

## **MEDIA KONVENSIONAL SUDAH PUPUS?**

Oleh: Dr Siti Suriani Othman, Pensyarah Kanan, Fakulti Kepimpinan dan Pengurusan (FKP)  
Universiti Sains Islam Malaysia (USIM)

&

Nur Amirah Zolkepli, Pelajar Tahun Tiga, Program Komunikasi,  
Fakulti Pengajian Bahasa Utama (FPBU), Universiti Sains Islam Malaysia (USIM)

*Disiarkan pada 17 July 2020*

Benarkah teori yang mendakwa media konvensional akan pupus kerana khalayak lebih suka membaca berita dalam talian? Teori ini boleh jadi benar atau sebaliknya.

Melihat dari segi kewujudan bidang dan amalanewartawanan itu sendiri, bidangewartawanan media konvensional mungkin tidak pupus kerana manusia sentiasa dahagakan bahan berita untuk dibaca.

Kemunculan media sosial sering dilihat sebagai ancaman terhadap kelangsungan media konvensional khususnya dari segi keuntungan hasil iklan yang tinggi sebelum ini.

Pada masa yang sama, industri media konvensional tidak dapat menafikan hakikat bahawa teknologi digital mempermudah perkongsian bahan berita kepada orang ramai.

Maka, persoalan yang lebih besar adalah tentang tindakan yang perlu dilakukan untuk memastikan bidangewartawanan media konvensional terus relevan pada masa hadapan dan berfungsi sewajarnya.

Pertama, kualiti dan kredibiliti berita yang disiarkan oleh organisasi media konvensional adalah lebih tinggi berbanding yang ditulis oleh netizen.

Perkara ini berkait dengan persembahan berita yang lebih mendalam dan penyediaan analisis yang lebih lengkap berbanding hanya memberi jawapan terhadap persoalan 5W dan 1H.

Pada masa dahulu, penyediaan bahan berita yang berpandukan kepada enam persoalan asas tersebut merupakan kepakaran media cetak.

Kini, sesiapa sahaja boleh menulis dalam media sosial dan menular tulisan mereka dengan pantas.

Organisasi media konvensional pula berdepan cabaran menyiarkan liputan yang mendalam, berautoriti dan berkredibiliti tinggi untuk memberi nilai tambah terhadap berita yang dihasilkan.

Usaha ini memerlukan kajian dan siasatan terperinci bagi mengupas isu yang ingin dibentangkan.

Corak pemberitaan berita semasa yang dahulunya ringkas dan padat kini berubah menyerupai penulisan majalah yang lebih panjang dan mendalam.

Selain itu, kualiti berita yang dihasilkan mesti tinggi agar orang ramai tidak keberatan membelanjakan sejumlah wang untuk membacanya.

Usaha ini bukan mudah kerana persaingan hebat yang ditimbulkan oleh lambakan kandungan percuma yang disediakan dalam talian.

Namun, penjanaan keuntungan melalui kandungan berbayar bukan sesuatu yang mustahil untuk dilakukan kerana media Barat mula meraih pendapatan menerusi kaedah ini.

Cuma nilai keuntungan yang diperoleh setakat ini adalah jauh lebih rendah daripada jumlah yang dijana media tradisional sebelum ini melalui jualan akhbar dan iklan.

Pada masa ini, belum ada model perniagaan baharu yang dapat mengembalikan zaman kegemilangan media konvensional.

Kita tidak pasti berapa lama media konvensional mampu bertahan dalam era ledakan media sosial ketika ini. Mungkin 10 tahun lagi dan mungkin juga lebih awal.

Apa yang pasti, kewartawan media konvensional pasti lenyap ditelan zaman jika kandungan yang dihidangkan masih di takuk lama.

Anjakan paradigma diperlukan dalam setiap organisasi media konvensional agar bahan berita yang dihasilkan berkualiti tinggi, mencabar pemikiran pembaca dan lebih ke hadapan berbanding media sosial.





Sumber : Google



Sumber : Google