence, media, political imagery.

Abstrak

Konvergensi telah menghasilkan berbagai media baru, dan digital telah membawa perubahan besar pada pola dan perilaku komunikasi masyarakat, terutama dalam konteks kehidupan individu, ekonomi dan bisnis, politik serta sosial budaya. Posisi media dalam konteks pencitraan bangsa berada ditengah-tengah antara organisasi politik dengan warga negara. Media akan menjadi jembatan interaksi antara organisasi politik dengan warga negara. Untuk membangun citra positif suatu bangsa akan sangat bergantung pada historis, kondisi, dan situasi riil serta permasalahan yang dihadapi oleh bangsa tersebut. Oleh karena itu perlu memperluas jangkauan penyebaran citra sebuah bangsa yang ingin dibentuk atau dibangun melalui pemanfaatan konvergensi media komunikasi dan informasi yang diatur oleh regulasi.

Kata kunci : Konvergensi, Media, Politik Pencitraan.

Pendahuluan

Dalam kehidupan di era globalisasi informasi, setiap bangsa dalam menentukan berbagai kebijakan dan penyelenggaraan kenegaraan atau kemasyarakatannya tidak terlepas dari isu-isu global. Perkembangan kehidupan “*real-world*” di bidang politik, ekonomi dan sosial budaya sebuah bangsa sangat dipengaruhi oleh informasi tentang apa yang sedang terjadi di dunia internasional. Batas-batas informasi sebuah bangsa menjadi pudar, dengan adanya lintasan *content* media yang begitu cepat dan melimpah ruah keluar-masuk sebuah negara. Di samping, lembaga media sebagai produsen informasi-pun, saat ini kepemilikannya sudah lintas batas antar negara. Sebagai contoh, jatuhnya pialang saham Pengusaha Amerika, dapat memengaruhi harga saham di negara lain. Begitu dominannya informasi yang dibawa oleh berbagai genre dan saluran media saat ini. Konsep globalisasi menurut Arjun Appadurai, 1990 (Downing, 2004) beragamnya aliran di antara negara-negara bangsa, adalah dalam hal : orang-orang (*ethnoscape*), media (*mediascape*), teknologi (*technologyscape*), modal (*finansscape*), and ideas (*ideoscape*).

Perkembangan ini juga tidak terlepas dari revolusi 4 “T” yang melanda dunia, yaitu *Telecommunication, Transportation, Travel and Tourism* serta *Television*. Khususnya di bidang telekomunikasi, perkembangannya luar biasa, kita kenal media *Cellular phone, Digital communication technology (national broadband system), Global Positioning Satellite (GPS), Global Satellite World Map* sudah diterapkan di berbagai negara. Di bidang pertelevisian, banyak negara ASEAN yang sudah memiliki sistem

tercanggih seperti, *Cable television system with hundreds of channels, Satellite television, High Definition TV, Interactive television, Portable television set, atau Programming on demand*. Revolusi ini membawa sejumlah pesan yang melimpah ruah dan setiap saat menerpa para penggunanya. Sehingga membawa perubahan yang signifikan baik secara positif maupun negatif. Suatu isu menjadi mudah tersebar dan menjadi dasar perubahan perilaku di masyarakat. Sebaliknya, isu tertentu, sepeenting apapun, akan dilupakan orang ketika tidak diangkat oleh media.

Banyak hal-hal yang penting dan menarik, luput dari ekspos media, termasuk pencitraan sebuah bangsa. Ketimpangan arus informasi di dunia internasional (Sean McBride, 1999) masih relevan dengan kondisi saat ini, dimana arus informasi dari negara barat lebih kuat dan lebih positif dibandingkan dengan informasi dari negara berkembang. Dengan demikian, citra negara berkembang, termasuk Indonesia, menjadi terpuruk dengan banyaknya informasi negatif yang diekspos media. Tragisnya, citra negatif ini melekat tidak saja bagi warga asing, bahkan bagi warga negara Indonesia sendiri. Kebanggaan sebagai sebuah bangsa, terutama yang direpresentasikan oleh remaja dan generasi pada umumnya, cukup lemah.

Demikian pula hasil Penelitian LIN (Winangsih,2004), menunjukkan bahwa : citra negara Indonesia bagi masyarakat asing terikat dengan intensitas penerimaan informasi dan lokasi keberadaannya, dimana isu yang menerpa secara intens terkait dengan, 1) Keamanan dan ketertiban, 2). Politik, pemerintahan, hukum dan pelaksanaannya, 3).Ekonomi dan perdagangan, 4) Sosial budaya. Untuk

isu Keamanan, Politik dan Ekonomi citra mereka cenderung netral ke arah negatif. Adapun isu sosial budaya cenderung lebih positif.

Dalam konteks ini, terpenting adalah bagaimana unsur-unsur yang terkait dengan media komunikasi dan informasi dalam suatu negara atau negara-negara di dunia harus menerima, memroses, menyebarluaskan dan mengambil keputusan sampai pada bertindak secara efektif dan efisien untuk mencapai tujuan bangsa masing-masing atau tujuan bersama sebagai warga dunia. Mulyana (2008) menegaskan bahwa, “Teknologi komunikasi bisa digunakan untuk tujuan luhur atau tujuan yang jahat, untuk kepentingan penguasa (yang despotik), pengusaha multinasional (yang serakah), individu atau kelompok orang gila kekuasaan, atau kepentingan bersama yang dicita-citakan (pendidikan global, kemakmuran, kebahagiaan)”.

Dengan demikian, teknologi itu sendiri bersifat netral, namun jika melihat kekuatan konvergensi media ini, sebetulnya bisa menjadi peluang (*opportunity*) bagi bangsa kita untuk memanfaatkannya dalam rangka politik pencitraan bangsa. Negara USA secara internal, bukannya tanpa masalah, namun ia bisa memiliki citra sebagai negara maju dan menjadi rujukan bagi negara lain. Melalui berbagai strategi, lembaga propagandanya memasuki pelosok perdesaan di negara tetangga atau negara berkembang, termasuk ke Indonesia. Sebagai contoh mereka menyiarkan *Voice Of America* melalui berbagai acara audio visual yang menarik, dan diputar di televisi nasional, lokal bahkan sampai masuk ke radio komunitas di perdesaan. Untuk tingkat nasional, contoh kasus pemilihan Gubernur DKI

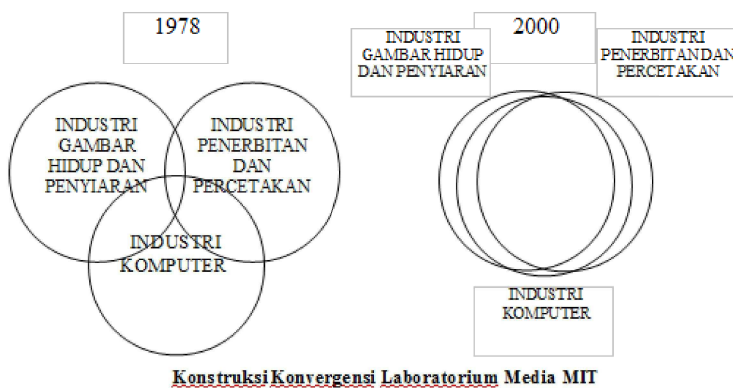
Jakarta, gaungnya menggema di seluruh Indonesia melalui televisi nasional, radio, surat kabar, juga jejaring sosial di internet. Jika hal tersebut bisa dilakukan, mengapa untuk mengangkat citra bangsa, jati diri bangsa, kebanggaan sebagai suatu bangsa, tidak dapat dilakukan melalui konvergensi media?

