

BAB I

PENDAHULUAN

A. Konteks Penelitian

Kemajuan teknologi informasi yang semakin pesat melahirkan media baru (*new media*) yang banyak memengaruhi kebiasaan serta pola hidup pada kalangan masyarakat luas. Kemajuan teknologi tersebut membuat masyarakat disajikan dengan kemudahan-kemudahan yang ditawarkan. Hadirnya media baru (*new media*) telah mengubah kecepatan serta proses penyebaran informasi lintas ruang dan waktu sehingga memudahkan masyarakat untuk mendapatkan informasi dari mana pun dan kapan pun tanpa perlu pergi ke suatu tempat yang bisa memenuhi kebutuhan informasi tersebut.

Media baru (*new media*) adalah media yang berbasis teknologi, fleksibel, interaktif, serta bisa berfungsi secara privat dan publik.¹ Media baru juga dapat diartikan sebagai alat baru yang digunakan komunikator untuk menyampaikan pesan kepada komunikannya. Dengan hadirnya media baru, perubahan tidak hanya terjadi pada media saja, tetapi perilaku dan kebiasaan masyarakat juga ikut berubah. Dahulu, masyarakat cenderung melakukan komunikasi secara langsung atau *face to face*. Namun, semenjak hadirnya media baru komunikasi berubah menjadi komunikasi yang termediasi atau komunikasi yang dilakukan dengan bantuan komputer.²

¹ Rahmanita, dkk. "Etika Komunikasi Dalam Media Sosial", (Bandung: Insania, 2021), hal. 76

² Didik Haryadi, "Media Baru Dan Pemberdayaan Masyarakat Studi Etnografi Virtual Penggunaan Media Baru Pada Jalin Merapi", *ETTISAL Journal of Communication*, Vol. 3 No. 1(2018), hal. 7-8

Industri media pun mendapat tantangan semenjak *new* media hadir. Media yang paling berdampak dari hadirnya tersebut adalah media cetak. Hal ini terjadi karena penggunaan media baru cenderung lebih praktis dan mudah sehingga masyarakat beralih konsumsi ke media tersebut. Sebagai media massa konvensional (terdahulu) media cetak mau tidak mau harus menyesuaikan diri untuk mengikuti perkembangan zaman demi menjaga eksistensinya.

Salah satu media cetak di Kediri yang berupaya mempertahankan eksistensinya dengan melakukan transformasi bentuk dari media cetak ke media *online* (media baru) adalah Radar Kediri. Radar Kediri atau PT. Kediri Intermedia Pers adalah suatu perusahaan yang bergerak di bidang media cetak. Selama kurang lebih 23 tahun, Radar Kediri dipilih menjadi pusat sumber informasi bagi masyarakat Kediri dan sekitarnya yang kini terdampak dengan adanya media baru. Seperti yang sudah dijelaskan oleh Manager SDM Radar Kediri, hadirnya media baru tersebut menyebabkan perusahaan Radar Kediri yang pada awal terbit rata-rata tiras terjual kurang lebih mencapai 7 ribu eksemplar per hari, kini mengalami penurunan penjualan tiras secara drastis.

Penurunan penjualan ini berdampak tidak baik bagi pemasukan perusahaan. Kemudian, untuk mengantisipasi hal tersebut beliau juga menjelaskan bahwa Radar Kediri mulai merambah ke media baru (*new* media) dalam penyajian beritanya. Radar Kediri pertama kali menyajikan beritanya pada platform digital pada 2016 disebuah media sosial pribadi milik Radar Kediri yang kini sudah dioptimalkan dan merambah ke banyak platform digital lainnya.

Dalam upaya ini Radar Kediri tetap mempertahankan eksistensi koran cetaknya agar tetap beroperasi. Sehingga, Radar Kediri memiliki dua pembaca yaitu, pembaca koran *offline* (cetak) dan *online*. Wilayah pemasaran dari koran *offline* mencakup kota dan kabupaten serta kabupaten Nganjuk. Untuk koran *online* memiliki jangkauan yang luas dan tidak terbatas dalam artian siapa pun dan kapan pun bisa mengakses berita melalui platform media *online* Radar Kediri dengan mudah dan cepat.

Proses adaptasi melalui pendigitalisasian media konvensional ini disebut sebagai *mediamorfosis*. *Mediamorfosis* tidak sekedar berpusat pada perubahan bentuk medianya tetapi juga terdapat perubahan yang radikal akibat perubahan budaya, perkembangan teknologi, dinamika politik dan ekonomi. Konsep *mediamorfosis* secara sistematis merupakan cara berpikir mengenai kemajuan teknologi media komunikasi dan menjadikannya sebagai sebuah sistem yang terkoneksi antara bentuk media terdahulu, media sudah ada saat ini, dan media yang baru muncul.

