



PERKEMBANGAN MEDIA BACA DI ERA DIGITAL DALAM PERSPEKTIF KOMUNIKASI, TEKNOLOGI, DAN MASYARAKAT

Trias Syaifulina¹, Irwansyah^{2*}, Dkk.

¹ Program Studi Magister Ilmu Komunikasi FISIP, Universitas Pelita Harapan

² Staf Pengajar Ilmu Komunikasi FISIP, Universitas Indonesia

ARTICLE INFO

Article history:

Received: 20 Des 2022

Accepted: 5 Jun 2023

Published: 14 Jun 2023

Keyword:

Read, Analog Reading Media, Digital Reading Media

ABSTRACT

Kemajuan teknologi informasi dan komunikasi menjadi salah satu faktor yang memengaruhi perkembangan media baca. Masyarakat yang semula banyak menggunakan media baca analog kini mulai beralih menggunakan media baca digital. Artikel ini bertujuan untuk memberikan tinjauan holistik dan meningkatkan kejelasan konsep bacaan dan media baca. Metode *literature review* dilakukan untuk menghasilkan kajian kerangka konseptual yang menjelaskan fenomena membaca dengan menggunakan berbagai media baca yang berkembang di era digital.

Advances in information and communication technology are one of the factors that influence the development of reading media. People who previously used a lot of analog reading media are now starting to switch to using digital reading media. This article aims to provide a holistic view and increase the clarity of the concept of reading and reading media. The literature review method is carried out to produce a conceptual framework study that explains the phenomenon of reading using various reading media that are developing in the digital era.

PENDAHULUAN

Beberapa tahun yang lalu, sejumlah asosiasi, jurnal-jurnal, dan departemen berganti nama dengan menghilangkan istilah komunikasi massa dan me-*rebranding* diri mereka menjadi media dan komunikasi. Selain itu, istilah konsep-konsep baru mulai muncul yang mengindikasikan bahwa telah terjadi perubahan pada ide-ide. Istilah tersebut diantaranya "*mediation*", "*mediatization*", "*medialization*", "*mediation*", "*remediation*", the "*mediatic turn*" dan masih banyak lagi (Livingstone, 2009). Istilah media sendiri berasal dari kata "*mediate*" yang berarti di tengah atau menengahi, berada diantara kita dan dunia sosial, dikutip dari Livingstone (2009) dalam (Reese & Lee, 2012).

Berdasarkan laporan pada tahun 1985, *Becoming a Nation of Reader: The Report of the Commission on Reading*, Anderson dan rekan-rekannya mendefinisikan apa itu membaca dalam lima prinsip yang diusulkan, yaitu, membaca: 1. adalah sebuah proses konstruktif, 2. diharuskan sampai lancar, 3. harus berstrategi, 4. butuh motivasi, dan 5.

merupakan keterampilan yang terus menerus berkembang (Anderson et al., 1985). Dalam hal ini membaca didefinisikan sebagai proses membangun makna dari teks tertulis dan mencatat bahwa membaca adalah keterampilan kompleks yang membutuhkan koordinasi sejumlah sumber informasi yang saling terkait. Namun, Pearson dan Cervetti mengusulkan agar definisi membaca lebih diperluas agar mencakup perkembangan baru di bidang yang menekankan kembali peran penting teks dan konteks dalam konstruksi makna (Pearson & Cervetti, 2015). Untuk mencerminkan hal ini, di mana definisi difokuskan pada teks dan konteks, RAND *Reading Study Group* mengartikan membaca sebagai proses ekstraksi serta konstruksi makna melalui interaksi dan keterlibatan bahasa tertulis yang disebut sebagai *reading comprehension* atau pemahaman bacaan (RAND Reading Study Group, 2002). Dalam kedua definisi ini terdapat dua perbedaan esensial. Definisi BNR pada tahun 1985 lebih menekankan pada teks, aktivitas, dan juga pembaca. Sedangkan definisi menurut RAND 2002 lebih memperhatikan konteks sosiokultural yang lebih luas, di mana dan melalui apa proses membaca terjadi (Frankel et al., 2016).

Menurut Tennant (2013) dalam (Aliponga, 2013), untuk tingkat yang paling bawah, membaca adalah mengenal kata-kata, mengenal huruf individu sederhana, dan cara huruf-huruf ini membentuk kata tertentu dengan arti masing-masing kata tidak hanya pada tingkat individu tetapi merupakan bagian dari teks. Hal ini memperlihatkan bahwa membaca merupakan salah satu keterampilan dasar pokok yang harus seseorang miliki. Membaca menjadi faktor utama bagi pertumbuhan intelektualitas dan emosional seseorang. Berkembangnya ilmu pengetahuan di bidang teknologi komunikasi membuat manusia merasa perlu untuk memproduksi bahan bacaan secara luas (Palani, 2012). Banyaknya bahan bacaan dan media baca yang tersedia saat ini memungkinkan semua orang untuk memperoleh informasi dari segala arah. Oleh karena itu, memahami perkembangan media baca dalam perspektif komunikasi, teknologi, dan masyarakat sangat diperlukan agar seseorang bisa memilih media baca yang tepat di era digital ini.

Latar belakang tersebut membawa kita pada rumusan masalah yang akan dibahas dalam artikel ini yaitu bagaimana perkembangan media baca di era digital. Fokus kajian penulisan ini mengarah kepada karakteristik media baca serta perkembangannya di era digital jika dilihat dari perspektif komunikasi, teknologi, dan masyarakat.

Artikel ini bertujuan selain untuk memberikan ulasan holistik dan meningkatkan kejelasan mengenai konsep baca dan media baca, juga bertujuan untuk mengetahui karakteristik media baca di era digital. Penelitian ini juga diharapkan memberikan manfaat dalam bidang komunikasi baik secara langsung ataupun tidak langsung. Antara lain dapat memberikan sumbangsih pemikiran bagi perkembangan media baca di era digital yang terus berkembang sesuai dengan kebutuhan masyarakat, memberikan manfaat teoritis untuk memperluas konsep-konsep yang disajikan, menjadi pijakan untuk penelitian-penelitian berikutnya yang berkaitan dengan baca dan media baca, serta dapat menambah wawasan dan pengalaman langsung mengenai karakteristik media baca di era digital.

Terdapat sejumlah penelitian terdahulu yang berfokus pada baca dan media baca. da Silveira (2021) dalam jurnalnya meneliti apakah memori sebuah informasi dipengaruhi oleh media cetak atau media digital. Hasil menunjukkan bahwa dengan menggunakan media cetak, menghafal akan lebih efisien dan respon rata-rata dari mereka yang membaca instruksi secara digital lebih rendah daripada yang membaca instruksi dari media cetak. Konteks perdebatan mengenai konsekuensi membaca layar dibandingkan dengan membaca dari kertas dibahas dalam jurnal Deszcz-Tryhubczak & Huysmans (2018). Dalam jurnal tersebut diperlihatkan tentang penggunaan media digital anak-anak dan preferensi

medianya, termasuk membaca dalam konteks keluarga, pembacaan digital di perpustakaan umum, dan sekolah. Penelitian tersebut bertujuan untuk meningkatkan pemahaman tentang cara-cara membaca yang kini berubah. Verma & Malviya (2010) dalam jurnalnya membahas dampak internet dan media digital terhadap kebiasaan membaca. Kebiasaan membaca tradisional pengguna perpustakaan kini telah berubah seiring dengan perubahan lingkungan dan budaya kerja. Orang-orang sekarang mencari kesempatan untuk membaca konten dalam mode elektronik. Hasil penelitian Ackerman dan Goldsmith (2011) dalam (da Silveira, 2021) menyimpulkan bahwa orang cenderung menganggap media cetak sebagai sumber yang lebih baik untuk membaca secara mendalam dan menganggap media digital sebagai cara yang lebih cocok untuk membaca cepat dan dangkal, seperti berita pendek, *e-mail*, dan forum. Singer & Alexander (2017) melakukan tinjauan literatur untuk memeriksa peran yang dimainkan oleh media cetak dan digital dalam memahami teks. Analisis menunjukkan bahwa relatif sedikit peneliti yang mendefinisikan membaca atau membaca digital.

