



Teknologi Informasi Komunikasi dan Masyarakat Jaringan: Studi pada “*Duta Masyarakat*”

Deyisnil Fariadi (Komunikasi dan Penyiaran Islam, Sekolah Tinggi Agama Islam Sabilul
Muttaqin Mojokerto), e-mail: zdeyfa@gmail.com

Abstrak

Tulisan ini mengkaji tentang keberadaan masyarakat jaringan pada perusahaan media massa surat kabar *Duta Masyarakat* yang menerapkan teknologi informasi dan komunikasi. Masyarakat jaringan pada perusahaan *Duta Masyarakat* adalah mereka yang menggunakan teknologi komunikasi jaringan internet baik itu pada media handphone, laptop, komputer, aplikasi atau media sosial *whatsapp*, facebook, twitter, youtube, instagram maupun e-mail untuk berkomunikasi dan mengembangkan produk perusahaan, demi menyebarkan berita atau informasi kepada khalayak. Dengan demikian, tulisan ini memberi pemahaman baru terkait era kemajuan teknologi informasi dan komunikasi yang berdampak pada keberadaan masyarakat jaringan yang merambah pada perusahaan media massa atau public bagi khalayak luas salah satunya perusahaan *Duta Masyarakat*.

Kata kunci: Teknologi Informasi dan Komunikasi, Masyarakat Jaringan, Media Massa

Abstract

This article examines the existence of a network community in the mass media company Duta Masyarakat newspaper that applies information and communication technology. The network society at the Duta Masyarakat company are those who use internet network communication technology, be it on cellphones, laptops, computers, applications or social media WhatsApp, Facebook, Twitter, YouTube, Instagram or e-mail to communicate and develop company products, to spread news or information to the public. Thus, this article provides a new understanding regarding the era of advances in information and communication technology which has an impact on the existence of a network society that penetrates mass media companies or the public for a broad audience, one of which is the Duta Masyarakat company.

Keywords: *Information and Communication Technology, Network Society, Mass Media*

PENDAHULUAN

Secara harfiah, manusia tidak pernah terlepas dari adanya komunikasi. Manusia dituntut suatu pemahaman pada tatanan system sosial yakni *homo sociologicus* sebagai elemen tersosialisasi dari system sosial (Coleman, 2017: 5). Manusia tidak bisa hidup sendiri dan membutuhkan orang lain yang didalamnya untuk hidup bersama dengan orang-orang lainnya di masyarakat. Dalam masyarakatlah terbentuk interaksi dengan proses komunikasi untuk saling menyampaikan pesan.

Seiring berkembangnya waktu, komunikasi masyarakat tidak hanya terjadi pada ruang lingkup tertentu, namun meluas dan merata. Manuel Castells mengungkapkan bahwa perubahan yang terjadi di masyarakat tidak bisa hadir secara alami melainkan melewati beberapa tahapan (Sugihartati, 2014: 59). Melalui proses tersebut masyarakat secara perlahan mengikuti pola dan gaya hidup baru, hingga masyarakat bisa menciptakan budaya yang berbeda dari sebelumnya.

Proses komunikasi yang berubah tidak lepas dari unsur-unsur yang terkait didalamnya meliputi, komunikan, media, pesan, komunikator, *feedback* dan gangguan. Adanya unsur tersebut membuat manusia untuk berinovasi dalam mengembangkan teknologi informasi dan komunikasi, supaya kegiatan manusia relative cepat dan mudah.

Era saat ini komunikasi jangkauannya menjadi sangat luas, berbeda dengan sebelumnya dimana komunikasi masyarakat itu tidak leluasa dan terbatas. Mereka yang sebelumnya tidak mengenal teknologi komunikasi seperti telepon, *short message service* (sms), komputer, sampai internet, lambat laun menjadi paham dan diterapkan dalam kehidupan sehari-hari. Bahkan dalam bidang apapun, baik itu pendidikan, kesehatan, bisnis, dan lain sebagainya.

Untuk lebih jelasnya, maka tulisan ini mengerucutkan kembali mengenai masyarakat informasi yang disebut sebagai masyarakat jaringan oleh Manuel Castells yang ada saat ini, yang mengikuti perkembangan teknologi informasi dan komunikasi. Masyarakat jaringan disini berfokus pada *Duta Masyarakat*, perusahaan yang bergerak pada bidang media massa surat kabar.

Masyarakat jaringan merupakan masyarakat yang struktur sosialnya dibentuk oleh jaringan yang dikuasai teknologi informasi dan komunikasi berbasis mikroelektronik (Ohoiwutun, 2020: 101). Duta Masyarakat merupakan media massa atau surat kabar harian umum yang diterbitkan di Surabaya. Perusahaan tersebut menjadi salah satu media massa yang menggunakan teknologi informasi dan komunikasi dalam pekerjaannya. Seperti e-mail, instagram, facebook, youtube dan teknologi informasi dan komunikasi lainnya.

METODE

Penelitian ini menggunakan penelitian kualitatif deskriptif. Pengumpulan data dilakukan secara pustaka atau literature. Sumber data diterapkan dengan mengkaji berbagai buku, artikel media massa hingga hasil penelitian yang relevan dengan topic penelitian yang dikaji mengenai teknologi informasi dan komunikasi, serta masyarakat jaringan pada perusahaan duta masyarakat. Analisis penelitian ini yakni dengan memahami sumber data yang paling relevan dengan permasalahan penelitian, serta mencatat bagian-bagian penting yang sesuai dengan topic penelitian.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Teknologi Informasi dan Komunikasi

Istilah “teknologi” berasal dari bahasa Yunani dan terbagi menjadi dua kata yakni “*technē*” artinya keahlian, dan “*logia*” berarti pengetahuan. Seperti hal yang diungkapkan Heidegger, kata “*technē*” juga sebagai seni pikiran (*the arts of the mind*) dan seni halus (*fine arts*). Dalam Yunani kuno, *technē* dan *epistēmē* saling dihubungkan dan disebut sebagai pengetahuan. Pengetahuan praktis disebut sebagai *technē*, sedangkan *episteme* tentang pengetahuan teoritis yang eksak atau pasti (Lim, 2008: 50).