Konsep dan Kekuatan Konvergensi Media

Konvergensi yang menghasilkan berbagai media baru dan digital membawa perubahan besar pada pola dan perilaku komunikasi masyarakat, terutama dalam konteks kehidupan individu, ekonomi dan bisnis, politik serta sosial-budaya. Definisi konvergensi (Dahlan, 2008) di antaranya : *“Merging of gadgets, type of content, and/or industries, multiple technologies being brought together to form a new product”* (peleburan perangkat elektronik dengan berbagai jenis isi dan atau industri, beragam teknologi yang serempak membawa bentuk produk baru). Sebagai dampaknya, konvergensi menjadikan *“Blurring the lines between commerce, content and consumers”* (memudarnya garis antara komersial, isi, dan konsumen). Kata lain menegaskan adanya : *“Merging of different media ownership in the same market”*. (peleburan dari kepemilikan media yang berbeda dalam pasar yang sama). Pemaknaan dari kepemilikan yang sama untuk berbagai media atau kepemilikan media terpusat, sebetulnya mengingkari *diversity of ownership* yang berkaitan dengan *diversity of content*. Kepemilikan media terpusat *“Intentional use of technology to integrate the device necessary to accomplish certain task”*. (penggunaan teknologi untuk menyatukan perangkat yang diperlukan untuk menyelesaikan pekerjaan tertentu)

Selanjutnya, konsep Konvergensi Media terbagi 2 (dua) Perspektif, pertama dari aspek teknis (*hardware*) yang pada intinya adalah : konvergensi format, semua jenis informasi diproses sebagai komunikasi (diterima, didekoding, disimpan, diolah/dikoding jadi pesan dan dikirim) dalam satu format digital. Kedua, aspek nonteknis (*software & humanware*). Aspek *content* ini justru yang menimbulkan dampak luas pada berbagai bidang kehidupan; di antaranya dampak pada karakter bangsa, bisnis/industri, sistem pemerintahan, pendidikan, transportasi serta sistem regulasi suatu negara.

Bucy (2005) mengutip penelitian MIT bahwa terdapat pergeseran konstruksi konvergensi media yang terjadi pada tahun 1978 dan tahun 2000.



Gambar 1

Perubahan pada gambar di atas tampak jelas, sebelumnya tiga aspek industri yang terkait dengan media masih berjalan sendiri-sendiri, hanya ada sedikit pertautan. Namun pada perkembangan selanjutnya, ketiga industri itu semakin menyatu. Artinya konvergensi ini akan membawa dampak secara internal dalam penyelenggaraan media, maupun pada penggunanya.

Sebagai media pembelajaran, kekuatan internet berdasarkan hasil penelitian menunjukkan bahwa *web (e-learning)* lebih efektif; sama dengan atau bahkan lebih baik dibanding dengan pembelajaran tradisional. Hasil penelitian *Wilfrid Laurier University* (1998), menunjukkan bahwa mahasiswa yang menggunakan *web* dalam pembelajaran terbukti dua kali lebih cepat waktu belajarnya dibanding mahasiswa klasikal, 80% mahasiswa tersebut berprestasi baik dan amat baik, serta 66 % dari mereka tidak memerlukan bahan cetak. Beberapa manfaat yang dapat diperoleh : (a) *Non-linearity* yaitu pemakai (*user*) bebas untuk mengakses (*browse*) tentang objek pembelajaran dan terdapat fasilitas untuk memberikan persyaratan tergantung pada pengetahuan pemakai. (b) *Self-managing* yaitu pemakai dapat mengelola sendiri proses pembelajaran dengan mengikuti struktur yang telah dibuat. (c) *Feedback-Interactivity* yaitu pembelajaran dapat dilakukan dengan interaktif dan disediakan *feedback* pada proses pembelajaran. (d) *Multimedia-Learners style* yaitu *e-learning* menyediakan fasilitas multimedia. Keuntungan dengan menggunakan multimedia, siswa dapat memahami lebih jelas dan nyata sesuai dengan tipe siswanya. (e) *Just in time* yaitu *e-learning* menyediakan kapan saja yang diperlukan pemakai, untuk menyelesaikan permasalahan atau hanya ingin meningkatkan pengetahuan dan ketrampilan. (f) *Dynamic Updating* yaitu mempunyai kemampuan memperbaharui isi materi secara otomatis pada perubahan yang terbaru. (g) *Easy Accessibility/Access Ease* yaitu hanya menggunakan browser (dan mungkin beberapa yang terpasang). (h) *Collaborative learning* yaitu dengan

tool pembelajaran memungkinkan bisa saling interaksi, maksudnya bisa berkomunikasi secara langsung pada waktu yang bersamaan (*synchronous*) atau berkomunikasi pada waktu yang berbeda (*asynchronous*).

Jika melihat peta kekuatan teknologi media, akan timbul pertanyaan mendasar digunakan untuk apa teknologi komunikasi & informasi ini dan untuk kepentingan siapa kemajuan teknologi komunikasi ini? Hidayat (dalam Fidler, 2003) mengemukakan ada 3 kelompok kepentingan ideologi yang mendasari jawaban ini.

Pertama, kelompok Neoliberal atau market fundamentalists menganut pandangan positivistik yang menganggap bahwa teknologi komunikasi adalah realitas yang bebas nilai atau netral, sehingga bisa membawa konsekuensi negatif maupun positif tergantung pada manusia yang akan menggunakan teknologi tersebut. Lebih lanjut ada inkonsistensi dalam ideologi para fundamentalis pasar, yakni manfaat optimal teknologi bisa diperoleh jika perkembangannya diserahkan pada mekanisme pasar. Hal ini jelas bukan lagi sebuah realitas sosial yang bebas nilai dihadapan kepentingan rezim pasar. Contohnya, internet, semula diciptakan secara optimis sebagai elemen utama teknologi pembebasan yang mampu menciptakan *public spheres* dalam pemberdayaan *civil society*. Pada perkembangan lebih lanjut, cenderung menjadi semacam koloni baru bagi raksasa-raksasa kapitalis media. Kondisi ini berdampak pada melebarnya jurang kesenjangan antara pengguna media konvensional bahkan primitif dengan pengguna multimedia. Ideologi kedua berakar dari para penganut Marxisme klasik

yang harus membebaskan teknologi dari jerat sistem kapitalis; dengan pandangan deterministik dan linier. Teknologi yang dikembangkan pada industri kapitalis bisa dijadikan landasan untuk membangun masyarakat sosialis. Pada realitasnya teknologi media terjebak dalam sistem relasi sosial yang hanya menguntungkan pelaku kapitalisme. Untuk itu tugas perjuangan kelas adalah membebaskan teknologi dari belenggu rezim pasar dan sistem relasi sosial masyarakat kapitalis. Pandangan ketiga dikemukakan Lukacs, Marcuse, Cardan bahwa interaksi antara teknologi dan sistem relasi sosial dilihat sebagai hubungan organik, bukan deterministik. Ideologi ini menganggap bahwa teknologi komunikasi dan informasi memiliki karakter sebagai produk masyarakat yang terstruktur secara hierarkis, eksploitatif dan dipenuhi berbagai dominasi atau hegemoni. Sehingga sistem kapitalisme barat akan menciptakan eksploitasi oleh pemilik modal kepada buruh atau dalam bentuk abstrak oleh negara kepada warganya. Dalam sistem global, kecenderungan ini makin mengarah pada sistem relasi sosial yang ditandai dinamika antagonisme dan konflik kelas. Sumber dinamika ini bersumber dari ketimpangan struktural antara negara *core* dan *peripheries*, peradaban barat dan timur juga kekuatan *centripetal* lawan kekuatan *centrifugal*. Tragisnya, semua perbenturan ini menjadi lahan untuk dioleh menjadi komoditas industri komunikasi.