Artikel ini menggunakan teori komunikasi massa yaitu teori media baru yang digagas oleh Mark Poster, David Holmes, dan Pierre Lévy. Melalui teori ini konsep media dilonggarkan dari komunikasi massa ke berbagai media, mulai dari yang sangat luas hingga lingkup pribadi (Littlejohn et al., 2017). Perbedaan antara era media pertama dan kedua dijelaskan oleh David Holmes dalam tulisannya. Tanda-tanda abad media pertama diperlihatkan dengan produksi terfokus dari satu ke banyak, komunikasi satu arah, adanya kontrol negara, terdapat ketimpangan sosial lewat media, massa yang terfragmentasi, dan pembentukan kesadaran sosial. Berbeda dengan abad pertama, di abad media yang kedua lebih banyak terdesentralisasi dan dibuat oleh pengguna itu sendiri (banyak ke banyak, atau banyak ke sedikit), terjadi komunikasi dua arah, di luar kendali negara, lebih demokratis, mempromosikan kesadaran individu, dan lebih berorientasi pada individu (Littlejohn et al., 2017). Adapun kebaruan artikel ini adalah mengembangkan penjelasan menyeluruh mengenai konsep baca dan karakteristik media baca di era digital, dilihat dari perspektif komunikasi, teknologi, dan masyarakat. Hasil kajian ini juga diharapkan dapat menjadi referensi akademis dalam mengamati fenomena baca melalui media digital.

METODE PENELITIAN

Metode penelitian yang digunakan dalam artikel ini adalah tinjauan literatur (*literature review*) dengan pendekatan kualitatif. Relevansi literatur sangat penting untuk meneliti semua disiplin ilmu dan semua proyek penelitian. Ketika membaca sebuah artikel, penulis akan mengawalinya dengan mendeskripsikan penelitian terdahulu sebagai pemetaan dan penilaian wilayah penelitian. Hal ini dimaksudkan untuk memotivasi tujuan mempelajari penelitian dan membenarkan penelitian serta hipotesis. Secara umum istilah tersebut dikenal dengan “tinjauan literatur”, “kerangka teori”, atau “latar belakang penelitian” (Snyder, 2019).

Tinjauan literatur adalah jalan terbaik untuk mensintesis temuan penelitian, menunjukkan bukti pada meta-level, dan mengungkap area mana yang memerlukan banyak penelitian, yang merupakan komponen utama dalam menciptakan kerangka teoritis dan membangun model konseptual (Snyder, 2019). Menurut Baumeister dan Leary, 1997; Tranfield, Denyer, dan Smart, 2003 dalam (Snyder, 2019), sebuah tinjauan literatur secara luas dapat menggambarkan kurang lebih cara pengumpulan yang sistematis dan mensintesis penelitian sebelumnya. Webster dan Watson (2002) dalam (Snyder, 2019)

berpendapat bahwa melakukan tinjauan dengan baik dan efektif akan membentuk pondasi yang kuat dalam memajukan pengetahuan dan memfasilitasi pengembangan teori.

Dengan mengintegrasikan temuan dan perspektif dari banyak temuan empiris, tinjauan literatur mungkin adalah alat metodologis terbaik untuk menjawab pertanyaan penelitian dengan kekuatan yang tidak dimiliki oleh satu penelitian pun. Selain itu, tinjauan literatur berguna ketika bertujuan untuk memberikan gambaran tentang masalah tertentu atau permasalahan penelitian. Umumnya tinjauan literatur jenis ini dilaksanakan untuk mengevaluasi pengetahuan tentang topik tertentu. Tinjauan literatur memberikan dasar untuk membangun model atau teori konseptual baru, dan dapat berharga ketika bertujuan untuk memetakan pengembangan penelitian lapangan tertentu dari waktu ke waktu (Snyder, 2019). Langkah-langkah yang perlu dilakukan agar tinjauan literatur menjadi metodologi penelitian yang tepat seperti halnya penelitian lain adalah dengan memastikannya akurat, tepat, dan dapat dipercaya (Moher et al., 2009 dalam (Snyder, 2019)).

Dalam proses pencarian literatur yang akan dianalisis, penulis mencari berdasarkan kata kunci yang diajukan yang kemudian dipecah menjadi beberapa bagian, yaitu media, media analog dan media digital, baca, serta media baca. Berbagai jenis literatur seperti buku, jurnal, dan hasil penelitian terdahulu dikumpulkan untuk kemudian dianalisis dan dibahas. Penggunaan tinjauan literatur yang relevan dan mumpuni, diharapkan dapat meningkatkan kejelasan konsep serta memberikan ulasan holistik dari konsep yang telah ada.

HASIL PENELITIAN

1. Media

Para ahli menciptakan berbagai metafora untuk menangkap berbagai aspek media dalam buku *Theories of Human Communication* karya Littlejohn dan rekan-rekan. Salah satunya adalah Joshua Meyrowitz yang menyajikan tiga metafora untuk mengidentifikasi cara berpikir tentang media yaitu *medium as environment*, *medium as vessel*, *medium as language* (Littlejohn et al., 2017). Sebagai mentor McLuhan, karya Harold Adams Innis sangat mempengaruhi ide-ide McLuhan dalam menafsirkan media. Innis berpendapat bahwa media komunikasi merupakan esensi dari peradaban, dan sejarah merupakan hasil dari arahan media yang dominan di setiap masanya. Menurut McLuhan dan Innis, media merupakan ekstensi dari pikiran manusia. Namun, McLuhan menelusuri lebih jauh dengan memaknai media sebagai pesan itu sendiri (*medium is the message*) yang tercantum dalam salah satu karyanya *Understanding Media* (McLuhan, 1964).

Menurut McLuhan, media adalah perpanjangan eksistensi manusia yang menjadi bagian dari dalam diri mereka dan dengan berbagai media yang ada telah memperluas indra dan saraf kita (McLuhan, 1964). Jauh sebelum istilah revolusi digital diperkenalkan, McLuhan telah berintuisi menganalisis perubahan teknologi yang tertuang di dalam buku *The Gutenberg Galaxy*. McLuhan membagi perkembangan teknologi berdasarkan karakter medianya menjadi 3 era. Era tribal/kesukuan, era cetak, dan era elektronik yang jika dielaborasi lebih dalam lagi era cetak membahas tentang media analog, dan era elektronik saat ini berkembang pesat membahas media digital dengan pengaruh teknologi komputer dan internet (McLuhan, 1962).