Menurut Zulkarnaen, teknologi mengacu pada obyek benda yang digunakan untuk memudahkan pekerjaan manusia, seperti mesin, perangkat keras, dan seterusnya. Seiring berkembangnya zaman, pengertian teknologi tidak hanya dianggap sebagai obyek benda, melainkan sebuah konsep yang berhubungan dengan penggunaan dan pengetahuan tentang keahlian yang dapat memberikan pengaruh pada kemampuan manusia. Dengan demikian, adanya teknologi dapat memberikan kemudahan bagi manusia dalam beraktivitas (Zulkarnaen, 2014).

Heidegger mengatakan bahwa terdapat beberapa pendapat terkait pemahaman teknologi, ada yang mengartikan teknologi sebagai sarana untuk suatu tujuan, sedangkan lainnya mengatakan bahwa teknologi adalah bagian dari aktivitas manusia. Adanya kedua pemahaman tersebut dapat dipadukan bahwasanya dalam mencapai suatu tujuan harus disertai dengan aktivitas manusia. Perangkat yang disusun secara kompleks dan menyeluruh untuk sebuah tujuan merupakan teknologi. Teknologi adalah penemuan atau alat (*contrivance*), dalam bahasa Latin “*instrumentum*” (Lim, 2008: 44).

Menurut Don Ihde, salah seorang filsuf Amerika, hubungan manusia dengan teknologi terdiri dari 4 aspek. Pertama, terdapat hubungan kebertubuhan antara manusia dengan teknologi seakan-akan menjadi satu bagian dengan manusia, misalnya manusia menggunakan teknologi dalam beraktivitas. Kedua, hubungan hermeneutic dimana teknologi dibaca sebagai teks yang harus ditafsirkan, seakan teknologi merupakan representasi dunia dalam mempermudah manusia melihat dunia., misalnya jam, jendela, thermometer dan lain-lain. Ketiga, adanya hubungan keberlainan dimana teknologi dipandang sebagai sesuatu yang lain. Hal ini teknologi cenderung mengambil sebagian kecil dunia manusia yang sesungguhnya, selanjutnya membentuk dunia tersendiri. Misalnya, computer, video game, dan lainnya. Terakhir, hubungan teknologi sebagai latar belakang dan masih sedikit untuk memperoleh perhatian. Teknologi keberadaannya tidak begitu disadari manusia sehingga teknologi tidak berpengaruh apapun pada manusia. misalnya, pendingin ruangan (AC) (Swaradesy, 2021: 23-24).

Sedangkan, Informasi adalah data yang diolah sedemikian rupa agar penerima informasi mudah memahami dan menerimanya. Data adalah sumber informasi. Menurut Gordon B. Davis, data adalah bahan mentah bagi informasi, dan dirumuskan menjadi kelompok lambang-lambang yang menunjukkan jumlah-jumlah, tindakan, hal-hal, dan seterusnya sehingga tidak acak. Informasi berfungsi sebagai penambah pengetahuan terutama mengurangi ketidakpastian (ambigu) bagi pemakai atau penerima informasi, dan memberikan standard serta aturan bagi pengambil keputusan (Hutahaean, 2014: 9).

Menurut Dayat Suryana, Informasi dikelompokkan menjadi tiga bagian, (1) informasi strategis, informasi sebagai pengambil keputusan jangka panjang meliputi informasi eksternal, rencana perusahaan, dan seterusnya; (2) informasi taktis, informasi sebagai pengambil keputusan jangka menengah, seperti penyusunan rencana penjualan, dan seterusnya; dan (3) informasi teknis, informasi sebagai keperluan operasional sehari-hari, misalnya laporan kas harian dan retur penjualan. Informasi dapat berupa data mentah data yang tersusun, saluran komunikasi, dan sebagainya (Suryana, 2012: 24-25). Arti dari kata “informasi” dalam karya ilmiah Hengki Tamando Sitohang, adalah data yang telah diolah sehingga lebih berguna bagi penerima informasi (Sitohang, 2018: 7).

Kata “komunikasi”, secara etimologi berasal dari bahasa Latin “*communis*” artinya membuat kebersamaan atau membangun bersama antara dua orang atau lebih. Secara

terminologi, komunikasi adalah proses penyampaian pernyataan atau pesan individu kepada individu lainnya. Proses komunikasi dianggap sebagai penyaluran informasi atau pesan dari komunikator kepada komunikan. Menurut Harold D. Lasswell, komunikasi adalah proses yang menggambarkan apa yang dikatakan seseorang, melalui apa, siapa yang dituju dan efek yang disebabkan didalamnya (Suprpto, 2009: 6-7).

Terdapat beberapa elemen komunikasi, yaitu sumber (komunikator), encoding, pesan, saluran, decoding, penerima (komunikan), umpan balik (*feed back*), dan gangguan. Komunikator adalah pengirim pesan yang menyalurkan ide atau gagasan kepada penerima pesan. Sumber atau komunikator dapat berupa individu, kelompok, maupun organisasi. Encoding adalah kegiatan yang dilakukan untuk pengirim pesan untuk memaknai ide yang disampaikan kepada penerima pesan, sehingga penerima pesan memahaminya. Pesan (*messages*) menurut Dominick, adalah produk fisik actual yang telah diterjemahkan sumber sedmikian rupa. Saluran (*channel*) adalah cara atau media yang dilalui pesan sehingga pesan dapat diterima penerima. Decoding adalah suatu kegiatan menginterpretasikan pesan ke dalam suatu bentuk yang dapat memiliki arti bagi penerima. Penerima (*receiver*) adalah target dari pesan. Umpan balik adalah respon dari penerima pesan. Gangguan merupakan segala sesuatu yang mengintervensi proses pengiriman pesan (Morissan, 2013: 16-26).