Faktor-faktor yang memengaruhi Konvergensi Media

a. Perspektif Politik

Faktor kebijakan politik akan sangat berpengaruh pada perkembangan konvergensi media, karena ini akan terkait

dengan sistem komunikasi dan informasi dan regulasi yang berlaku di negara tersebut. Untuk kasus Indonesia, selama 32 tahun dalam rezim orde baru telah memasung kebebasan pers, termasuk kebebasan untuk berkomunikasi di ruang publik. Sebagai sebuah kasus, kebijakan ‘*Open Sky Policy*’ pada tahun 70-an, merupakan satu langkah maju yang berani, namun tidak mempertimbangkan kondisi sosiologis dan kesiapan bangsa Indonesia pada waktu itu. Sehingga, proses modernisasi “semu” dan penyerapan nilai-nilai asing negatif yang lebih banyak terjadi daripada sebaliknya. Selanjutnya setelah hilangnya hambatan politik, terutama di era reformasi tahun 1998, kebijakan pemerintah menghapus Departemen Penerangan, menumbuhkan keterbukaan dan kebebasan pers yang sangat luas. Penguatan lembaga legislatif, mendorong masyarakat dan media massa untuk menjalankan fungsi kontrol terhadap lembaga eksekutif (pemerintah) menjadi lebih intens. Hal ini bisa bermakna positif atau negatif, tergantung pada perspektif yang digunakan. Di satu sisi tingkat kepercayaan “*trust*” masyarakat terhadap pemerintah menjadi lemah, dan ini menjadikan citra bangsa turut melemah baik secara nasional maupun di dunia internasional. Di sisi lain, keterbukaan atau transparansi informasi dalam penyelenggaraan negara yang menguat, diharapkan dapat menciptakan *good governance* yang lebih cepat.

b. Perspektif Ekonomi

Sebagai sebuah industri yang menjanjikan keuntungannya, berdampak pada meningkatnya jumlah pemain pasar masuk ke dunia industri media. Secara normatif, antara perkembangan ekonomi

dan media massa berjalan paralel. Peningkatan aktivitas ekonomi dan perbaikan kesejahteraan masyarakat didorong oleh informasi melalui media, demikian pula pertumbuhan media lebih baik, jika ekonomi masyarakat membaik. Di satu sisi integrasi tatanan ekonomi kapitalis global telah memberikan kontribusi pertumbuhan perekonomian di Indonesia. Namun sisi negatifnya bahwa integrasi dengan pasar modal internasional juga telah menjadikan perekonomian suatu negara semakin rentan terhadap informasi. Walaupun tidak secara signifikan merubah struktur pasar, sebagai kasus di Indonesia, putaran keuangan di sektor media meningkat pesat. Tahun 2008 ini jumlah stasiun radio penyiaran di Indonesia akan meningkat menjadi 2504 buah (58 RRI, 2038 radio swasta, 369 radio komunitas dan 38 radio publik lokal). Untuk Televisi 198 buah TV FTA (Free To Air) yaitu 14 TVRI Pusat dan Daerah, 160 TV Swasta (10 TV besar, 150 TV Swasta Lokal, 6 TV publik Lokal dan 18 TV Komunitas) (Djuarsa, KPI, 2008)

Dari perspektif pelaku ekonomi, konvergensi media ini, mengisyaratkan efisiensi yang luar biasa. Betapa tidak, untuk penyajian suatu informasi, cukup “*news gathering*” sekali saja, untuk disajikan kedalam berbagai versi dan berbagai media yang dimilikinya. Untuk itu, suatu naluri bisnis, ketika seorang pemilik media ingin berekspansi memiliki media-media lainnya. Hal ini sudah diantisipasi dalam Undang-undang penyiaran yang membatasi kepemilikan silang media penyiaran atau media cetak. Demikian pula perusahaan media dapat memberikan “*service*” yang menggiurkan pada pemasang iklan, dengan prinsip pemasangan iklan “satu paket”. Artinya

dengan membayar sejumlah uang tertentu, iklan dia akan tersiar di televisi, radio, dan bonusnya di surat kabar. Dengan demikian, bisa dibayangkan jika sebuah perusahaan media yang besar akan semakin menarik dan menjadi semakin kuat membentuk konglomerasinya. Namun di sisi lain, bila dilihat dari sudut kepentingan publik, maka ada sesuatu yang tidak tepat. Publik akan menerima informasi yang seragam atau homogen dari pemilik media yang sama. Sehingga prinsip “*Diversity of Ownership*” akan menghasilkan “*Diversity of Content*” tidak berlaku di sini.

c. Perspektif Sosial Budaya

Berdasarkan karakteristik sosial budaya kita yang lebih pada keguayuban, kekeluargaan dan budaya lisan, maka kehadiran teknologi komunikasi dan informasi yang bersifat cepat, mudah, murah lebih mudah diterima dan diadopsi oleh sebagian besar masyarakat Indonesia. Terbukti Indonesia menjadi negara ke-5 terbanyak *facebooker*-nya, atau obrolan-obrolan di *twitter*, *Black Berry Messenger* (BBM) begitu mudah tersebar, sehingga menjadi bahan perbincangan sehari-hari. Konvergensi media ini selain mendukung fungsi-fungsi sosial untuk lebih intens dalam berinteraksi, juga memberi kemudahan bagi para penggunanya untuk menjalankan peran-peran sosialnya. Sebuah keluarga akan meningkat kualitas dan kuantitas komunikasi dalam keluarganya, melalui berbagai saluran media yang tersedia. Namun bagai sisi mata uang yang bertolak belakang, justru dalam ruang keluarga ketika berkumpul para anggotanya, mereka masing-masing berinteraksi dengan relasi atau dunia luar. Tak heran jika ada pameo, konvergensi media itu “ Mendekatkan yang jauh dan menjauhkan yang dekat”. Dampak seperti

ini yang perlu diantisipasi secara sosiologis, sehingga kearifan lokal dan tradisi-tradisi budaya serta agama tidak menjadi pudar bahkan menghilang.

Konvergensi Media dan Citra Bangsa

Citra (*image*) sebuah bangsa menjadi sangat penting dalam pergaulan dunia internasional, oleh karena citra tersebut akan menentukan bagaimana perlakuan suatu bangsa terhadap bangsa lain dalam lingkup kelompok maupun individu.

Media komunikasi dan informasi adalah perantara yang paling efektif antara manusia dengan lingkungannya. Oleh karena melalui media-lah, realitas secara terus menerus disajikan secara intens, sehingga membentuk atau mengubah citra pada khalayak penerimanya. Namun media tidak bersifat bebas nilai, dia bersifat selektif dan terbatas, sehingga media seringkali menampilkan realitas tangan kedua (*second hand reality*). Sehingga citra yang terbentuk pada khalayak, sebagaimana realitas yang ditampilkan oleh media.

Untuk itu, posisi media komunikasi dalam konteks politik pencitraan bangsa, sebagaimana digambarkan oleh Brian McNair, yaitu berada di tengah-tengah antara organisasi politik dengan warga negara. Melalui berbagai penyajian isi media, baik itu berbentuk *reportase event* politik, editorial yang mewakili lembaga media tentang suatu peristiwa, komentar dan analisis dari berbagai tokoh dan kalangan dari masyarakat; semua “berdialog” secara interaktif dan dinamis antara media dan organisasi politik. Melalui pendekatan teori agenda setting, tampak bahwa apa yang menjadi agenda organisasi politik akan menjadi agenda media massa, dan sebaliknya. Posisi media secara normatif, ia harus bersikap netral,

namun berdasarkan analisis teks, kondisi tersebut sulit terrealisasikan. Sehingga pendekatan program “Hubungan Masyarakat” yang dikenal dengan berbagai strateginya akan semakin mengintensifkan hubungan media dengan organisasi politik.

Posisi lain media bahwa ia terkait dengan khalayak sebagai warga negara, ia akan menjadi jembatan interaksi antara organisasi politik dengan warga negara. Di sini, media memiliki posisi yang dilematis dalam arti positif maupun negatif. Dalam arti positif, jika media mampu memosisikan diri sebagai pihak yang “kuat” (*the fourth estate*), maka dia akan menjadi media pembelajaran bagi organisasi politik dan warga negara dalam memberikan pencerahan dan arahan yang sesuai dengan visi misi negara. Namun sebaliknya, jika ia “lemah”, maka media massa akan menjadi alat dari kekuasaan dan kepentingan politik, ekonomi, dan budaya yang ada pada organisasi politik atau kelompok masyarakat.