Mediamorfosis adalah istilah yang diperkenalkan oleh Roger Fidler pada tahun 1990 untuk merujuk pada transformasi media komunikasi. Transformasi ini biasanya

sebagai akibat dari interaksi kompleks antara rasa akan kebutuhan, persaingan yang penuh tekanan dan politik, serta perubahan pembaruan sosial dan teknologi (Fidler, 1997). Fidler dalam bukunya yang berjudul *Mediamorphosis – Understanding New Media*, membuat enam kategori prinsip dasar dalam mediamorfosis.

Prinsip pertama adalah koevolusi dan koeksistensi yang menjelaskan bahwa semua bentuk media komunikasi hidup berdampingan dan terlibat bersama dalam sistem adaptif yang berkembang dan kompleks. Prinsip kedua yaitu metamorfosis di mana media baru tidak muncul tiba-tiba atau spontan dan mandiri, mereka muncul dari metamorfosis media lama. Selanjutnya adalah penyebaran/perambatan, perbanyak format-format media komunikasi yang muncul menyebarkan karakter-karakter dominan dari format-format sebelumnya. Prinsip berikutnya adalah bertahan hidup (*survival*), beradaptasi dan berkembang untuk bertahan hidup dalam perubahan lingkungan adalah keharusan bagi semua bentuk media komunikasi dan perusahaan. Prinsip yang kelima adalah kesempatan dan kebutuhan. Secara luas, media baru tidak diadopsi pada manfaat teknologi saja, harus selalu ada peluang seperti alasan sosial, politik, dan atau ekonomi yang memotivasi untuk mengembangkan teknologi baru. Adapun prinsip yang terakhir adalah *delayed adoption* di mana butuh waktu lebih lama dari yang diharapkan bagi teknologi media baru untuk mencapai kesuksesan komersil. Mereka membutuhkan setidaknya satu generasi manusia (20-30 tahun) untuk berkembang dari pembuktian konsep ke adopsi luas (Fidler, 1997).

Sedangkan Dennis McQuail mendefinisikan empat kategori utama dari media baru sebagai hasil produk dari mediamorfosis. Empat kategori itu diantaranya media komunikasi interpersonal seperti surat elektronik atau *email*, permainan komputer untuk media bermain interaktif, mesin pencari jaringan sebagai media pencarian informasi, dan media partisipatif seperti dalam *net chat room* (Burton, 2005).

2. Media Analog dan Media Digital

Dalam bukunya yang berjudul *An Introduction to Digital Media*, Tony Feldman mengilustrasikan pemahaman mengenai informasi analog dan digital dengan membayangkan analog sebagai ekspresi pengalaman kita tentang dunia nyata, lalu digital dibayangkan sebagai sebuah ekspresi dunia yang secara eksklusif dimiliki oleh komputer (Feldman, 1997). Sedangkan menurut McLuhan (2017), teknologi lama dalam hal ini analog diistilahkan sebagai *mechanical* dan teknologi baru dalam hal ini digital merupakan perkembangan dari *electrical*. Straubhaar, Larose, dan Davenport menyatakan bahwa saat ini hanya sedikit komunikasi analog murni yang masih lazim digunakan, di mana komunikasi analog murni dikondisikan ketika seseorang mendengarkan apa yang dikatakan dan melihat ekspresi wajah ketika berada di sebuah ruangan (Straubhaar et al., 2012). Komunikasi analog secara umum bekerja dengan kontinu menggunakan variasi sinyal yang sesuai terhadap cahaya atau suara yang berasal dari sebuah sumber (Straubhaar et al., 2012). Kalimat ini diperkuat dengan sebuah contoh cara kerja jam tangan kuno yang ketika kita melihatnya ada gerakan terus menerus berubah dengan berbagai kecepatan berdasarkan relativitas skala jam, menit, dan detik yang ditampilkan. Tampilan semacam inilah yang merupakan sifat dasar analog di mana tidak ada kesenjangan dalam informasi sehingga diibaratkan sebagai aliran yang berkelanjutan (Feldman, 1997).

Berbeda halnya dengan digital informasi. Straubhaar dan koleganya mendefinisikan digital sebagai informasi yang dapat dibaca komputer dengan format 1s dan 0s

(Straubhaar et al., 2012). Media digital mencakup segala bentuk media informasi dan data yang diproduksi, didistribusi, dan diterima dalam bentuk digital. Termasuk komponen di dalamnya adalah teks, gambar, video, dan animasi yang juga berlaku untuk konten digital yang dihasilkan dari segala bentuk komputer digital (seperti PC, laptop, tablet, atau ponsel) (Earnshaw, 2017).

Dengan demikian, suara, gambar, dan teks oleh teknologi digital diubah menjadi format yang mampu dibaca oleh komputer dalam bentuk digit biner (bit) yang di dalamnya terdiri dari 1s dan 0s dan secara elektronik dikodekan dengan teknologi digital. Pada dasarnya karakter informasi digital adalah terputus-putus jauh dari cerminan nilai yang terus menerus berubah seperti sifat dasar analog (Feldman, 1997). Dalam dunia digital tidak ada istilah “on” atau “off” juga tidak ada diantaranya. Teknologi digital berbicara dalam bahasa yang dikenal dengan kode biner, yaitu terdiri dari dua simbol angka 0 dan 1 yang dalam istilah komputer simbol ini dikenal dengan bit (*binary digit*). Bit merupakan sebuah elemen informasi terkecil sebagai karakter informasi komputer yang terdiri dari 8 bit dengan urutan khusus. Urutan keseluruhan inilah yang disebut dengan *byte* (Feldman, 1997).

Hal ini memperlihatkan bahwa perbedaan informasi analog dan informasi digital terletak pada kemudahannya. Apa yang dapat kita lakukan dengan mudah menggunakan informasi digital tidak dapat dilakukan dengan mudah oleh informasi analog. Feldman mengategorikan keunikan informasi digital menjadi 5 hal. Informasi digital dapat dimanipulasi, dapat terhubung ke dalam jaringan, bersifat padat, dapat dikompresi, dan tidak memihak (Feldman, 1997). Feldman juga berpendapat bahwa dunia yang familiar dengan media analog dan mengalami percepatan ke arah dunia dimana media digital mendominasinya, saat itulah terjadinya revolusi digital, atau kita bisa mengambil kata kunci bahwa revolusi digital adalah pergeseran dari analog ke digital (Feldman, 1997).

3. Baca

Beberapa pengertian membaca menurut para ahli telah dibahas di dalam pendahuluan. Membaca dalam perspektif komunikasi merupakan interpretasi terhadap pesan dalam bentuk tulisan hingga mendapatkan makna tertentu, seperti halnya berbicara/berdialog pada rekan sendiri yaitu teks, seperti teks dalam koran analog maupun dalam menjelajahi internet (Straubhaar et al., 2012). Adapun pendapat lain mengenai definisi membaca datang dari Purcell-Gates, Duke, and Stouffer (dalam Frankel et al., 2016) . Menurut mereka definisi dari membaca harus melangkah lebih maju lagi dengan memperhatikan proses yang terjadi di dalam konteks “praktik literasi yang dibangun secara sosiokultural”. Hal ini termasuk nilai, kepercayaan, dan kekuasaan hubungan yang menjadi ciri dari praktik tersebut. Utamanya adalah hal-hal yang berhubungan dengan bahasa, gender, suku, agama, ekonomi, dan geopolitik. Frankel dan rekan-rekannya setuju dengan definisi yang diperluas ini dan memberi usulan mengenai perspektif yang membutuhkan fokus dari membaca menjadi literasi (Frankel et al., 2016).