Pada dasarnya, istilah teknologi informasi komunikasi berasal dari dua aspek, yaitu teknologi informasi dan teknologi komunikasi. Teknologi informasi berkaitan dengan alat atau obyek benda, dan penemuan untuk mengelola data atau informasi. Sedangkan teknologi komunikasi merupakan penggunaan alat untuk mentransfer atau menyampaikan data dari perangkat satu ke perangkat lainnya (Wikipedia, 2023).

Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa teknologi informasi dan komunikasi adalah segala hal penemuan atau alat yang digunakan untuk memudahkan aktivitas manusia dalam mengumpulkan, memproses, dan menyalurkan informasi. Jenis teknologi informasi dan komunikasi, diantaranya internet, handphone, laptop/notebook, flashdisk, surat elektronik atau e-mail, radio, televisi, computer, dan sebagainya.

Pola Penggunaan Teknologi Informasi Dan Komunikasi

Pola penggunaan adalah cara atau kebiasaan dalam menggunakan sesuatu. Sedangkan yang dimaksud dengan pola penggunaan teknologi informasi dan komunikasi yaitu cara

atau kebiasaan menggunakan media produk teknologi informasi dan komunikasi. Produk tersebut meliputi internet, komputer, televisi, media sosial (*whatsapp, twitter, facebook, dst*), handphone, e-mail, dan lain sebagainya.

Seiring berkembangnya waktu, teknologi informasi dan komunikasi semakin mengalami kemajuan. Adanya hal tersebut menjadikan kebiasaan atau gaya hidup baru bagi masyarakat luas, seperti halnya cara menggunakan teknologi informasi dan komunikasi. Sebelumnya, teknologi informasi dan komunikasi yang hanya bisa dipakai dan dimiliki oleh kalangan tertentu (menengah ke atas), saat ini mulai dirasakan semua kalangan bahkan tidak ada batas tertentu. Selain itu, interaksi dan komunikasi yang terjalin dalam ruang dan waktu yang terbatas, sekarang mengalami perubahan yakni penggunaannya tidak lagi memiliki batasan dalam berkomunikasi maupun mencari informasi.

Pola penggunaan dalam hal ini dikaitkan dengan tiga dimensi yakni, selektivitas, keterlibatan, dan pemanfaatan. Selektivitas berhubungan dengan isi media, jenis media, dan terpaan media. Keterlibatan meliputi ruang dan waktu yang disediakan individu dalam mengonsumsi isi media. Sedangkan pemanfaatan berhubungan dengan pemanfaatan dari konten yang diakses (Sunarwan, 2013: 151).

Masyarakat Jaringan

Dalam perkembangannya, perubahan sosial yang ada di masyarakat tidak pernah habis. Berbagai transformasi, pembangunan, serta inovasi menjadikan sebuah dunia semakin berkembang dari waktu ke waktu. Perkembangan masyarakat dari yang sederhana (tanpa adanya teknologi), kemudian berkembang menjadi masyarakat modern yang menggunakan teknologi hingga modern kontemporer atau *post-industrial*. Perubahan sosial tersebut didukung adanya beberapa peran, seperti ilmu pengetahuan, pendidikan, serta revolusi teknologi informasi. Peran dari beberapa unsur tersebut kemudian menciptakan kapitalisme informasi dan masyarakat informasi.

Perubahan masyarakat informasi tidak lepas dari adanya beberapa tahapan. Sejak 1970-an, masyarakat informasi dianggap sebagai kehidupan baru yang menjadi sebuah tujuan, dimana dunia itu dijadikan sebagai sasaran untuk perubahan di masa depan. Misalnya yang terjadi di negara-negara maju seperti Jepang, Amerika Serikat dan negara-negara Eropa mulai mengenalkan kebijakan baru untuk mengembangkan sektor informasi pada perekonomian. Selain itu, Amerika Serikat dan negara-negara maju lainnya mulai

menciptakan program baru yakni pengembangan infrastruktur informasi modern atau *information superhighway* pada tahun 1990-an. Menurut Manuel Castells, seorang teoritikus modernisme kontemporer yang menghasilkan karya atau teori tentang informasionalisme dan perkembangan masyarakat jaringan (*network society*), menganggap bahwa teknologi informasi telah menjadi peran utama dalam kehidupan sehari-hari, dan mengubah pola dan gaya hidup masyarakat (Sugihartati, 2014: 59-60).

Sebelumnya, gagasan tentang masyarakat informasi dipelopori oleh Daniel Bell pada awal 1970-an, kemudian Castells mengembangkan ide tersebut melalui konsepnya masyarakat jaringan. Ia menjelaskan pandangan tentang kemunculan masyarakat, kultur dan ekonomi baru dari sudut pandang revolusi teknologi informasi seperti televisi, komputer, dan seterusnya. Castells menilai bahwa perubahan pada teknologi informasi telah menyebabkan fundamental dalam sistem kapitalis hingga membentuk kapitalisme informasional. Kemudian pada akhir abad ke-19, Castells juga menganggap bahwa masyarakat yang dipengaruhi perkembangan informasi disebut sebagai masyarakat jaringan (Sugihartati, 2014: 59-61). Menurut Castells, karakteristik masyarakat jaringan terdiri dari, Jaringan perusahaan (*The network enterprise*), konsekuensi budaya (*Cultural consequences*), ruang arus (*The space of flows*), *timeless time*, kekuatan identitas (*The power of identity*), dan era perubahan (*Epochal change*) (Putra dan Hidayatullah, 2020: 199-200).

Di era masyarakat jaringan, internet dianggap sebagai jaringan komunikasi yang terdesentralisasi dan menjadi alat utama untuk interaksi di masyarakat. Manuel Castells mengembangkan pemikirannya tentang masyarakat informasi yang berpacu pada lima karakteristik dasar teknologi informasi, meliputi, *pertama*, informasi merupakan bahan baku ekonomi. *Kedua*, teknologi informasi memiliki dampak yang luas bagi individu dan masyarakat. *Ketiga*, teknologi informasi memberikan kemampuan pengolahan informasi jaringan dalam organisasi dan proses ekonomi. *Keempat*, adanya teknologi informasi dan logika jaringan membentuk perluasan dimana proses, organisasi, dan lembaga mudah diubah dan diciptakan. *Terakhir*, teknologi individu menjadi sistem yang terpadu atau menyatu (Sugihartati, 2014: 59-62).