Dalam konsep *mediamorfosis*, pengguna media mengubah diri dari tindakan yang sederhana kemudian menjadi tindakan terbaru yang lebih praktis dan efisien. Ketika bentuk yang terbaru muncul kemudian bentuk yang lama cenderung beradaptasi dan terus berkembang, bukan mati. Dari konteks penelitian tersebut kemudian peneliti tertarik untuk melakukan penelitian guna mendeskripsikan transformasi media atau *mediamorfosis* Radar Kediri ke dalam platform digital.

B. Fokus Penelitian

Berdasarkan konteks penelitian yang telah diuraikan sebelumnya, peneliti memfokuskan penelitiannya dengan membuat beberapa pertanyaan penelitian. Pertanyaan penelitian tersebut adalah:

1. Bagaimana proses *mediamorfosis* Radar Kediri dalam platform digital?

C. Tujuan Penelitian

Adapun tujuan dari penelitian ini adalah:

1. Mendeskripsikan proses *mediamorfosis* Radar Kediri dalam platform digital.

D. Manfaat Penelitian

Dari penelitian ini diharapkan dapat memberikan adanya manfaat baik secara akademis maupun praktis.

a) Manfaat Akademis:

1. Penelitian ini bermanfaat untuk memberikan kontribusi pemikiran mengenai proses perubahan media.
2. Sebagai bahan referensi yang dapat digunakan untuk penelitian selanjutnya.
3. Hasil dari penelitian bisa digunakan untuk melengkapi kepustakaan dalam bidang perubahan bentuk media.

b) Manfaat Praktis:

1. Bagi akademisi, hasil penelitian dapat memberikan kontribusi pemikiran terhadap Lembaga Institut Islam Negeri (IAIN) Kediri, khususnya prodi Komunikasi dan Penyiaran Islam.

2. Bagi perusahaan, hasil dari penelitian diharapkan mampu memberikan masukan bagi pihak Radar Kediri mengenai transformasi bentuk media.
3. Bagi peneliti, hasil dari penelitian ini bermanfaat untuk menambah wawasan dan khazanah ilmu pada bidang ilmu komunikasi khususnya pada media.

E. Penelitian Terdahulu

Sebelum melakukan penelitian, telah terdapat beberapa penelitian terdahulu yang menjadi salah satu acuan bagi peneliti dalam melaksanakan penelitiannya. Hal tersebut dilakukan guna menambah pengetahuan mengenai teori yang digunakan untuk menguji penelitian. Berikut merupakan penelitian terdahulu yang digunakan peneliti sebagai acuan dalam penelitiannya:

1. Indah Suryawati dan Rahmat Edi Irawan, dalam Jurnal *Communication* dengan judul Transformasi Media Cetak ke Platform Digital. Metode penelitian yang digunakan adalah deskriptif dengan pendekatan kualitatif. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mendeskripsikan proses *mediamorfosis* Harian FAJAR Ke FAJAR.co.id

Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa harian FAJAR dan FAJAR.co menyadari adanya asas hidup dari bentuk komunikasi lama ke bentuk komunikasi baru. FAJAR.co.id adalah bentuk transformasi harian FAJAR dan untuk memaksimalkan FAJAR.co.id maka keduanya memisahkan diri dalam perusahaan media yang berbeda. Harian FAJAR dan FAJAR.co.id berkomitmen menjadi penjaga di jalurnya masing-

masing.³ Pada penelitian ini memiliki persamaan atau keterkaitan dengan penelitian yang dilakukan oleh peneliti yaitu sama-sama meneliti proses transformasi media dari media cetak ke media *online*-nya dengan menggunakan metode kualitatif deskriptif. Sedangkan, untuk perbedaan pada penelitian ini terletak pada hasil dari masing-masing proses *mediamorfosis* yang dilakukan.

2. Ratna Puspita, dalam Jurnal KOMASKAM dengan judul *Mediamorfosis Surat Kabar ke Surat Kabar Online (Studi Kasus Republika Online)*. Penelitian ini menggunakan paradigma konstruktivis, pendekatan kualitatif, dan studi kasus. Tujuan penelitian ini adalah untuk mendeskripsikan transformasi media yang terjadi di Republika *online*.