The PISA 2018 Assessment and Analytical Framework (OECD, 2019b) memberikan pengertian dan gambaran lebih detail mengenai pelajaran yang diasesmen dalam PISA 2018, yaitu literasi membaca, literasi matematika, dan literasi sains. Dalam teksnya tersebut literasi membaca diartikan sebagai kemampuan dalam memahami, menggunakan, mengevaluasi, merenungkan, dan terlibat dengan teks untuk meraih tujuan, mengembangkan pengetahuan dan potensi diri, serta ikut berpartisipasi dalam

masyarakat (OECD, 2019a). Frankel dan rekan-rekan sendiri mendefinisikan literasi sebagai proses penggunaan membaca, menulis, dan bahasa verbal untuk mengekstraksi, mengonstruksi/membangun, mengintegrasikan, dan mengkritik makna lewat interaksi dan keterlibatan dengan teks multimodal dalam konteks sosial praktik (Frankel et al., 2016).

4. Media Baca

4.1. Buku

Sampai bulan November 1964 tidak ada definisi internasional yang seragam tentang apa itu buku. Berbagai kriteria digunakan di berbagai negara untuk mendefinisikan buku yang memperumit pekerjaan persiapan dan penafsiran statistik penerbitan (UNESCO, 1965). Di negara Italia, buku diklasifikasikan sebagai kertas yang memiliki 100 halaman, sedangkan India tidak punya ketentuan tentang ukuran buku (UNESCO, 1965). Perumusan definisi pertama dari sebuah buku yang diterima oleh industri penerbitan adalah definisi UNESCO, yaitu publikasi cetak nonperiodik yang setidaknya memiliki 49 halaman, tidak termasuk materi liputan (Brouillette, 2014). Pada bulan November 1964, Konferensi Umum UNESCCO sepakat mengadopsi rekomendasi mengenai standardisasi statistik yang berkaitan dengan produksi buku dan terbitan berkala, yang memberi definisi untuk buku sebagai penerbitan cetak non berkala yang sekurang-kurangnya terdapat 49 halaman, tidak termasuk halaman sampul (UNESCO, 1965). Rekomendasi ini juga mendefinisikan pamflet, edisi pertama, edisi ulang, cetak ulang, terjemahan, dan judul (UNESCO, 1965). UNESCO juga mendukung dan memfasilitasi penemuan ISBN (Nomor Buku Standar Internasional) yang memudahkan penjualan internasional dan pelacakan judul (Brouillette, 2014).

Meadow (dalam Luck et al., 2016) mendefinisikan buku sebagai urutan halaman yang muncul yang berarti tanda komunikasi dan semuanya terikat menjadi satu dalam urutan yang resmi/terotorisasi. Penggunaan kata otorisasi dalam definisi ini menyiratkan bahwa buku dibuat oleh serangkaian mediator untuk menghasilkan urutan halaman yang benar (Luck et al., 2016).

Davidson mengemukakan (dalam Luck et al., 2016) bahwa ketika buku dianggap sebagai sebuah objek, maka ketika buku ada, bersamaan dengan itu buku dianggap sebagai objek fisik, sistem tanda, dan produk akhir dari bermacam-macam seni dan tenaga kerja yang kemudian menjadi titik awal komunikasi interkultural dan intrakultural (Luck et al., 2016). Gagasan tentang buku sebagai artikel fisik sepertinya cocok dengan tujuan berkomunikasi informasi, lebih lanjut lagi sebaiknya kompleksitas ditambahkan ke dalam definisi buku karena buku sering salah dianggap dan diidentifikasi sebagai teks (Topham, 2000). Banyak sejarawan buku menggunakan istilah "buku" sebagai singkatan untuk merujuk pada berbagai komunikasi tertulis, termasuk kodek tradisional, manuskrip, majalah, dan surat kabar. Oleh karena itu, menurut Rubbin (dalam Luck et al., 2016) sejarah dan studi tentang buku ini dapat dianggap sebagai studi tentang sejarah komunikasi tertulis.

Sebagaimana dikutip (dalam Luck et al., 2016), Howard berpendapat bahwa berdasarkan pengertian dasarnya, buku adalah perangkat untuk komunikasi informasi dan teknologi itu sendiri. Pengenalan codex dan pergeseran dari bentuk gulungan ke bentuk buku dapat dianggap sebagai salah satu kemajuan teknologi

terbesar dalam sejarah terbaru. Walaupun tidak dianggap sebagai teknologi menurut standar saat ini, tidak ada teknologi lain dalam sejarah manusia yang memiliki dampak dari penemuan ini (Luck et al., 2016). Kutipan Chartier 1994 dalam jurnal yang sama menyebutkan, jika dilihat dari sudut pandang buku sebagai artefak, perlu dipertimbangkan mengenai fakta bahwa sebuah buku akan tetap relatif tidak mengalami perubahan dari waktu ke waktu (Luck et al., 2016). Evolusi buku memperlihatkan pekerja yang berturut-turut terlibat dalam produksi buku digantikan oleh adopsi teknologi baru. Model Darnton yang diperbarui menunjukkan bahwa peran yang terlibat dalam produksi dan distribusi buku akan digantikan oleh penulis dan pembaca buku di masa depan (Luck et al., 2016). Bersamaan dengan perpindahan menuju ke ekspresi tekstual yang lebih pendek, dalam lingkungan membaca digital, elemen dasar definisi buku menurut UNESCO 1964 (tentang jumlah minimal halaman yang dicetak) harus ditinggalkan (Kovač et al., 2019).

4.2. Buku Elektronik (*e-book*)

Kedatangan model bisnis penerbitan baru membuat seluruh gagasan tentang buku membutuhkan pertimbangan ulang yang mendasar tentang bagaimana kita mendefinisikan buku dalam kaitannya dengan objek seperti buku dan bentuk teks lain. Pendekatan yang bisa dilakukan adalah bergerak lebih dekat ke definisi buku sambil mengakui hadirnya *buku* elektronik atau *e-book* dan buku audio (*audio book*) (Kovač et al., 2019).

E-book dapat diartikan secara beragam sebagai; teks berbentuk digital, buku yang diubah ke dalam bentuk digital, bahan bacaan digital, dan buku dalam format *file* komputer atau *file* elektronik dari kata-kata. *E-book* juga memiliki definisi sebagai gambar dengan pengidentifikasi unik metadata yang dapat diperlihatkan di layar komputer, atau membaca di komputer melalui jaringan, atau dilihat di *desktop/notebook/perangkat portable* khusus, atau semua jenis komputer, atau diformat untuk diperlihatkan ke pembaca *e-book* spesifik (Rao, 2004).