Castells juga mengungkapkan bahwa kemunculan masyarakat jejaring berasal dari penggabungan atau pengintegrasian (konvergensi) sejarah dari tiga proses independent,

yakni, paradigma 1920-an adanya revolusi teknologi informasi, restrukturasi kapitalisme dan statisme 1980-an yang membahas kontradiksi yang ada sehingga keputusan yang berbeda muncul, serta Gerakan sosial budaya 1960-an sampai 1970-an, adanya feminisme dan ekologisme. Dari ketiga konvergensi diatas dapat memiliki dampak tertentu, yakni *pertama*, memunculkan perekonomian informasional seperti perekonomian perusahaan, perekonomian suatu wilayah atau negara yang mana sumber produktivitas dan daya saing bergantung pada ilmu pengetahuan, informasi dan teknologi mereka. *Kedua*, adanya aktivitas dan bentuk perekonomian global yang berbeda dengan perekonomian dunia. Ekonomi global merupakan realitas baru di era masyarakat informasional dimana aktivitas ekonomi secara luas berpotensi kerja pada *real time*. Biasanya terjadi pada pasar uang, mata uang, inovasi teknologi, komunikasi media, dan jasa pelayanan bisnis berkelanjutan. *Ketiga*, jaringan perusahaan yang mulai berkembang. Jaringan perusahaan adalah hubungan khusus antara perusahaan-perusahaan yang berbeda dan diatur secara *ad hoc* (diimprovisasi) untuk kepentingan tertentu, yang dapat diubah dan dihilangkan apabila tujuannya terpenuhi. *Keempat*, munculnya transformasi kerja dan lapangan pekerjaan. *Kelima*, terbentuk polarisasi sosial dan marginalisasi atau eksklusi sosial di masyarakat. *Keenam*, di era masyarakat informasi mulai terbentuknya budaya virtual yang nyata, dimana media berperan utama dalam menjembatani hubungan atau interaksi masyarakat (Sugihartati, 2014: 64-68).

Dengan demikian, keberadaan masyarakat jaringan mampu mempertemukan masyarakat, organisasi bahkan perusahaan dalam jangkauan global. Mereka dalam berkomunikasi tidak lagi ada batasan ruang dan waktu, melainkan sudah bisa mengakses dunia secara menyeluruh, bahkan interaksi masyarakat bisa menjangkau dimanapun dan kapanpun.

Profil Perusahaan Duta Masyarakat

Secara umum Duta Masyarakat adalah perusahaan yang bergerak di bidang periklanan atau surat kabar. Dari segi sejarahnya, surat kabar ini digagas oleh KH. Wahid Hasyim setelah Nadlatul 'Ulama (NU) keluar dari Masyumi dan menjadi partai politik sendiri. Duta Masyarakat berdiri pada 1950-an oleh Pengurus Besar Nadlatul 'Ulama (PBNU). Seperti surat kabar (koran) pada zamannya, Duta Masyarakat diterbitkan untuk kepentingan menyebarkan gagasan-gagasan dan aspirasi partai menjelang pemilu tahun

1955. Pada saat itu, nama Duta Masyarakat (DM) menjadi satu-satunya yang dipilih dalam rapat PBNU (HS, 2012).

Pada tanggal 2 Januari 1954, *Duta Masyarakat* pertama kali diterbitkan. Lokasi penerbitan berada di sekitar wilayah Jakarta. Kantor pertama berada di Jalan Sawah Besar 2R Djakarta. Beberapa tahun kemudian berpindah lokasi di Jalan Menteng Raya No. 24 dengan percetakan yang bernama N.V Pertj. dan penerbit "TIMBUL". Pada saat itu, redaksi awal *Duta Masyarakat* dipimpin oleh Asa Bafagih dan kawan-kawan serta mengantongi izin terbit pada 31 Oktober 1958 No. 81/109/PPDSIDR/958 disertai dengan SIPK 1602/1/A/1575.

Pada 1958 susunan redaksi mengalami perubahan dimana redaksi dipimpin oleh Hasan, dan pemangku jabatan direksi adalah ZA Rachman. Perusahaan *Duta Masyarakat* semakin berkembang dan lebih profesional ketika pemangku tertingginya dikelola oleh Saifuddin Zuhri. Kemudian, pada tahun 1959-1970 berganti kepemimpinan yang dikelola oleh Mahbub Djunaidi.

Pada masa orde lama hingga orde baru, keberadaan *Duta Masyarakat* telah mengisi kekosongan media umat Islam setelah *Harian Abadi* yakni surat kabar resmi milik Masyumi ditutup karena pengaruh Partai Komunis Indonesia (PKI) pada Agustus 1960. Pada 1960 hingga 1970 keberadaan *Duta Masyarakat* semakin berkembang dan meluas sampai di kota-kota besar di seluruh Indonesia, meliputi Sumatera, Jawa Barat, Jawa Tengah, Jawa Timur, Balikpapan, Kalimantan Selatan, dan Bima (Sumbawa).

Pada 1971, *Duta Masyarakat* mengalami kemunduran karena sulit dalam bidang pendanaan serta tekanan akibat kasus pemberitaan hasil pemilu 1971. Hasil pemilu dari *Duta Masyarakat* tersebut tidak sesuai dengan hasil pemerintah. Sehingga pada akhirnya *Harian Utama* koran ini berhenti terbit pada 1971 dan mengalami vakum selama 27 tahun.