Media informasi berperan besar dalam pembentukan opini publik dan pencitraan, dan ini dianggap sangat penting dalam prinsip hegemoni untuk mewujudkan ide-ide dalam wujud material. Media dianggap penting karena penyebaran informasi yang jangkauannya luas, aksesnya lebih terbuka, serta sifatnya yang menghibur. Alat ideologi negara (*Ideological State Apparatus – ISA*) berfungsi untuk menanamkan ideologi terhadap masyarakat melalui berbagai aparatur, termasuk media massa. Media punya tugas untuk selalu menyerap dan mengartikulasikan berbagai kepentingan dan berbagai ideologi yang ada di masyarakat, agar ia mendapatkan penerimaan publik yang lebih luas. Bila tidak, media akan dianggap sebagai alat

kekuasaan, bukan alat hegemoni yang demokratis; walaupun ini sebuah situasi ideal, bahkan utopis. Faktanya berbagai bentuk pemaksaan ideologis dan tarik menarik kepentingan pasar, pemodal dan negara, justru menjadi persoalan media yang dominan dewasa ini. Adapun publik, dimana seharusnya menjadi muara kepentingan semua pihak yang terkait dengan media, menjadi terabaikan.

Media dan politik informasi, menimbulkan pertanyaan ideologis, seperti, apakah isi media massa tersebut merupakan cermin atau refleksi dari realitas; separuh cermin dan separuh topeng dari realitas lainnya, melukiskan atau mendistorsi realitas? Pertanyaan yang ambigu ini hanya dapat diangkat oleh pengkajian dan penelusuran secara sistematis dan ilmiah melalui analisis teks, analisis framing, semiotika, dan analisis wacana di antaranya. Ketika media dikendalikan oleh berbagai kepentingan ideologis di baliknya, maka tidak dapat dipisahkan oleh mekanisme ketersembunyian dan ketidaksadaran. Citra bangsa memang bersifat abstrak, luas, dan kompleks. Untuk itu dibutuhkan kesamaan persepsi semua *stakeholders* yang terkait dengan media. Sebagai ilustrasi, sistem penyiaran di Indonesia bertujuan untuk : “Memperkuat integrasi nasional, terbinanya watak dan jati diri bangsa yang beriman dan bertakwa, mencerdaskan kehidupan bangsa, memajukan kesejahteraan umum dalam rangka membangun masyarakat yang mandiri, Demokratis, Adil dan Sejahtera”. (Pasal 3 UU 32/2002 tentang Penyiaran).

Faktor-faktor yang Memengaruhi Pencitraan Bangsa

Politik pencitraan secara positif suatu bangsa, bersifat mutlak adanya, ditengah-

tengah pencitraan suatu bangsa dipengaruhi oleh kemampuan semua komponen masyarakat, yaitu: politisi, pemerintah, pengusaha, masyarakat, kaum intelektual serta pelaku/produsen media komunikasi dan informasi untuk mencermati dan menyikapi secara positif keberadaan informasi, baik di tingkat lokal, nasional, regional maupun internasional. Gambaran kegagalan karena terjadinya mispersepsi atau miskomunikasi tampak pada pelaku media tentang konsep bangsa yang dicita-citakan bersama.

Di sisi lain, ketidaksinkronan regulasi secara vertikal maupun horisontal, antara sebuah Undang-undang dengan implementasinya atau juga antar UU yang terkait dengan sebuah permasalahan, mendorong tidak jelasnya arah identifikasi bangsa yang diinginkan. Selain itu, tidak adanya koordinasi dan konsolidasi antarbagian dalam lingkup pemerintahan (eksekutif), lingkup legislatif, lingkup swasta (industri, pengusaha) serta lingkup masyarakat (LSM, Ormas, dll.) menjadikan kebijakan yang dihasilkan tidak optimal, oleh karena minimnya data dan informasi yang dimiliki untuk pengambilan keputusan.

Khususnya media televisi dan internet yang diadaptasi dalam berbagai bentuk media (TV *mobile*, Telepon seluler yang digunakan dimana saja, kapan saja) adalah metamedium, instrumen yang tidak hanya mengarahkan pengetahuan tentang dunia, tetapi mengarahkan kita bagaimana mendapatkan pengetahuan. (Garin Nugroho, 1996). Sebagai akibatnya, masyarakat menjadi bingung, gagap, tak berdaya mengalami konflik dan gegar budaya di negara mereka sendiri. Budaya televisi adalah “Budaya Pop” yang melarutkan identitas kebangsaan dalam

homogenitas yang dangkal; sehingga kita kehilangan kemampuan untuk mendefinisikan jati diri bangsa.

Untuk itu sistem informasi nasional dalam lingkup pemerintahan merupakan hal yang mutlak diperlukan, baik melalui saluran/jalur birokrasi langsung; maupun dengan berbasis teknologi multimedia (*Information Technology Computer*). Sistem komunikasi dan informasi secara nasional memang harus dipilah berdasarkan tinjauan makro dan mikro. Makro berarti menyusun dan menetapkan jaringan informasi secara nasional antar komponen-komponen lembaga/instansi yang strategis, baik ia sebagai sumber maupun penyalur informasi. Di dalamnya termasuk perangkat teknologi (*software dan hardware*) yang cocok dan bisa diterima oleh komponen tadi. Adapun secara mikro, berarti menelaah dalam suatu lingkup terbatas, misalnya sistem penyiaran, sistem pers, sistem komunikasi publik atau sistem jaringan informasi dan konteks tertentu.

Posisi media komunikasi dan informasi dalam masyarakat demokratis secara ideal memiliki fungsi-fungsi sebagai berikut: Pertama, harus memberitahukan pada warga negara apa yang terjadi di sekeliling mereka. Kedua, harus mendidik tentang makna dan pentingnya suatu kejadian dikaitkan dengan kebutuhan hidupnya dan apa dampaknya pada kehidupan masyarakat. Ketiga, media harus membuka wacana tentang platform partai politik, memfasilitasi pembentukan opini publik dan penyalurannya. Keempat, media mempublikasikan lembaga pemerintah dan lembaga politik termasuk berperan menjadi lembaga pengawas (*watchdog*). Kelima, media juga harus melayani saluran advokasi dari sudut

pandang politik (Mc.Nair, 1999). Berdasarkan peran dan fungsi tersebut, media dapat memainkan peran yang strategis untuk mempercepat dan memperluas proses kehidupan demokrasi dalam berbagai bidang. Oleh karena tidak dalam bidang politik *an sich* dituntut adanya prinsip-prinsip demokrasi yang dicirikan dengan keadilan, pemerataan, proporsional, orientasi publik dan kerakyatan; namun juga dalam bidang ekonomi, hukum, sosial, dan budaya.

Strategi Media Komunikasi dan Informasi dalam Membangun citra Bangsa

Kedudukan konvergensi media komunikasi dan informasi dalam membentuk citra positif bangsa akan sangat dipengaruhi oleh sistem dalam negara secara makro. Artinya, sistem politik, sistem hukum, dan sistem ekonomi yang berlaku di Indonesia akan tercermin dan hidup pula dalam badan/lembaga media (massa) secara mikro. Sebagai perusahaan pers atau lembaga penyiaran baik publik, swasta atau komunitas, ia akan terikat dengan persyaratan sebuah badan hukum, dimana berbagai peraturan permodalan, ketenagakerjaan atau izin usaha, melekat di dalamnya. Kondisi ini tidak mudah bagi para pelaku dalam arti memadukan antara kepentingan sosial (idealisme) dan kepentingan bisnis (komersial); untuk itu diperlukan pengawasan terhadap ketaatan hukum menjadi tanggung jawab regulator terkait (Komisi Penyiaran, Dewan Pengawas, Dewan Pers) juga didukung masyarakat yang sudah melek media (*Media literacy*).

Sebagai sebuah lembaga dalam perspektif mikro, terdapat komponen yang bersifat “tangible” (indikatornya mudah diukur dan ditemukena), seperti SDM,

Manajemen, Permodalan dll. Adapun aspek “intangible” (indikatornya bersifat abstrak, kualitatif), sulit diukur seperti Keterbukaan; Daya saing; dan Dukungan publik, komitmen nasionalisme pemilik dan pelaku media.

Komponen-komponen ini, akan berkorelasi secara signifikan dengan “produk” yang dihasilkan oleh media tersebut. Berbagai bentuk penyajian dan kemasan akan juga dipengaruhi oleh kreativitas dan profesionalisme SDM yang dimiliki lembaga media. Di samping kuatnya permodalan dan manajemen berpengaruh pula pada kualitas produk. Tidak bisa diabaikan jika *content* (isi/materi) serta program yang tersaji, melekat didalamnya ideologi serta nilai/norma yang disepakati oleh pelaku media. Kondisi yang serupa bisa berlaku untuk mencapai “*goals*” pencitraan positif bangsa. Sehingga peran dan fungsi media, dapat dioptimalkan sebagai agen demokrasi dan transformasi kebangsaan.