E-book sendiri dapat dikelompokkan menjadi empat implementasi utama berdasarkan lokasi isinya: 1. *E-book* yang bisa diunduh, kontennya tersedia di situs web untuk diunduh ke PC pengguna dan tidak diperlukan alat baca khusus, 2. Pembaca *e-book* khusus, isinya dapat diunduh ke perangkat keras khusus dengan layar berkualitas tinggi dan kemampuan spesial untuk membaca buku, 3. *E-book* yang bisa diakses melalui web, diterbitkan pada situs web penyedia, dan bisa diakses untuk biaya atau pembelian buku untuk menerima akses tanpa batas. 4. Buku cetak sesuai permintaan, isinya disimpan dalam sistem yang terhubung ke printer berkecepatan tinggi dan berkualitas tinggi serta salinan terikatnya diproduksi sesuai permintaan. Konten tersedia dalam bab demi bab berdasarkan kemungkinan terciptanya salinan tunggal dari buku yang disesuaikan di mana pengguna tidak membutuhkan seluruh buku (Rao, 2004).

Dalam perspektif komunikasi, *e-book* melibatkan pembacanya untuk menggunakan perangkat lunak yang ada di komputer untuk membeli dan mengunduh judul-judul dari vendor perpustakaan yang ada di internet. Sedangkan yang lain terkoneksi secara langsung ke perpustakaan melalui *link* atau tautan komunikasi (Rao, 2004). Salah satu keunggulan *e-book* secara teknologi adalah kustomisasi yang menawarkan fleksibilitas untuk mengubah kecerahan tampilan, ukuran, gaya font (terutama untuk tunanetra) dan untuk tambahan penanda (*markup*), anotasi, dan

tautan (Rao, 2004). Sejumlah besar judul buku *e-book* juga dapat dibawa kemana pun dalam satu kali, baik dalam bentuk memori atau rak buku virtual pribadi dalam jaringan (Rao, 2004). Beragam fasilitas multimedia juga dapat disediakan oleh *e-book* sebagai salah satu keuntungannya, diantaranya audio, video (*voice*, musik, *sound*, grafik, gambar atau klip video), dan ekstensi yang disediakan oleh fitur dengan aplikasi tambahan yang dapat meningkatkan *e-book* secara terintegrasi (Rao, 2004).

Ketersediaan dan kemudahan dalam mengakses *e-book* sangat bermanfaat bagi masyarakat. Kita dapat mengunduh sebuah judul dari internet dengan lebih cepat, lebih banyak, dan lebih nyaman daripada harus mengunjungi toko buku atau perpustakaan. Melalui toko *online* yang menawarkan layanan 24/7 serta tersedianya judul yang cenderung tidak dicetak lagi atau cetakan yang terbatas tetapi masih dapat dipinjamkan seperti di perpustakaan (Rao, 2004). Tidak sampai disitu, pencarian teks tentunya menjadi sangat mudah dilakukan dengan mencari kata kunci dan definisi di dalam teks. Begitupun jika dilihat dari perspektif lingkungan, keberadaan *e-book* disinyalir membutuhkan sedikit sumber daya lingkungan seperti kayu dan energi jangka panjang (Rao, 2004). *Paperless* adalah istilah familiar yang sering digunakan untuk menggambarkan hal ini. Dari keseluruhan pembahasan tentang buku dan buku elektronik, peran buku dalam sejarah sosial masyarakat dianggap lebih dari sekedar objek fisik, sebagai objek status, dan kekuasaan. Buku digunakan untuk menunjukkan status sosial karena banyak yang memiliki nilai finansial yang besar dan juga digunakan secara simbolis sebagai penghargaan atau pujian bagi penerima buku (Luck et al., 2016).

4.3. Surat Kabar

Banyak sekali jawaban yang diberikan atas sebuah pertanyaan mengenai apa itu surat kabar. Ada yang berpendapat surat kabar adalah mimbar rakyat, harta keempat, paladium dari kebebasan sipil kita, dan lain-lain (Tanikawa, 2017). Selama berabad-abad, surat kabar telah menyampaikan berita kepada masyarakat pembaca dan memberi tahu mereka tentang peristiwa penting hari ini (Tanikawa, 2017). Surat kabar cetak tampaknya telah berubah dalam konten, desain, dan gaya penulisan, mungkin dengan cara yang paling drastis. Hal ini sebagian besar dikarenakan media yang berubah secara radikal dengan munculnya outlet berita *online* telah mengikis model iklan dan pendapatan yang telah dijaga ketat oleh media cetak selama berabad-abad (Tanikawa, 2017). Surat kabar menjadi seperti majalah berita, menawarkan analisis panjang tentang peristiwa yang berkembang dari dunia dan menampilkan orang-orang yang layak diberitakan, perusahaan, serta tren sosial, dan pada saat yang sama menampilkan layout yang semakin mengutamakan foto (Franklin, 2008).

Surat kabar merupakan bentuk tulisan yang dituangkan melalui cetakan kertas yang berisi pemberitaan, pengetahuan, dan data. Produksi surat kabar dilakukan oleh perusahaan penerbit dengan karakteristik tertentu. Topik di setiap surat kabar sangat beragam mulai dari kondisi ekonomi, politik, hingga fashion sesuai kecenderungan dari pemiliknya. (Mangani & Tarrini, 2017).

Menurut Usher (dalam Tanikawa, 2017) surat kabar tidak dapat bersaing dengan media berita *online* berdasarkan kecepatan. Surat kabar membedakan diri mereka sendiri dengan meningkatkan kedalaman informasi, analisis, dan tren liputan yang tidak dipublikasikan di tempat lain. Surat kabar masih berusaha mempertahankan identitas mereka. Banyak artikel dengan latar belakang, perspektif,

serta interpretasi tentang peristiwa publik yang penting dan paling baru terjadi sehari sebelum artikel diterbitkan, untuk menambah sentuhan berita serta mengaburkan batas antara berita langsung dan artikel berita analitis (Fink & Schudson, 2014).

Selama beberapa dekade, surat kabar berada dalam posisi istimewa untuk menyediakan pengiklan dengan akses ke khalayak yang besar, yang menghasilkan keuntungan yang tinggi bagi perusahaan surat kabar. Namun, hal ini tidak terjadi lagi (Dekavalla, 2015).

4.4. Surat Kabar Elektronik (*e-paper*)

Dalam perkembangannya, surat kabar tidak harus dicetak dalam bentuk kertas melainkan bersifat digital. Perubahan ini disebut dengan surat kabar *online* yang dapat diakses melalui *website* di internet. Setiap surat kabar memiliki fitur komentar dan pelayanan informasi. Surat kabar *online* lebih mudah dan sederhana dibandingkan secara *offline* sebab konsumen dapat menikmati dan mendapatkan informasi tanpa keluar rumah. Selain itu, tidak ada biaya yang harus dikeluarkan dibandingkan surat kabar dalam bentuk fisik (Mangani & Tarrini, 2017).