Pada 1998 era reformasi, *Duta Masyarakat* telah dibuka kembali dan berubah nama menjadi *Duta Masyarakat Baru* yang dipelopori oleh Jawa Pos Group bidang dari Dahlan Iskan. Lahirnya *Duta Masyarakat Baru* yaitu sebagai media partai PKB. Komisaris tertinggi dipegang oleh Gus Dur, pemimpin umum harian utama tersebut dipimpin oleh Syaifullah Yusuf atau Gus Ipul, Gus Mus sebagai pemimpin redaksi dan wakilnya Arif Afandi, serta redaktur pelaksana yakni M. Mas'ud Adnan. Untuk pertama kalinya, *Duta*

Masyarakat Baru beredar di Jakarta dan berkantor di Jalan Kebayoran Lama No. 17 Jakarta Selatan.

Keberadaan *Duta Masyarakat Baru* mengalami kesulitan dalam memproduksi setelah berjalan selama 3 (tiga) bulan karena proses produksi saat ini berada di Surabaya. Dengan adanya hal tersebut, *Duta Masyarakat Baru* dipindah di kantor Jawa Pos yang terletak di Surabaya, sedangkan kegiatannya berada di kantor PWNJ Jalan Darmo. Hal itu semua masih tidak luput dari adanya kesulitan setelah beberapa bulan memproduksi, sehingga pada akhirnya pemimpin perusahaan beralih kepada Hasyim Muzadi. Tahun 2001, pemimpin dialihkan kepada Choirul Anam (Cak Anam) dikarenakan pada masa Hasyim Muzadi proses produksi tidak berjalan lancar karena ongkos cetak terlalu mahal.

Adanya perubahan kepemimpinan, nama perusahaan pun diubah dari *Duta Masyarakat Baru* menjadi *Harian Umum Duta Masyarakat* yang berkantor di Gedung Bisma Jalan Kutisari Indah Barat VI/1 Surabaya, kemudian pindah di Gedung Astra Nawa Jalan Gayungsari Timur No. 35 Surabaya. Beberapa tahun kemudian membuka cabang di Jakarta yang beralamatkan Jalan Kramat 6 No. 8 Jakarta Pusat. Edisi tahun 2004, susunan redaksi terdiri dari; penasehat Gus Dur, Gus Mus, KH. Sahaf Mahfudh, dan Gus Ipul. Sedangkan pemimpin umum oleh Cak Anam, pemimpin redaksi Abdullah Zaim, dan redaktur pelaksana Mokhammad Kaiyis (Zaini, 2017).

Surat kabar *Duta Masyarakat* berperan untuk menyebarkan berita dan informasi kepada khalayak atau pembaca. Strategi yang digunakan adalah dari sisi internal yang diambil dari pusat informasi, seperti terdapat peristiwa, acara atau peringatan apapun. Kemudian, didalamnya terdapat tim-tim yang telah memiliki tugas masing-masing guna mengambil dan menyaring berita untuk disampaikan kepada khalayak. Berita yang diperoleh harus sesuai dengan apa yang terjadi di masyarakat.

Sebuah perusahaan tidak asing lagi dengan istilah “visi dan misi”. Visi dan misi merupakan salah satu hal yang membentuk inti bisnis. Visi dan misi menggambarkan apa yang akan dilakukan perusahaan dan untuk mencapai tujuan dari perusahaan. Untuk lebih jelasnya, kita harus memahami apa yang dimaksud dengan visi dan misi, serta perbedaan dari kedua istilah tersebut.

Visi adalah suatu pemikiran yang melampaui realitas sekarang, hal cipta yang belum pernah ada, dan akan diwujudkan dimasa depan. Pemimpin yang memiliki visi adalah

mereka yang memiliki kemampuan untuk berfikir realitas saat ini, menciptakan hal yang belum pernah ada sebelumnya, kemudian berkemampuan untuk mewujudkan hal baru untuk kedepannya (Lasdi, 2002: 156). Sedangkan misi merupakan suatu pernyataan tentang apa yang harus dicapai oleh perusahaan atau organisasi oleh pihak yang memiliki kepetingan kedepannya (Setiawan, 2023).

Perbedaan visi dan misi ialah, visi mendeskripsikan tujuan perusahaan atau organisasi di masa yang akan datang, umumnya menggambarkan apa yang ingin diwujudkan organisasi atau perusahaan. Sedangkan misi mendeskripsikan rencana apa yang dilakukan organisasi atau perusahaan dalam menggapai visi. Misi menjelaskan tentang fungsi dan kegiatan yang dilakukan perusahaan (Juwita, 2023).

Sebagaimana perusahaan pada umumnya, surat kabar *Harian Umum Duta Masyarakat* juga mempunyai visi dan misi perusahaan. Visinya ialah menjadikan media sebagai sumber informasi positif khususnya bagi umat Islam, dan seluruh bangsa Indonesia umumnya sehingga tercipta masyarakat yang adil, makmur, berkarakter Islami menuju negeri yang *baldatun toyibatun warobbun ghofur*. Sedangkan misinya adalah mengajak pembaca berfikir positif, serta berperan aktif dalam gerakan dakwah Islam, disertai dengan pola informasi dan teknik jurnalistik yang benar. Kemudian, meningkatkan fungsi dan peran *Duta Masyarakat* dalam penyebarluasan nilai-nilai Islam. Menjaga dan mempertahankan nilai-nilai *Ahlussunnah Wal-Jamaah*. Sehingga melalui misi tersebut, *Duta Masyarakat* harus memberikan *space* khusus rubrik religi atau keagamaan (Duta.co, 2023).

Berdasarkan visi dan misi tersebut, dapat diketahui bahwasanya perusahaan *Harian Umum Duta Masyarakat* ingin memberikan informasi berbasis agama, selain itu juga menyangkut peristiwa politik maupun keadaan sosial ekonomi, pendidikan, gaya hidup yang ada di masyarakat.

a. Bidang pekerjaan perusahaan

Perusahaan *Duta Masyarakat* bergerak pada bidang media cetak atau surat kabar. Sedangkan media onlinenya ialah Duta.co. Fokus medianya menyebarkan informasi atau berita. Informasi tersebut tidak langsung disebarkan, melainkan diproses terlebih dahulu. Misalnya pada media cetak seperti koran, dengan halaman yang terbatas maka redaktur memfilternya terlebih dahulu agar hasilnya memuaskan. Selain menyaring informasi apakah informasi tersebut layak

dipublikasikan, format penulisan juga diperbaiki. Contoh produk perusahaan *Duta Masyarakat* pada media online *duta.co*.