Penutup

Tidak ada satu-pun “resep” yang jitu untuk membangun citra positif sebuah bangsa, karena akan sangat bergantung pada historis, kondisi dan situasi riil serta permasalahan yang dihadapi oleh bangsa tersebut. Namun demikian, ada beberapa aspek yang dapat direkomendasikan, berlandaskan sudut pandang dunia akademisi yaitu sebagai berikut :

1. Mengidentifikasi “Citra Bangsa” (jatidiri bangsa) apa yang akan disebarluaskan. Sulit dan kompleks, namun harus “disederhanakan, dikonkritkan” disesuaikan dengan kondisi bangsa yang majemuk.

2. Memperluas jangkauan penyebarluasan citra sebuah bangsa yang ingin dibentuk atau dibangun melalui pemanfaatan konvergensi media komunikasi dan informasi yang diatur oleh regulasi. (Contoh, industri media harus merealisasikan *Corporate Social Responsibility* melalui alokasi dana untuk membangun citra bangsa, Memberikan waktu siaran untuk *Public Service Advertising* untuk sosialisasi)
3. Melalui mekanisme kerja secara struktural, pemerintahan dapat membentuk opini dan kesadaran umum tentang jati diri bangsa; terutama bagi *stakeholders* pelaku dan pemilik media komunikasi dan informasi.
4. Mengcounter ideologi/citra buruk/negatif yang merusak citra bangsa (seperti bangsa teroris, koruptor, “amuk massa”, miskin atau senang konflik).
5. Menggalang dukungan bangsa serumpun, untuk menghadapi ketimpangan arus informasi, penyeragaman “Budaya Pop”, monopoli kepemilikan dalam industri media.
6. Menguatkan “*brand image*” sebagai bangsa yang positif dengan memilih kelompok strategis (Organisasi masyarakat, kelompok pemuda dan mahasiswa, Kelompok Aktivitis Perempuan, Asosiasi Wartawan & Penulis) sebagai “*Public Relations Officer State*”.
7. Mengonsolidasi pelaku berbagai media (pemilik lembaga pers, lembaga penyiaran, provider internet, Jurnalis, pendukung industri media seperti, (*production house*) untuk memiliki komitmen kebangsaan.
8. Memanfaatkan media “kecil” (media komunitas/*narrowcasting*) atau media alternatif untuk menjangkau komunitas spesifik.
9. Konvergensi dan sinergitas antara Regulasi dan Regulator yang terkait dengan media komunikasi dan informasi (Di Indonesia ada UU Penyiaran, UU Perfilman, UU Telekomunikasi, UU Pers, UU Keterbukaan Informasi Publik, UU Informasi dan Transaksi Elektronik) dengan Regulator (KPI/D, Dewan Pers, Lembaga Sensor Film, Depkominfo, Badan Regulasi Telekomunikasi Indonesia)

DAFTAR PUSTAKA

- Bucy, Erik P.(2005). *Living in The Information Age, A New Media Reader*
- Dahlan, M. Alwi. (2008). “*Konvergensi Teknologi Informasi dan Komunikasi, Implikasi Sosial dan Akademis, Semiloka ISKI*, Bandung.
- Djuarsa, Sasa, Sendjaja. (2008). *Konvergensi Teknologi Komunikasi untuk Meningkatkan Akses Komunikasi dan Diseminasi Informasi*, Seminar dan Lokakarya Ikatan Sarjana Komunikasi Indonesia, Bandung.
- Downing, John.D.H. (2004). *The Sage handbook of Media Studies*, London, New Delhi: Sage Publications, Thousand oaks,
- Downs, Roger M. and David Stea. (1973). *Image and Environment*, Edward Arnold, Aldine Chicago, USA :Publishing Company.

- Fidler, Roger. (2003). *Mediamorfosis*. Yogyakarta : Bentang Budaya.
- Mc.Nair, Brian. (1999). *An Introduction In Political Communication*, Second Edition London and NewYork.
- Mulyana, Deddy. (2008). *Komunikasi Massa, Kontroversi, Teori dan Aplikasi*, Bandung :Widya Padjadjaran.
- Nina Syam, Winangsih,dkk., (2004). “*Strategi Komunikasi dan Informasi dalam Menunjang Pembentukan Citra Positif Indonesia di Kalangan Masyarakat Asing*”, Penelitian Lembaga Informasi Nasional RI.

INDEX

A

Anonimitas	9
ARPA	2
Asynchronous	107

B

Bentuk iklan	16
Blog	71, 138, 104, 106, 110, 111, 138,

C

Carding	129
Citizen journalism	103, 105, 106, 109, 110
Citra bangsa	122, 124
Citra kelas sosial	24
Citra kemewahan dan eksklusif	24
Citra kenikmatan	24
Citra manfaat	25
Citra maskulin	24
Citra perempuan	23, 31
Citra persahabatan	25
Citra seksisme dan seksualitas	25
Civic journalism	108, 109, 110
Cybercrime	1, 7, 8, 11

D

Decoder	94
Demassification	107
Desa	85, 89, 91

Desa global	128, 156, 158
Digital immigrants	86
Digital native	86
Digitalisasi	85, 93, 94, 96, 101, 107, 112, 127, 132, 153, 164, 165

E

Ekofeminisme	36
Ekologi	36, 147, 151, 156
Ekologi media	147, 151, 156, 157, 158, 159, 164
Emansipasi perempuan	69
Era Komunikasi Interaktif	3

F

Feminisme eksistensialis	36
Feminisme liberal	35
Feminisme marxis	35
Feminisme multikultural dan global	36
Feminisme postmodern	36
Feminisme psikoanalisis dan gender	35
Feminisme radikal	35
Feminisme sosialis	35
Forum	70, 71
Fungsi media massa	59

G

Geneva agreement	98
------------------	----

INDEX

H

Hak asasi perempuan 42

I

Implikasi sosial budaya 90
Inovasi teknologi 104
Interactivity 107
Isi media massa 53

J

Jejaring sosial 71, 104

K

Karakteristik khas masyarakat desa 89
Karakteristik media baru 70
Kategorisasi paradigma pembangunan 87
Kodrat perempuan 62
Komunikasi simbolik 4
Komunitas konten 71
Konsep dasar internet 3
Konsep diri 60
Konsep konvergensi media 118
Konsep perempuan 61
Konstruksi pengelolaan kesan 8
Konstruksi realitas 22
Konvergensi 89, 94,
104, 105,
135, 147
Konvergensi jaringan 96
Konvergensi media 85, 95,
96, 103,
104, 108,
117, 121,
147, 150,
153, 154

M

Manipulasi data 128
Masyarakat tontonan 80
Media baru 10, 69,
70, 89,
108, 115,
127, 128,
131, 132,
133
Media sosial 65, 70,
71, 72
Microblogging 71
Motivasi pengelolaan kesan 8

N

Narcissistic personality disorder 9
Niche 159

P

Participatory rural appraisal 88
Pembangunan 87
Pendekatan konstruksionis 46
Permasalahan ekologi 151
Photo editing 128
Podcasts 71
Politik pencitraan 115, 121,
122
Pseudonimitas 9

R

Revolusi digital 136

S

Set top box 98
Sistem informasi nasional 123

INDEX

Surat kabar digital 136

T

Teknologi 117

Televisi digital 98

U

UU ITE 6, 111,
113, 125

W

Wikis 71

World Summit on the Information Society 90

TENTANG PENULIS

Prof. Atie Rachmiate, Dra. M.Si, lahir di Bandung, 30 Maret 1959. Pendidikan formal Fakultas Ilmu Komunikasi UNPAD Jurusan Jurnalistik lulus th.1983, Program Pascasarjana UNPAD Jurusan Ilmu-ilmu Sosial lulus th.1994, Doktor Pascasarjana UNPAD bidang ilmu Sosial lulus th. 2005. Saat ini beliau adalah dosen dan peneliti Ilmu Komunikasi Kopertis Wilayah IV dpk UNISBA yang sedang menjadi anggota KPID Jabar periode 2009-2012. Penelitian tentang "The Study of ASEAN Society Perception Toward The Indonesia Government (Political, Social and Economical Condition in dealing with the crisis of trust from international society)" tahun 1999.