Bentuk surat kabar *online* disebut dalam bahasa Inggris terutama di USA sebagai “edisi digital” atau “edisi replika digital”. Berlawanan dengan hal ini, istilah *e-paper* dalam beberapa wilayah digunakan untuk menggambarkan berbagai bentuk kertas elektronik. Oleh karena itu, dari segi teknologi pada tahap yang paling berkembang, akan membawa flat dan layar tampilan masa depan yang fleksibel (Hans-Jürgen Bucher et al., 2005). Di kalangan masyarakat, *e-paper* dipandang sebagai pelengkap surat kabar harian dan karena itulah digunakan dengan cara yang jauh lebih selektif (Hans-Jürgen Bucher et al., 2005). *E-paper* digunakan terutama di kantor, baik untuk penelitian teks profesional atau sebagai pengganti surat kabar cetak antara pukul 8.00 dan siang hari. Kelebihan dari *e-paper* adalah pembaca yang terbiasa dengan edisi cetak dapat merujuknya dengan tujuan yang jelas sehingga pembaca tahu dimana letaknya (Hans-Jürgen Bucher et al., 2005).

Dinamika dan kemajuan teknologi telah menjadi kemunduran serta tantangan bagi penerbit buku, surat kabar, dan majalah. Namun, surat kabar berhasil menyesuaikan kondisi aktual dan faktual sehingga mampu bertahan. Surat kabar berperan penting dalam komunikasi antarmanusia di ruang lingkup penggunaan internet. Digitalisasi dan modernisasi telah mempengaruhi bentuk surat kabar melalui penampilan *website*, pelayanan, dan fitur. Di setiap saluran media hampir disuguhkan surat kabar dalam bentuk berita, artikel, dan lainnya. Pemberitaan pada surat kabar menjadi permintaan utama bagi konsumen. Banyak surat kabar *online* dengan karakteristik beragam dan berkerjasama dengan *facebook*, *twitter*, dan *instagram* dalam menyebarkan berita itu sendiri (Leurdijk et al., 2012).

Cukup banyak orang yang masih menikmati halaman melalui berita dan menganggap bahwa produk kertas merupakan media yang paling berpengaruh di dunia. Hanya pada waktu-waktu setelah berita besar *World Trade Center* yang menggunakan media elektronik sehingga menjadi sorotan publik. Tetapi seiring berjalannya waktu, orang-orang bergantung pada liputan surat kabar untuk tindak lanjut dan kedalaman. Pembaca menyukai rasa keterhubungan yang nyata dengan dunia yang lebih luas (Fackler, 2003). Fungsi surat kabar sebagai “*A Global Perspective*” dengan tepat mengakui bahwa hubungan antar manusia yang kita

butuhkan tidak terbatas dalam hubungan nasional atau batas wilayah (Fackler, 2003).

4.5. Majalah

Secara etimologi, Harper (2001) dalam (Calcutt, 2014) menelusuri kata majalah di tahun 1580-an sebagai tempat untuk menyimpan barang terutama amunisi militer. Dalam bahasa Arab “makhazin” adalah bentuk jamak dari makhzan yang berarti gudang yang secara kiasan dari sudut publikasi merujuk pada gudang informasi (Calcutt, 2014).

Majalah merupakan bagian dari media massa dalam bentuk tulisan, gambar, dan cerita yang di dalamnya terdapat tulisan kritis, analitis, atau gambar yang menarik tergantung dari pemilik majalah tersebut (Hans-Juergen Bucher, 2005). Majalah juga bisa menjadi sumber informasi yang dapat dirujuk secara ilmiah. Sebagian besar jenis majalah didominasi oleh tulisan artikel dan sebagian lagi lebih banyak gambar seperti majalah fashion. Kedua jenis tersebut sama-sama memiliki tujuan memberi info tentang sebuah peristiwa tertentu ataupun produk kepada pembacanya. Frank Luther Mott mengatakan dengan pasti bahwa majalah itu adalah pamflet terikat yang diterbitkan kurang lebih secara teratur, berisi berbagai bahan bacaan dan konotasi hiburan yang kuat (Calcutt, 2014).

Majalah adalah publikasi tercetak dan terikat yang menawarkan liputan mendalam tentang kisah-kisah yang seringkali bersifat abadi (Calcutt, 2014). Majalah mendahului era digital dengan cara tertentu. Ada beberapa pengertian majalah. Masalah format, mekanisme distribusi, *platform*, dan periodisitas adalah semua variabel yang diadaptasi majalah dari waktu ke waktu. Dari sebuah koleksi dalam beberapa buku, selebaran/*leaflet* regular, majalah mingguan, “*glosies*” bulanan, majalah konsumen, “*freesheets*” harian, hingga majalah digital dan berbasis web yang terus berubah, masalah taksonomi dan definisi seputar majalah mendahului debat digital kontemporer tentang majalah (Das, 2016).

Walaupun menarik para pengiklan adalah elemen penting bagi sebagian besar majalah komersial, pentingnya pendapatan iklan tidak berlaku untuk semua. Beberapa jenis majalah misalnya, dibuat untuk barter atau berbagi kesenangan komunikasi pribadi yang kreatif di luar ekonomi kapitalis (Calcutt, 2014).

4.6. Majalah Elektronik (*e-magazine*)

Danneels (2004) dalam (Kamarulzaman et al., 2010) berpendapat bahwa kehadiran majalah elektronik dapat dilihat sebagai teknologi yang mengganggu rumah penerbitan tradisional. Disatu sisi internet telah mengganggu model bisnis perusahaan karena perusahaan harus memenuhi kebutuhan pembaca *online*. Di sisi lain, internet membantu untuk mempertahankan perusahaan karena pembaca sekarang mampu untuk membaca majalah cetak versi elektronik. Banyak majalah meluncurkan situs internet untuk memperluas pembaca mereka. Teknologi digital saat ini berarti orang dapat memulai majalah *online* tanpa produksi dan pengiriman biaya publikasi tercetak. Bahkan beberapa majalah hanya dipublikasikan melalui internet (Biagi, 2015).

Tanpa pembaca tidak akan ada majalah, tentu saja tidak ada komunikasi juga. Tetapi majalah seperti yang kita lihat dalam diskusi tentang filosofi editorial, secara khusus menargetkan ceruk pembaca dalam konsepsi dan pelaksanaannya, baik yang

bermotivasi komersial atau bukan. Ini adalah hubungan yang sangat berbeda dengan yang dimiliki surat kabar secara tradisional dengan pembaca mereka (Calcutt, 2014).

Shirley Biagi dalam bukunya menyatakan bahwa masa depan majalah adalah digital. Hal ini dikarenakan majalah merupakan pelengkap media lain dan majalah adalah produk yang sangat pribadi. Untuk mempertahankan audiens dan pendapatan mereka, industri majalah saat ini harus memperluas kehadirannya di internet (Biagi, 2015). Ellonen dan Kuivalainen 2007 dalam (Kamarulzaman et al., 2010) mengidentifikasi potensi majalah elektronik merupakan langkah awal yang penting bagi penerbit majalah elektronik. Pada dasarnya karakteristik atau profil calon pengguna *e-magazine* harus ditentukan. Karakteristik pembeli *online* di negara maju sangat mirip dengan pembeli tradisional karena konsumen di negara maju lebih mengenal belanja *online* internet. Menjadi masuk akal juga untuk berasumsi bahwa konsumen yang lebih akrab dengan internet akan lebih mudah menerima pembelian majalah elektronik.