Gambar 1

Surat kabar *Harian Umum Duta Masyarakat*

Sumber: *duta.co*

b. Struktur perusahaan

Dalam suatu badan atau perusahaan terdapat adanya struktur pelaksana dalam menunjang produksi atau tujuan perusahaan. Struktur tersebut dirancang sedemikian rupa demi keberlangsungan perusahaan sehingga tetap eksis. Seperti halnya dengan perusahaan lainnya, *Duta Masyarakat* memiliki struktur pelaksana yang disebut dengan redaksi. Redaksi tersebut meliputi, Penasehat ahli terdiri dari A. Mustofa Bisri, As'ad Said Ali, dan Dr. H. Alwi Shihab; Pemimpin umum atau

penanggung jawab yaitu Drs. Choirul Anam; Direktur yaitu Mokhammad Kaiyis; Direktur operasional yaitu Achmad Hizbullah Fahry; General manager yaitu Eko Pamuji; Redaktur pelaksana ialah Mohammad Hakim; Koordinator daerah ialah Mahrus Ali; Event yakni Imam Ghozali; Redaktur terdiri dari Endang Lismari, Tri Suryaningrum, Abdur Rohman, dan Imam Ghozali; Wartawan Surabaya meliputi Ahmad Fathis Su'ud, Abd. Aziz, Andi Mulya, Tunggal Teja Asmara, dan Henoch Kurniawan; Fotografer yakni Ridho'i dan Wiwik Wulandari; Desain grafis meliputi Ismail Amrulloh (koordinator), Ahmad Faiz Muda, Sulistyorini, Abida Al Aliyah, dan Imron; Karikaturis yakni Iskandar Zubair; IT Support yakni Miftakhul Ulum Syaifulloh; serta Website dipegang Sovie Dina Kumala.

Selain dari beberapa bidang yang disebutkan diatas, terdapat pula bidang lain yang disebut dengan biro daerah yang bertugas untuk meliput berita sesuai wilayah yang dapat dijangkau masing-masing anggota. Biro daerah tersebut meliputi, Heru (Situbondo); Ahmad Faisol (Probolinggo); Abdul Aziz dan Hamzah Pujiono (Pasuruan); Lukmanul Hakim dan Ali Imron (Lumajang); Haryono (Bondowoso); Jamhari (Banyuwangi); Ihya Ulumiddin (Jember); Moh Amin (Bangkalan); Fathurahman (Sampang); Habib As Siddiq (Pamekasan); Ahmad Yani, Yudi Irawan, dan Luthfi (Biro Sidoarjo); M. Soppii, Agus, dan Abdul Salim (Gresik); Kadam Mustoko dan Sunardi (Lamongan); Kusaini (Bojonegoro); Rio Hendra (koor), Muhammad Zen, dan Haris Sugiarto (Malang Raya); Arif Rahman dan Yusuf Widayat (Mojokerto); Nurul Yaqin, dan Muhtazuddin (Jombang); Budi Riyanto (Kediri); Adi Mulyadi (Nganjuk); Agoes Basoeki dan Aribowo (Madiun); Hendik Budi Y (Blitar); Fuad (Tulungagung); Ayu Mila Sari dan Tata Renata (Trenggalek); Syaiful Adam (Tuban); Siti Noor Aini (Ponorogo); serta Khoirul Huda Sabily (Jakarta) (Duta.co, 2023).

Duta masyarakat memiliki struktur perusahaan yang efektif dan tidak lupa sesuai dengan keahlian masing-masing anggota. Penerapan struktur ini memberikan kemudahan dalam pekerjaan demi mencapai visi dan terlaksananya misi dengan baik.

Teknologi Informasi Komunikasi dan Masyarakat Jaringan pada *Duta Masyarakat*

1. Penerapan Teknologi Informasi dan Komunikasi *Duta Masyarakat*

Sebagaimana yang telah dijelaskan sebelumnya, Teknologi Informasi dan Komunikasi adalah segala hal penemuan atau alat yang digunakan untuk memudahkan aktivitas manusia dalam mengumpulkan, memproses, dan menyalurkan informasi. Terdapat berbagai macam teknologi informasi dan komunikasi seperti internet, e-mail, aplikasi atau media sosial *whatsapp*, *twitter*, *facebook*, *handphone* (nirkabel) atau *telephone* (portabel), *laptop*, *komputer*, dan teknologi lainnya. Keseluruhan teknologi informasi dan komunikasi tersebut diterapkan demi berlangsungnya proses komunikasi dan sebagai sumber informasi.

Penerapan teknologi yang dijadikan sebagai sarana sumber informasi dan komunikasi pada perusahaan *Duta Masyarakat* yang dominan adalah internet. Internet yang dimanfaatkan pada jenis media *handphone*, *laptop*, *komputer*, media sosial *whatsapp*, *facebook* yaitu *Duta.co*, *twitter Duta.co*, *instagram harianduta.co*, *youtube Astranawa channel* maupun e-mail. Dalam mencari sumber informasi dan memproses informasi berita atau peristiwa, tidak lepas dari adanya bantuan internet. Bahkan proses interaksi antar karyawan pun tidak luput dari jaringan internet yang merupakan bagian dari TIK. Selain itu, terdapat pula teknologi seperti *kamera* dan *handycam* yang digunakan untuk merekam video.

Diketahui dari pola penggunaannya, teknologi informasi dan komunikasi sudah menjadi aktivitas sehari-hari bagi perusahaan *Duta Masyarakat*. Seperti halnya dengan internet, dimensi selektivitas yaitu jenis media yang dipilih misalnya *handphone*, *laptop*, serta *komputer*. Dimensi keterlibatannya adalah setiap bekerja kapanpun dan dimanapun mereka akan mengakses internet terutama dalam hal berkomunikasi dan mengirim berita. Pada dimensi pemanfaatan, akses internet digunakan untuk mengirim atau mengupload berita kepada karyawan untuk diproses, kemudian diinformasikan kepada khalayak melalui media sosial.