Agus Ganjar Runtiko, S.Sos. M.Si, lahir di Tulungagung, 14 Agustus 1981. Menyelesaikan pendidikan S1 di Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik di Universitas Jenderal Soedirman Purwokerto pada tahun 2004. Fakultas Ilmu Komunikasi Program Pascasarjana UNPAD lulus th.2009. Tercatat sebagai staf pengajar di Jurusan Ilmu Komunikasi FISIP Universitas Jenderal Soedirman Purwokerto. Karya Tulisnya antara lain: "Konvergensi Media dan Perpindahan Ruang Publik (Reaktualisasi Pemikiran Habermas)" (Observasi Vol 6 No 2 Tahun 2008), "Memetakan Komunikasi Kesehatan" (Observasi Vol 7 No 1 2009), dan "Konstruksi Identitas Sosial Kaum Remaja Marjinal (Studi Kasus di Kalangan Remaja Pengamen Jalanan di Purwokerto) (Jurnal Penelitian Komunikasi Vol 12 No 1 Tahun 2009).

Dessy Trisilowaty, M.Si adalah dosen Ilmu Komunikasi Universitas Trunojoyo Madura. Mengampu mata kuliah Perkembangan teknologi komunikasi, Desain Komunikasi Visual, Produksi Media Cetak, Produksi Media Radio, Manajemen Media TV, Riset Komunikasi Bisnis. Telah menulis artikel di beberapa jurnal, diantaranya tentang media blog dan dunia pariwisata diterbitkan di jurnal Univ. Merdeka Malang dan tentang multikulturalisme di terbitkan di jurnal ilmu komunikasi UNiv. Trunojoyo Bangkalan Madura.

Dinara Maya Julijanti, S.Sos.,M.Si, Bangkalan, 22 juli 1970, jabatan beliau saat ini adalah sebagai Lektor pada Ilmu Komunikasi, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Budaya Universitas Trunojoyo Madura. Pengalaman penelitian, 2007 Representasi Etnik Madura dalam Kumpulan lagu-lagu Madura 2007 Pemanfaatan Jamu Madura oleh Perempuan di Kabupaten Bangkalan 2011 Strategi Komunikasi pemasaran melalui Teknologi Komunikasi sebagai upaya Pengembangan Wisata Bahari di Madura

Didit Praditya, M.T, lahir di Jakarta, 1 November 1980, saat ini bekerja di Balai Pengkajian dan Pengembangan Komunikasi dan Informatika Bandung sebagai Peneliti Pertama Bidang Teknologi Informasi dan Komunikasi Penata Muda (III/a). Menyelesaikan studi S1 nya di Fakultas Teknik Teknik Elektro Universitas Diponegoro Semarang pada tahun 2007 dan S2 di Pasca Sarjana Layanan Teknologi Informasi STEI Institut Teknologi Bandung (2011). Karya ilmiah yang dihasilkannya antara lain *Internet Sebagai Media Komunikasi*, Penerapan Teknologi Media Massa, Ragam Komunika (Telaah Dunia Komunikasi), Vol.3 No.I Tahun 2009, ISSN 1979-9217, BPPKI Bandung, 2009. *Perancangan Sistem Daftar Hadir Dengan Radio Frequency Identification (RFID)*, Menyoroti Perkembangan Teknologi Komunikasi dan Informatika, Ragam Komunika (Telaah Dunia

TENTANG PENULIS

Komunikasi), Vol. 4 No. I Tahun 2010. ISSN 1979-9217, BPPKI Bandung, 2010. *Tujuan dan Strategi Knowledge Management Dalam Organisasi*, Pengelolaan Pengetahuan – Upaya Untuk Meningkatkan Kolaborasi dan Inovasi. Mineral & Energi (Media Informasi dan Komunikasi), Vol. 8 No. 2 Juni 2010, ISSN 1693-4121. Litbang Energi dan Sumber Daya Mineral, 2010.

Dra. Haryati, M.I.Kom, lahir di Bandung, 2 Mei 1963. Menyelesaikan pendidikan S1 nya di Jurusan Ilmu Jurnalistik Fikom Unpad Bandung 1987, S2 di Program Pascasarjana Unpad Bandung 2011. Saat ini tercatat sebagai Peneliti Madya di Balai pengkajian dan Pengembangan Komunikasi dan Informatika (BPPKI) Bandung. Pengalaman di bidang penerbitan antara lain: Ketua Sidang Penyunting *Jurnal Penelitian Komunikasi* BP2I Bandung (2006-2008); Karya tulis yang pernah dipublikasikan antara lain “Era Media Baru, Pemerataan Akses dan Perlindungan Konsumen”(Observasi Vol. 6 No. 2 Tahun 2008); “Belenggu Budaya Patriarki Dalam Pola Komunikasi Diadik Suami Istri” (Ragam Komunika Vol. 2 NO. 1 Tahun 2008); “Fenomena Konvergensi Media dan Radio online” (Jurnal Studi Komunikasi dan Media Vol. 13 No. 1 Januari-Juni 2009). “Hubungan Penerapan Etika Pers dengan Persepsi Mahasiswa tentang Pornografi di Media Cetak”(Thn 2006); “Analisis Framing Penyelesaian Kasus Hukum Soeharto pada H.U. Pikiran Rakyat”(Thn 2006); “Studi Interaksionisme Simbolik, Budaya Telepon Genggam”(Thn 2007); “Studi Literasi TIK pada Pegawai Negeri Sipil di Provinsi Jambi, Bangka Belitung, dan Bengkulu” (Tahun 2009).

Heni Nuraeni Zaenudin. S.Sos.,M.I.Kom, lahir di Bandung 02 Maret 1984. Saat ini tinggal di Jln. KH. Balqi (Banten) Lorong Karya Jasa II No.542. Kecamatan Sebrang Ulu II Desa/ Kel 16 Ulu Kota Palembang. Menyelesaikan S1 di Universitas Islam Bandung Fakultas Ilmu Komunikasi pada tahun 2005, S2 diselesaikan pada tahun 2010 di UNPAD Bandung jurusan Ilmu Komunikasi. Saat ini tercatat sebagai Dosen Luar Biasa Universitas Bina Darma Palembang. Pengalaman pekerjaan dimulai pada tahun 2006 sebagai pengajar di Fakultas Ilmu Komunikasi dan Bahasa di UNISMA Bekasi. Karya tulis yang telah dipublikasikan antara lain, tahun 2011 “Simbol Ideologi FPKS di DPRD Provinsi Jawa Barat” (Studi Komunikasi Politik Ideologi FPKS di DPRD Provinsi Jawa Barat) diterbitkan dalam Jurnal Universitas Bina Darma, “Konsepsi dan Aplikasi Kode Etik *Public Relations* dalam Organisasi” diterbitkan dalam Jurnal LP3I.

PETUNJUK PENULISAN

Petunjuk Penulisan Naskah Observasi BPPKI Bandung

1. Umum

Observasi merupakan media yang terbit secara berkala dua nomor dalam setahun. Nomor 1 terbit setiap bulan Agustus, nomor 2 terbit bulan Desember. Proses penerbitan nomor 1 berlangsung sejak awal Januari hingga Juli. Proses penerbitan nomor 2 berlangsung sejak Juli hingga Desember. Sebagai media pengembangan dan rekayasa ilmu yang berasal dari hasil pengamatan lapangan, pengalaman, telaahan, gagasan, tinjauan maupun kritik di bidang komunikasi, informatika, dan media.

Sasaran khalayak penyebaran ditujukan kepada masyarakat ilmiah, instansi pemerintah dan swasta serta pihak-pihak yang berminat.

Jenis tulisan berupa makalah, hasil kajian pemikiran dan, tinjauan kritis, di bidang komunikasi, informatika, dan media.