4.7. Blog

Blog yang merupakan kependekan *web log/weblog* adalah bentuk penerbitan, komunikasi, dan ekspresi *online* yang telah mendapatkan popularitas signifikan sejak kemunculannya di akhir 90an menurut Blood 2002; Rosenberg 2009; Winer 2001 dalam (Puschmann, 2015). *Princeton's WordNet database* mendefinisikan blog sebagai sebuah jurnal baris tempat orang bisa memposting entri buku harian berisi pengalaman pribadinya dan hobi. *Posting* di blog biasanya dalam urutan kronologis dan menggambarkan *blogging* sebagai membaca, menulis, atau mengedit jurnal *online* bersama. Blog digunakan untuk menerbitkan beragam konten. Selain blog tekstual, blog juga digunakan untuk berbagi foto, klip audio, dan klip video, (Scheidt, 2009) dalam (Puschmann, 2015). Secara umum, sebuah blog, bentuk singkatan dari *web log* adalah sebuah tipe kolom pribadi yang di posting di internet. Ini memungkinkan pengguna atau sekelompok pengguna untuk memasukkan, menampilkan, dan mengedit postingan kapan saja (Jurida, 2013). Menurut Hering et al 2005, *weblog* atau blog didefinisikan sebagai halaman web yang sering dimodifikasi di mana entri bertanggal terdaftar dalam urutan kronologis terbalik dan menjadi bentuk komunikasi yang semakin populer di *World Wide Web* (Jurida, 2013). Secara umum semua blog memiliki empat fitur dasar, 1. Blog sebagian besar berbasis teks meskipun suplemen grafis menjadi semakin umum, 2. Entri muncul dalam urutan kronologis terbalik (yaitu yang terbaru yang terlebih dahulu) dengan arsip yang disimpan dari postingan sebelumnya, 3. Blog sering diperbarui/*update*, dan 4. Blog berisi *link* ke situs web lain (Jurida, 2013).

Menurut Schmidt, dalam perspektif komunikasi, berbicara dengan suara pribadinya sendiri dan bersikap terbuka untuk berdialog daripada terlibat dalam komunikasi satu arah adalah elemen inti yang diharapkan pembaca dari komunikasi blog, baik itu di jurnal *online* pribadi, blog perusahaan, atau blog politik (Puschmann, 2015). Situasi komunikatif blog yang fleksibel (siapa yang diasumsikan di antara pembaca? jika ada tokohnya ditujukan untuk siapa? siapa yang mungkin menguping?) juga membentuk gaya mereka dan memengaruhi pilihan retorik penulisnya (Puschmann, 2015). Blog secara dinamis menggabungkan karakteristik ucapan dan tulisan karena format, cara produksi, dan situasi komunikatif yang diciptakan melalui pengkodean metadata (Puschmann, 2015). Analisis yang diberikan oleh Herring,

Scheidt et al (2005) menunjukkan bahwa blog pada dasarnya tidak baru atau unik, tetapi bersama genre lain yang muncul didorong oleh teknologi web interaktif, menempati posisi baru dalam ekologi genre internet (Jurida, 2013). Selama dekade terakhir, *blogging* telah berubah dari praktik baru menjadi sesuatu yang *mainstream*, dalam banyak hal menjadi instantiasi massal pertama konten buatan pengguna (UGC) di web, menurut Schiano et al. 2004; White and Winn 2009 dalam (Puschmann, 2015).

Berbagai layanan *blogging* seperti Blogger, Wordpress, dan LiveJournal memungkinkan siapa saja untuk menjalankan blog tanpa memerlukan situs web pribadi (Puschmann, 2015). Heering, Kouper et al (2004) dalam (Puschmann, 2015) menemukan bahwa blogger remaja lebih mungkin untuk menulis jurnal pribadi dan orang dewasa lebih mungkin untuk menulis blog filter. Hal ini menunjukkan bahwa faktor usia mempengaruhi penulisan dalam blog (Puschmann, 2015). Begitu pula dengan gender, laki-laki, perempuan, dan blogger dari kelompok usia yang berbeda semuanya dapat dimotivasi oleh manfaat yang dirasakan dari *blogging*. Tampaknya tujuan yang dikaitkan blogger dengan blognya akan berdampak kuat pada cara penulisan, dan pada saat yang sama tujuan sebagian bergantung pada usia dan jenis kelamin, daripada hubungan langsung antara kriteria ini dengan penggunaan bahasa (Puschmann, 2015).

KESIMPULAN

Simpulan

Hasil tinjauan literatur terhadap konsep baca dan media baca telah menghasilkan informasi yang komprehensif mengenai perkembangan media baca di era digital dalam perspektif komunikasi, teknologi, dan masyarakat. Hadirnya media baca digital dengan segala kelebihan dan kekurangannya telah menambah preferensi pembaca untuk memilih media baca yang digunakan. Di sisi lain, eksistensi media baca analog pun masih bisa dirasakan. Berkembangnya media baca sebagai salah satu media komunikasi yang mengalami dampak dari perubahan teknologi di era digital sebaiknya diiringi dengan minat baca dari masyarakatnya. Beragam media baca *online* maupun elektronik nampaknya akan sia-sia jika minat baca masyarakatnya masih rendah. Oleh karena itu, media baca digital yang menawarkan alternatif kemudahan dalam membaca masih perlu dimanfaatkan sebaik-baiknya terutama di negara-negara berkembang seperti Indonesia.

Saran

Digitalisasi media baca akan terus mengalami perkembangan seiring dengan berkembangnya teknologi yang tanpa henti. Oleh karena itu, penelitian selanjutnya diharapkan dapat memaparkan konsep baca melalui media lain seperti media sosial maupun media berbasis aplikasi sebagai alternatif media baca digital di masa depan.

DAFTAR RUJUKAN

- Aliponga, J. (2013). Reading journal : Its benefits for extensive reading. *International Journal of Humanities and Social Science*, 3(12), 73-80. www.ijhssnet.com
- Anderson, R. C., Hiebert, E. H., Scott, J. A., & Wilkinson, I. A. G. (1985). *Becoming a Nation of Readers : The Report of the Commission on Reading*. National Academy of Education, National Institute of Education, & Center for the Study of Reading.
- Biagi, S. (2015). *Media/Impact: An Introduction to Mass Media* (Eleventh). Cengage Learning.