2. Masyarakat Jaringan pada *Duta Masyarakat*

Masyarakat jaringan merupakan masyarakat yang telah mengalami perkembangan informasi. Mereka dalam berkomunikasi tidak lagi ada batasan ruang dan waktu, melainkan sudah bisa mengakses dunia secara global. Interaksi masyarakat bisa

menjangkau dimanapun dan kapanpun. Selain itu, internet dianggap sebagai jaringan komunikasi yang terdesentralisasi dan menjadi alat utama untuk interaksi di masyarakat. Seperti halnya yang ada pada perusahaan *Harian Umum Duta Masyarakat*, dimana masyarakat jaringan sudah mulai terbentuk didalam perusahaan tersebut. Masyarakat jaringan tersebut tidak luput dari adanya kemajuan teknologi informasi dan komunikasi (TIK).

Masyarakat jaringan yang ada pada perusahaan *Duta Masyarakat* adalah terjalannya komunikasi efektif serta informasi yang memadai melalui penggunaan teknologi informasi dan komunikasi, baik itu bagi pemimpin redaksi, redaktur, dan personal lainnya yang ada dalam perusahaan. Dalam perusahaan tersebut, memiliki jaringan komunikasi seperti internet, e-mail, media sosial *whatsapp*, *twitter* (*duta.co*), *facebook* (*duta.co*), *youtube astranawa channel*, *instagram harianduta.co*, *handphone* atau *telephone* (*portabel*), *laptop*, *komputer*, *handycam* dan teknologi lainnya. Dari semua penggunaan TIK tersebut dapat membentuk dan memperkuat jaringan informasi antar personal dalam perusahaan *Duta Masyarakat* terutama dalam memproses berita.

Penggunaan internet seperti e-mail dikhususkan untuk meng-input berita atau sumber informasi dari sumber atau karyawan. Seluruh berita dari berbagai daerah seperti Surabaya, Sidoarjo, dan daerah lainnya akan masuk ke dalam e-mail yang sama. Perusahaan ini hanya mengandalkan satu e-mail dalam menerima berita. Melalui e-mail tersebut, beberapa tim yang sudah ada tugas tertentu, melakukan pekerjaannya masing-masing terutama berdasarkan wilayah masing-masing atau yang bisa dijangkau.

Pada proses e-mail tersebut, jika dalam bentuk media cetak, berita yang masuk kemudian di olah atau di edit. Setelah itu dikirim kepada redaktur yang mengelola berita tersebut. Apabila redaktornya sudah meng-edit berita, maka berita tersebut (*file*) disimpan di server tertentu yang sudah ada sebelumnya, dan disampaikan kepada pihak *lay-out* untuk didesain sedemikian rupa. Sehingga dapat dikirim ke pihak percetakan.

Selain jaringan komunikasi yang berbasis e-mail, terdapat pula grup-grup tertentu seperti *WhatsApp*. Aplikasi tersebut ada pada setiap tim kerja, misalnya grup khusus wartawan, per-iklanan, *lay-out*, dan sebagainya. Selain grup pribadi khusus tim, terdapat pula grup *WhatsApp* yang didalamnya memuat beberapa tim atau bagian.

Grup WhatsApp cenderung lebih aktif pada tim wartawan, sebab wartawan ada sumber berita yang harus senantiasa *up-to-date* dalam menyerap informasi, dan dibagikan kedalam grup tersebut. Namun, dalam menerima informasi atau berita tersebut harus dikoordinasi terlebih dahulu sehingga tidak terjadi *hoax*.

Selain menyebarkan kepada tim wartawan sendiri, tim lain juga ikut andil dalam penerimaan berita. Misalnya ketika terdapat berita atau informasi baru, maka tim lain juga berperan serta dalam meliput berita. Dari situlah timbul kerjasama antar tim, yang mana mereka saling bahu-membahu demi tercapainya tujuan yakni menyebarkan dan memberikan informasi kepada khalayak sebagaimana adanya.

Selain penggunaan grup *WhatsApp*, terdapat penggunaan teknologi lainnya seperti telepon, handphone untuk *Short Message Service* (SMS), dan aplikasi grup *Blackberry Messenger*. Kemudian, saat ini banyak khalayak yang menggunakan media sosial, maka pihak perusahaan berinisiatif membuat akses baru yakni media sosial. Melalui media sosial juga lebih mudah dalam meng-upload berita atau informasi kepada khalayak dibandingkan website. Misalnya ketika orang-orang membuka link facebook, maka pihak *duta.co* menyuguhkan link-link berita agar mereka mengetahui informasi baru serta mengenalkan *harian umum duta masyarakat*, terutama bagi yang mengikuti (*follow*) media sosial pihak *duta.co*. Pengguna media sosial tidak hanya berlaku di masyarakat dalam negeri, melainkan juga luar negeri. Sehingga melalui media sosial itulah surat kabar *Harian Umum Duta Masyarakat* dikenal masyarakat luas.

Dari adanya penjelasan mengenai penerapan teknologi tersebut, dapat diketahui adanya kelebihan dan kekurangan bagi perusahaan tersebut. adapun kelebihannya yakni pertama, dapat menghubungkan informasi antara satu sama lain, meskipun jarak mereka terlampau jauh. Kedua, penggunaan e-mail terkesan praktis, bisa diakses kapanpun dan dimanapun. Ketiga, menerima berita atau informasi lebih mudah dan cepat.

Sedangkan dari segi kekurangannya, penggunaan e-mail menjadi lebih sulit diterima apabila kapasitas ukuran file, baik itu video, gambar atau berita yang diakses atau diterima terbatas.