Redaksi menerima sumbangan naskah dari kalangan peneliti, akademisi, pengamat dan praktisi komunikasi, media, dan informatika. Naskah yang disumbangkan harus orisinal dan belum pernah dipublikasikan di media lain. Jika di kemudian hari diketahui ada naskah yang dimuat di jurnal atau media lain maka segala risiko menjadi tanggung jawab penulis. Naskah ditulis dalam bahasa Indonesia mengacu pada EYD.

Segala macam bentuk plagiasi menjadi tanggung jawab penulis dan yang bersangkutan tidak dipekenankan untuk mengisi penerbitan di BPPKI Bandung.

Setiap naskah yang masuk akan dikaji dan ditelaah oleh Dewan Redaksi. Naskah yang masuk tidak diterbitkan menjadi hak Redaksi dan tidak dapat diminta kembali. Untuk menentukan layak atau tidaknya sebuah naskah dimuat, semua naskah yang masuk ke redaksi Observasi akan ditelaah oleh Mitra Bestari sesuai dengan bidang kepakarannya. Untuk menjaga objektivitas maka setiap naskah yang di kirim ke Mitra Bestari dalam kondisi tanpa nama.

Setelah dalam bentuk *proof*, Penulis naskah diminta menandatangani lembar pernyataan persetujuan untuk dicetak menjadi jurnal.

2. Khusus

Format Penulisan:

- a. Naskah diketik dengan Souvenir Lt BT font 12 di atas kertas A4, spasi ganda melalui program *MS Word 2003/ Open Office Writer*.
- b. Naskah yang dikirim maksimal 20 halaman. Per halaman rata-rata sekitar 429 kata hingga 450 kata.
- c. Pengiriman dilakukan melalui *e-mail* (observasi.bppki.bandung@mail.kominfo.go.id) atau melalui *hard copy* (dilengkapi *soft copy/CDRW*) ke BPPKI Bandung, Jalan Pajajaran no: 88 Bandung – 40173, telp. 022-6017493.
- d. Naskah mengacu pada sistematika sebagai berikut: Judul; Nama Penulis (termasuk alamat instansi, nomor hp/faxs, *e-mail*); Abstrak; Kata kunci; Pendahuluan; Pembahasan; Penutup.

PETUNJUK PENULISAN

Penjelasan format penulisan:

Judul: Ditulis dengan singkat, padat, maksimal 10 sampai 12 kata (ditulis dalam bahasa Indonesia dan Inggris). Isinya mencerminkan masalah pokok. Ditulis dengan huruf kapital font 14. Hindari judul penelitian dengan menggunakan kata-kata “Telaah”, “Studi”, “Pengaruh”, “Analisis”, dan sejenisnya. Hindari penggunaan kata kerja dan singkatan.

Nama Penulis (termasuk alamat instansi, nomor hp/faxs, e-mail, tgl kirim naskah):

Contoh:

Muhammad Zein Abdullah, S.Ip, M.Si

Fakultas Ilmu Sosial Ilmu Politik, Jurusan Komunikasi, Universitas Haluoleo Kendari
Sulawesi Tenggara - 93232

Telp/Fax/HP (0401) 3192511, 081341877133, *e-mail:zein_unhalu@yahoo.co.id*

Naskah dikirim pada tanggal 7 Januari 2011

Abstrak: Ditulis dalam dua bahasa, Inggris dan Indonesia, maksimal 200 kata tanpa paragraph. Isinya harus mencerminkan latar belakang dan permasalahan, pembahasan dan implikasi. Abstrak bukan merupakan turunan dari pendahuluan.

Kata Kunci: Ditulis dalam bahasa Indonesia dan Inggris di bawah abstrak. Terdiri atas 3 sampai 5 kata. Tidak harus kata tunggal, boleh kata majemuk. Ditulis dengan huruf kecil format miring (*Italic*). Bukan kata yang bersifat Umum. Contoh judul: Membangun Format Kemitraan Media Dalam Rangka Diseminasi Informasi. **Kata-kata kunci:** Kemitraan, Media, Diseminasi Informasi.

Pendahuluan: berisi tentang latar belakang masalah; pentingnya permasalahan tersebut untuk ditelaah lebih jauh;

Kerangka konsep/analisis: perspektif pemikiran/tinjauan, bingkai analitik yang digunakan.

Pembahasan: Secara substansial isinya mencakup telaahan terhadap permasalahan dengan bingkai analitik yang digunakan. Jika menggunakan tabel, maka bentuk tabel, hendaknya menggunakan tiga garis horisontal dan tidak menggunakan garis vertikal, tabel menggunakan nomor sesuai dengan urutan penyajian (Tabel 1 , dst), judul tabel diletakan di atas tabel dengan posisi di tengah (*centre justified*) contoh :

Tabel 1

Jenis Kelamin Responden

No Jenis Kelamin	Frekuensi
1. Laki-laki	25
2. Perempuan	25
Jumlah :	50

PETUNJUK PENULISAN

Sumber :

Penutup: isinya mencakup simpulan dan saran.

Cara pengutipan : menggunakan pola *bodynote*, yakni menuliskan nama belakang penulis buku yang dijadikan sumber dan tahun terbit buku tanpa disertai halaman.

Sumber bacaan hendaknya terdiri dari minimal 60% yang terbit dalam sepuluh tahun terakhir ini, dan 40% bebas.

Tidak diperbolehkan menggunakan sumber dari wikipedia, blog yang kredibilitasnya kurang.

Daftar Pustaka: Daftar pustaka ditulis mengacu pada *Standard Harvard*.

Contoh:

1. Buku (satu penulis):

Berkman, R.I (1994) *Find It Fast: how to uncover expert Information on any subject*. New York: Harper Perennial.

2. Buku (dua penulis/lebih):

Moir, A. & Jessel, D. (1991) *Brain sex: the real difference between men and women*. London: Mandarin.

Cheek, J., Doskatsch, I., Hill, P. & Waish, L. (1995) *Finding out: Information Literacy for the 21st century*. South Melbourne: MacMillan Education Australia.

3. Editor atau Penyusun sebagai penulis:

Spence, B. ed. (1993) *Secondary School Management in the 1990s: Challenge and Change*. Aspects of Education Series, 48. London: Independent Publishers.

Robinson, W.F & Huxtable, C.R.R. eds. (1998) *Clinicopathologic principles for veterinary medicine*. Cambridge: Cambridge University Press.

4. Penulis dan Editor:

Breediore, G.K. & Schorfheide, A.M. (2001) *Adolescent pregnancy*. 2nd ed. Wleczorek, R.R. ed. White Plains (NY): March of Dimes Education Services.

5. Institusi, Perusahaan, Atau Organisasi sebagai penulis

UNESCO (1993) *General Information Programme and UNISIST*. Paris: Unesco, PGI-93/WS/22

6. Salah satu tulisan dalam buku kumpulan tulisan:

Porter, M.A. (1993) The Modification of Method in Researching Postgraduate Education. In: Burgess, R.G.ed. *The Research Process in Educational Setting: Ten case studies*. London: Falmer Press, pp. 35-47

7. Referensi kedua (buku disitasi dalam buku yang lain):

Confederation of British Industry (1989) *Towards a skills revolution: a youth charter*. London: CBI. Quoted In: Bluck, R., Hilton, A., & Noon, P. (1994) *Information skills In Academic libraries: a teaching and learning role in*