- Brouillette, S. (2014). UNESCO and the book in the developing world. *Representations*, 127(1), 33–54. <https://doi.org/10.1525/rep.2014.127.1.33>
- Bucher, Hans-Jürgen, Büffel, S., & Wollscheid, J. (2005). Digital newspaper as E-Paper: A hybrid medium between print and online newspaper. *Ifra Special Report 6.32*, 1–51. <https://www.researchgate.net/publication/285590725>
- Burton, G. (2005). *Media and Society - Critical Perspectives*. In *Open University Press*. Open University Press.
- Calcutt, A. (2014). What is a magazine? *Inside Magazine Publishing*, 25, 131–136. <https://doi.org/10.4324/9781315818528>
- da Silveira, J. J. X. (2021). Digital Media Impact on Reading. *Psychology*, 12(07), 1096–1117. <https://doi.org/10.4236/psych.2021.127067>
- Das, S. (2016). Magazine publishing innovation: Two case studies on managing creativity. *Publications*, 4(2). <https://doi.org/10.3390/publications4020015>
- Dekavalla, M. (2015). The Scottish newspaper industry in the digital era. *Media, Culture and Society*, 37(1), 107–114. <https://doi.org/10.1177/0163443714553565>
- Deszcz-Tryhubczak, J., & Huysmans, F. (2018). Chapter 1. Reading and digital media: European perspectives. In *Learning to Read in Digital World* (Issue July, pp. 1–30). <https://doi.org/10.1075/swll.17.01des>
- Earnshaw, R. (2017). State of the art in digital media and applications. In *SpringerBriefs in Computer Science* (Vol. 0, Issue 9783319614083).
- Fackler, M. (2003). The Function of Newspapers in Society: A Global Perspective. *American Journalism*, 20(4), 112–113. <https://doi.org/10.1080/08821127.2003.10677968>
- Feldman, T. (1997). An Introduction to Digital Media. In *The Taylor & Francis e-Library*. Routledge. https://doi.org/10.1007/978-1-4419-6184-6_1
- Fidler, R. (1997). *Mediamorphosis - Understanding New Media* (S. Biagi (ed.)). Pine Forge Press. <http://books.google.pl/books?id=2whzAwAAQBAJ>
- Fink, K., & Schudson, M. (2014). The rise of contextual journalism, 1950s-2000s. *Journalism*, 15(1), 3–20. <https://doi.org/10.1177/1464884913479015>
- Frankel, K. K., Becker, B. L. C., Rowe, M. W., & Pearson, P. D. (2016). From “What is Reading?” to What is Literacy? *Journal of Education*, 196(3), 7–17. <https://doi.org/10.1177/002205741619600303>
- Franklin, B. (2008). The future of newspapers. *Journalism Studies*, 9(5), 630–641. <https://doi.org/10.1080/14616700802280307>
- Jurida, S. H. (2013). Linguistic properties and aspects of blogging within the context of Netspeak. *Jezikoslovlje*, 14(2–3), 517–536.
- Kamarulzaman, Y., Madun, A., & Azmi, A. C. (2010). Exploring the potential of electronic magazine among internet users. *African Journal of Business Management*, 4(5), 644–650.
- Kovač, M., Phillips, A., van der Weel, A., & Wischenbart, R. (2019). What is a Book? *Publishing Research Quarterly*, 35(3), 313–326. <https://doi.org/10.1007/s12109-019-09665-5>
- Leurdijk, A., Slot, M., & Nieuwenhuis, O. (2012). Statistical, Ecosystems and Competitiveness Analysis of the Media and Content Industries: The Newspaper Publishing Industry. In J. P. Simon (Ed.), *JRC Technical Reports*. European Commission. <https://doi.org/10.2791/79486>
- Littlejohn, S. W., Foss, K. A., & Oetzel, J. G. (2017). Theories of Human Communication. In *Waveland Press, Inc. (Eleventh E). Waveland Press, Inc.* <https://doi.org/10.1017/CBO9781107415324.004>
- Livingstone, S. (2009). On the Mediation of Everything: ICA Presidential Address 2008. *Journal of Communication*, 59(1), 1–18. <https://doi.org/10.1111/j.1460-2466.2008.01401.x>

- Luck, S. E., Lamp, J. W., Craig, A., & Coldwell-Neilson, J. (2016). The book: production and participation. *Library Review*, 65(1-2), 2-19. <https://doi.org/10.1108/LR-02-2015-0018>
- Mangani, A., & Tarrini, E. (2017). Who survives a recession? Specialization against diversification in the digital publishing industry. *Online Information Review*, 41(1), 19-34. <http://10.0.4.84/OIR-09-2015-0310%0Ahttp://search.ebscohost.com/login.aspx?direct=true&db=llf&AN=120969979&site=ehost-live>
- McLuhan, M. (1962). *The Gutenberg Galaxy - the making of typographic man*. University of Toronto Press.
- McLuhan, M. (1964). Understanding Media: The Extensions of Man. In *Encyclopedia of New Media*. Gingko Press. <https://doi.org/10.4135/9781412950657.n237>
- McMullan, J. (2017). A new understanding of 'New Media': Online platforms as digital mediums. *Convergence*, 26(2), 287-301. <https://doi.org/10.1177/1354856517738159>
- OECD. (2019a). PISA 2018 Results (Volume I): What Students Know and Can Do. *OECD Publishing*, 1. <https://doi.org/10.1787/5f07c754-en>
- OECD. (2019b). PISA for Development Assessment and Analytical Framework (Reading, Mathematics And Science). *OECD Publishing*, 1(1), 1-180. https://www.oecd-ilibrary.org/education/pisa-for-development-assessment-and-analytical-framework_9789264305274-en
- Palani, K. K. (2012). Promoting Reading habits and creating literate society. *Journal of Arts, Science & Commerce*, III(2), 90-94.
- Pearson, P. D., & Cervetti, G. N. (2015). Fifty Years of Reading Comprehension Theory and Practice. *Research-Based Practices for Teaching Common Core Literacy*, 1-40.
- Puschmann, C. (2015). *Blogging*. <https://doi.org/10.1515/9783110214468.83>
- RAND Reading Study Group. (2002). Reading for Understanding Toward an R & D Program in Reading Comprehension. In *Office of Educational Research and Improvement*. <http://www.rand.org/publications/MR/MR1465/>
- Rao, S. S. (2004). Electronic book technologies: An overview of the present situation. *Library Review*, 53(7), 363-371. <https://doi.org/10.1108/00242530410552304>
- Reese, S. D., & Lee, J. K. (2012). Understanding the content of news media. *The SAGE Handbook of Political Communication*, 253-263. <https://doi.org/10.4135/9781446201015.n21>
- Scheidt, L. A. (2009). Diary Weblogs as Genre. *Science, Qualifying*(May), 111. http://professional-lurker.com/linked/2008/quals/diary_weblog_genre.pdf
- Singer, L. M., & Alexander, P. A. (2017). Reading on Paper and Digitally: What the Past Decades of Empirical Research Reveal. *Review of Educational Research*, 87(6), 1007-1041. <https://doi.org/10.3102/0034654317722961>
- Snyder, H. (2019). Literature review as a research methodology: An overview and guidelines. *Journal of Business Research*, 104(August), 333-339. <https://doi.org/10.1016/j.jbusres.2019.07.039>
- Straubhaar, J., LaRose, R., & Davenport, L. (2012). Media Now - Understanding Media, Culture, and Technology. In M. Garvey (Ed.), *Wadsworth, Cengage Learning* (Seventh Ed). Lyn Uhl and Michael Rosenberg.
- Tanikawa, M. (2017). What is news? What is the newspaper? The physical, functional, and stylistic transformation of print newspapers, 1988-2013. *International Journal of Communication*, 11, 3519-3540.
- Topham, J. R. (2000). BJHS Special Section : Book History and the Sciences. *The British Journal for the History of Science*, 33(2), 155-158.
- UNESCO. (1965). The Revolution in Books. *The UNESCO Courier*, 36.
- Verma, J., & Malviya, V. (2010). The Impact of Internet and Digital Media on Reading Habit. *XXIV National Seminar of the IASLIC*, 50, 1-8.