Berdasarkan pemaparan diatas, diketahui bahwa penggunaan atau penerapan teknologi informasi dan komunikasi sebagai masyarakat jaringan yakni adanya

pemanfaatan teknologi informasi dan komunikasi bagi pihak perusahaan *Duta Masyarakat* adalah komputer, laptop, handphone, internet, e-mail dan media sosial seperti WhatsApp, facebook, twitter, Blackberry Messenger, intagram, serta youtube. Media tersebut digunakan untuk mencapai komunikasi yang lebih baik dan cepat khususnya dalam memproses berita. Adanya penerapan teknologi tersebut memberikan kemudahan bagi mereka dalam bekerjasama dan membentuk masyarakat jaringan sebagaimana ungkapan Manuel Castells, bahwasanya teknologi informasi telah menjadi peran utama dalam kehidupan sehari-hari, terutama dalam pekerjaan. Selain itu, Di era masyarakat jaringan, internet dianggap sebagai jaringan komunikasi yang terdesentralisasi dan menjadi alat utama dalam melakukan interaksi sebagaimana pada perusahaan *Duta Masyarakat*.

PENUTUP

Masyarakat jaringan merupakan masyarakat yang telah mengalami perkembangan informasi dan teknologi informasi telah menjadi peran utama dalam kehidupan sehari-hari, terutama dalam pekerjaan. Mereka dalam berkomunikasi tidak lagi ada batasan ruang dan waktu, melainkan sudah bisa mengakses dunia secara global. Masyarakat jaringan pada perusahaan *Duta Masyarakat* adalah mereka yang menerapkan teknologi komunikasi jaringan internet baik itu pada media handphone, laptop, komputer, aplikasi atau media sosial *whatsapp*, facebook, twitter, youtube, instagram maupun e-mail untuk berkomunikasi dan mengembangkan produk perusahaan, demi menyebarkan berita atau informasi sebagaimana yang ada di masyarakat kepada khalayak. Melalui teknologi informasi dan komunikasi tersebut, dapat membentuk dan memperkuat masyarakat jaringan pada surat kabar *Duta Masyarakat*.

DAFTAR PUSTAKA

- Coleman, J. S. (2017). *Dasar-Dasar Teori Sosial: Foundations of Social Theory*. Penerbit Nusa Media.
- Duta.co. (2023). Diakses pada 16 Juni 2023. <https://duta.co/tentang-kami>
- Duta.co. (2023). Diakses pada 16 Juni 2023. <https://duta.co/redaksi>
- Hutahaean, J. (2014). *Konsep Sistem Informasi*. Deepublish.
- Juwita, M. (7 Februari 2023). 3 Contoh Visi Misi Perusahaan Inspiratif, plus Manfaat dan Tips Membuat. Diakses 16 Juni 2023. <https://glints.com/id/lowongan/contoh-visi-dan-misi-perusahaan-inspiratif/>
- Lasdi, L. (2002). Balanced Scorecard Sebagai Kerangka Pengukuran Kinerja Perusahaan Secara Komprehensif dalam Lingkungan Bisnis Global. *Jurnal Widya Manajemen & Akuntansi*, 2(2), 156.
- Lim, F. (2008). *Filsafat Teknologi: Don Ihde tentang Dunia, Manusia dan Alat*. Kanisius.
- Morissan. (2013). *Teori Komunikasi: Individu Hingga Massa*. Kencana.
- Ohoiwutun, B. (2020). Masyarakat Jaringan Menurut Manuel Castells Sebuah Pengantar dan Tanggapan Singkat Barnabas Ohoiwutun. In *Melangkah Dengan Akal Budi, Karsa dan Karya*. PT Kanisius.
- Putra, K. A. D., & Hidayatullah, F. (2020). Literasi Privasi sebagai Upaya Mencegah Pelanggaran di Era Masyarakat Jaringan. *Jurnal Signal*, 8(2), 199–200.
- Setiawan, S. (24 Mei 2023). Perbedaan Visi dan Misi: Pengertian, Tujuan, Dan Contohnya. Diakses 16 Juni 2023. <https://www.gurupendidikan.co.id/visi-dan-misi/>
- Sitohang, H. T. (2018). Sistem Informasi Pengagendaan Surat Berbasis WEB pada Pengadilan Tinggi Medan. *Jurnal Informasi Pelita Nusantara*, 3(1), 7.
- Sugihartati, R. (2014). *Perkembangan Masyarakat Informasi & Teori Sosial Kontemporer*. Kencana.
- Sunarwan, B. (2013). Pola Penggunaan TIK di Lingkungan Masyarakat Pedesaan (Survei pada Komunitas Anggota Penerima PNPM Provinsi Jambi). *Jurnal Studi Komunikasi Dan Media*, 17(2), 151.
- Suprpto, T. (2009). *Pengantar Teori dan Manajemen Komunikasi*. MedPress.
- Suryana, D. (2012). *Sistem Teknologi Informasi Jilid 3: Sistem Informasi Penggajian Karyawan*.

CreateSpace.

Swaradesy, R. G. (2021). Hubungan Manusia dan Teknologi dalam Tinjauan Filsafat Teknologi Don Ihde (Studi Film Say Hello To Yellow Karya BW Purba Negara). *LayaR: Jurnal Ilmiah Seni Media Rekam*, 8(1), 23–24.

S, H. S. H. (29 September 2012). Duta Masyarakat. Diakses 16 Juni 2023.

<http://www.nu.or.id/post/read/39996/duta-masyarakat>

Wikipedia. Teknologi Informasi Komunikasi. Diakses 16 Juni 2023.

https://id.wikipedia.org/wiki/Teknologi_informasi_komunikasi

Zaini, A. (2017). *Dinamika Pers Nadlatul 'Ulama (NU): Studi Sejarah dan Perkembangan Harian Umum Duta Masyarakat tahun 1954-2016 M*. Universitas Islam Negeri Sunan Ampel.

Zulkarnaen, J. M. (2014). *Efektivitas Penggunaan Teknologi Informasi dan Komunikasi dalam Meningkatkan Prestasi Belajar Pendidikan Agama Islam Siswa Kelas X Teknik Komputer dan Informatika di SMK Negeri 3 Bojonegoro*. Universitas Islam Negeri Sunan Ampel.