PETUNJUK PENULISAN

- higher education*. SEDA Paper 82. Birmingham: Staff and Educational Development Association, p.39
8. Prosiding Seminar Atau Pertemuan:
ERGOB Convergence on Sugar Substitutes, 1978. Geneva, (1979). *Health and sugar substitutes: proceedings of the ERGOB conference on sugar substitutes*, Guggenheim, B, ed. London: Basel.
 9. Naskah yang dipresentasikan dalam seminar atau pertemuan:
Romonav, A.P. & Petroussenko, T.V. (2001) International book exchange: has It any future In the electronic age? In: Neven, J, ed. *Proceedings of the 67th IFLA Council and General Conference, August 16-25, 2001, Boston USA*. The Hague, International Federation of Library Association and Institutions, pp. 80-8.
 10. Naskah seminar atau pertemuan yang tidak dikumpulkan dalam suatu prosiding:
Lanktree, C. & Briere, J. (1991, January). Early data on the Trauma Symptom Checklist for Children (TSC-C). *Paper presented at the meeting of the American Professional Society on the Abuse of Children, San Diego, CA*.
Haryo, T.S. & Istiadjid, M. (1999, September). Beberapa factor etnologi meningokel nasofrontal. *Naskah dipresentasikan dalam konggres MABI, Jakarta*.
 11. Sumber referensi yang berasal dari makalah pertemuan berupa poster:
Ruby, J. & Fulton, C. (1993, June), Beyond redllning: Editing software that works. *Poster session presented at the annual meeting of the Society for Scholarly Publishing, Washington, DC*.
 12. Ensiklopedia:
Hibbard, J.D., Kotler, P. & Hitchens, K.A. (1997) Marketing and merchandising, in: *The new Encyclopedia Britannica*, vol. 23, 15th revised ed. London: Encyclopedia Britannica.
 13. Laporan Ilmiah atau Laporan Teknis diterbitkan oleh pihak pemberi dana/sponsor:
Yen, G.G (Oklahoma State University, School of Electrical and Computer Engineering, Stillwater, OK). (2002, Feb). *Health monitoring on vibration signatures. Final Report*. Arlington (VA): Air Force Office of AFRL.SRBLTR020123. Contract No.: F4962098100049.
 14. Laporan Ilmiah atau Laporan Teknis diterbitkan oleh pihak Penyelenggara:
Yen, G.G (Oklahoma State University, School of Electrical and Computer Engineering, Stillwater, OK). (2002, Feb). *Health monitoring on vibration signatures. Final Report*. Arlington (VA): Air Force Office of AFRL.SRBLTR020123. Contract No.: F4962098100049.
 15. Tesis atau Disertasi:
Page, S. (1999) *Information technology impact: a survey of leading UK companies*. MPhil. Thesis, Leeds Metropolitan University.
Istiadjid, M. (2004) *Korelasi defisiensi asam folat dengan kadar transforming growth factor.β1 dan insulin-like growth factor I dalam serum Induk dan tulang kepala janin tikus*. Disertasi, Universitas Airlangga.

PETUNJUK PENULISAN

16. Paten:
Phillip Morris Inc. (1981) *Optical perforating apparatus and system*. European patent application 0021165A1.1981-01-07.
17. Artikel Jurnal:
Bennett, H., Gunter, H. & Reld, S. (1996) Through a glass darkly: images of appraisal. *Journal of Teacher Development*, 5 (3) October, pp. 39-46.
18. Artikel Organisasi atau Institusi sebagai Penulis:
Diabetes Prevention Program Research Group. (2002) Hypertension, Insulin, and proinsulin in participants with Impaired glucose tolerance. *Hypertension*, 40 (5), pp. 679-86.
19. Artikel tidak ada nama penulis:
How dangerous is obesity? (1977) *British Medical Journal*, No. 6069, 28 April, p.1115.
20. Artikel nama orang dan Organisasi sebagai penulis:
Vallancien, G., Emberton, M. & Van Moorselaar, R.J; Alf-One Study Group. (2003) Sexual dysfunction In d, 274 European men suffering from lower urinary tract symptoms. *JUrol*, 169 (6), pp. 2257-61.
21. Artikel volume dengan suplemen:
Geraud, G., Spierings, E.L., & Keywood, C. (2002) Tolerability and safety of frovatriptan with short-and long-term use for treatment of migraine and in comparison with sumatriptan. *Headache*, 42 Suppl 2, S93-9.
22. Artikel volume dengan bagian:
Abend, S.M. & Kulish, N. (2002) The psychoanalytic method from an epistemological viewpoint. *Int J Psychoanal*, 83 (Pt 2), pp.491-5.
23. Artikel Koran:
Sadil, M. (2005) Akan timbul krisis atau resesi?. *Kompas*, 9 November, hal. 6.
24. Artikel Audio-visual (Film 35mm, Program Televisi, Rekaman, Siaran Radio, Video Casette, VCD, DVD):
Now voyager. (Film 35mm). (1942) Directed by Irving Rapper, New York: Warner.
Now wash your hands.(videocassette). (1996). Southampton: University of Southamton, Teaching Support & Media Services.
25. Naskah-naskah yang tidak dipublikasikan:
Tian, D., Araki, H., Stahl, E, Bergelson, J., & Kreitman, M. (2002) *Signature of balancing selection in Arabidopsis*.Proc Nati Acad Sci USA. In press.
26. Naskah-naskah dalam media Elektronik (Buku-buku Elektronik / e-books):
Dronke, P. (1968) *Medieval Latin and the rise of European love-lyric* [internet]. Oxford University Press. Avaliable from: netLibrary <<http://www.netLibrary.com/urlapl.asp?action=summary&v=1&bookid=22981>> [Accessed 6 March 2001].
27. Artikel Jurnal Elektronik:

PETUNJUK PENULISAN

- Cotter, J. (1999) Asset revelations and debt contracting. *Abacus* [internet], October, 35 (5) pp. 268-285. Available from: <<http://www.ingenta.com>> [Accessed 19 November 2001].
28. Artikel dalam web pages:
Rowett, S. (1998) Higher Education for capability: autonomous learning for life and work [internet], Higher Education for Capability. Available from: <<http://www.lie.mdx.ac.uk/hec/about.htm>> [Accessed 8 August 2000].
29. Artikel dalam website:
Program Studi S2 Ilmu Kesehatan Masyarakat UGM. (2005) *Program Studi S2 Ilmu Kesehatan Masyarakat UGM* [internet]. Yogyakarta: S2 IKM UGM. Tersedia dalam: <<http://ph-ugm.org>> [diakses 8 November 2005].
30. Artikel dalam CD-ROM:
Picardle, J. (1998) I can never say goodbye. *The observer* [CD-ROM], 20 September, 1, Available from: The Guardian and Observer an CD-ROM. [Accessed 16 June 2000].
31. Artikel dalam Database Komputer:
Gray, J.M. & Courtenay, G. (1988) *Youth cohort study* [computer file]. Colchester: ESRC Data Archive (Distributor).
32. Artikel online images (informasi visual, foto, dan ilustrasi):
Hubble space telescope release In the space shuttle's payload bay. (1997) [Online Image]. <Available from: <http://explorer.arc.nasa.gov/pub/>> SPACE/GIF/s31-04-015.gif, [Accessed 6 July 1997].
33. Artikel dalam e-mail:
Lawrence, S. (slawrence.goyh@go-regions.gsi.gov.uk), 6 July 2001. *Re: government office for Yorkshire and Humberside Information*. Email to F.Burton (f.burton@leedsmet.ac.uk).

EKSISTENSI MEDIA LOKAL

Sebagai konsekuensi logis dari lahirnya UU No 32 Tahun 2002 tentang Penyiaran, memicu pertumbuhan media lokal terutama televisi dan radio. Banyak tantangan yang harus dihadapi media lokal agar mereka tetap eksis dan bisa bersaing tidak hanya dengan media lokal saja namun juga dengan media nasional.

Observasi mengundang para pakar, akademisi, peneliti, dan praktisi untuk menulis sesuai topik di atas. Naskah bisa berupa resume laporan hasil penelitian, opini, telaahan teoritis, atau hasil pengamatan. Ditulis dalam bahasa Indonesia atau bahasa Inggris, dilengkapi dengan abstrak dengan jumlah 100-150 kata. Diketik dengan menggunakan program MS Word 2003/Open Office dengan spasi 1,5 di atas kertas A4, panjang naskah antara 10-20 halaman, dilengkapi biodata penulis. Naskah harus asli dan belum pernah dipublikasikan media lain. Kutipan ditulis dengan sistem *endnotes*. Naskah dikirim dalam bentuk *hard copy* beserta *soft copy* ke alamat redaksi Observasi: Jl. Pajajaran No. 88 Bandung atau melalui *email*: observasi.bppki.bandung@mail.kominfo.go.id