Hasil dari penelitian ini adalah transformasi Harian Republika ke laman daring berupa Republika *Online* tidak membuat perubahan terhenti. Sebaliknya, perubahan masih terus terjadi sehingga memunculkan karakteristik jurnalisme *online* yang berbeda dengan jurnalisme cetak. *Mediamorfosis* ditunjukkan lewat bahasa verbal dan non-verbal dalam berita, penggabungan berbagai medium penyajian berita, dan sistem yang mudah beradaptasi tetapi kompleks.⁴ Keterkaitan dengan penelitian yang dilakukan oleh peneliti adalah sama-sama meneliti perubahan bentuk media dari cetak ke *online*. Sedangkan untuk perbedaannya pada penelitian ini dengan penelitian yang dilakukan oleh peneliti adalah dari segi metode,

³ Indah dan Rahmat, "Transformasi Media Cetak ke Platform Digital (Analisa *Mediamorfosis* Harian FAJAR ke FAJAR.co.id.)", Jurnal Communication, Vol. 13, No. 1, (April, 2022), hal. 1

⁴ Ratna Puspita, "*Mediamorfosis* Surat Kabar Ke Surat Kabar Online", Jurnal KOMASKAM, Vol. 1, No. 1, (Maret, 2019), hal. 1

pada penelitian ini menggunakan paradigma konstruktivisme sedangkan pada penelitian yang peneliti lakukan adalah kualitatif dengan pendekatan deskriptif.

3. Youris Marcelina, Khoiruddin Muchtar, dan Imron Rosyidi dalam jurnal Komunikatif dengan judul *Mediamorfosis* Radar Bandung. Pada penelitian ini menggunakan studi deskriptif dengan pendekatan kualitatif. Tujuan dari penelitian adalah untuk mengkaji proses *koevolusi*, konvergensi, dan kompleksitas dari perkembangan media cetak ke media *online* Radar Bandung.

Hasil penelitian menunjukkan pada proses *koevolusi* Radar Bandung sudah mengadopsi dan mengimplementasikan bahasa digital sehingga melahirkan dua diversifikasi baru dan dua media *online* yaitu radarbandung.id dan bandung.pojoksatu.com. Proses konvergensi Radar Bandung menghasilkan dua jenis konvergensi, yaitu berupa konvergensi teknologi dan konvergensi jurnalistik. Kompleksitas yang muncul adalah prediksi kematian pada media cetak pengabdiosian yang tertunda dari teknologi scan QRcode.⁵ Kesamaan atau keterkaitan dengan penelitian yang dilakukan peneliti adalah, pada penelitian ini sama-sama meneliti proses *mediamorfosis* sebuah media cetak dengan metode yang sama yaitu kualitatif pendekatan deskriptif. Sedangkan untuk perbedaannya pada

⁵ Youris. M, Khoiruddin. M, dan Imron. R, “*Mediamorfosis* Radar Bandung”, Jurnal Komunikatif, Vol. 9, No. 6, (Desember, 2020), hal. 1

penelitian ini dengan penelitian yang dilakukan oleh peneliti adalah dapat dilihat dari segi hasil.

4. Helmi Azhari, dalam *Journal of Communication* dengan judul *Mediamorfosis* dari Majalah Cetak ke Media Online (Studi Kasus Praktik *Mediamorfosis* pada Majalah Sunday). Penelitian ini menggunakan metode penelitian kualitatif dengan paradigma konstruktivis. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui proses *mediamorfosis* majalah edisi cetak menjadi edisi digital.

Hasil dari penelitian, *mediamorfosis* pada Majalah Sunday berbentuk perubahan tampilan media dari media cetak ke *E-Magazine* dan channel Youtube. *Mediamorfosis* pada Majalah Sunday terjadi karena faktor sosial dan ekonomi, akibat masyarakat Indonesia sedang menghadapi pandemi covid-19 sehingga sekolah tidak diizinkan pemerintah untuk melakukan proses pembelajaran *offline*. Proses transformasi di Majalah Sunday masuk pada kategori *mediamorfosis* sesuai teori *mediamorfosis* Fildler (2003), yaitu memenuhi 6 prinsip *mediamorfosis*, yakni *koevolusi* dan koeksistensi, *metamorphosis*, pewaris, kemampuan bertahan, peluang dan kebutuhan, serta pengadopsian yang tertunda.⁶

Persamaan atau kesamaan dengan penelitian yang dilakukan oleh peneliti adalah sama-sama meneliti *mediamorfosis* atau proses perubahan bentuk media terdahulu ke media baru. Kemudian, untuk perbedaannya

⁶ Helmi Azhari, "*Mediamorfosis* Dari Majalah Cetak Ke Media Online (Studi Kasus Praktik *Mediamorfosis* Pada Majalah Sunday)", *Journal of Communication*, Vol. 1, No. 1, (November, 2022), hal. 122

pada penelitian ini adalah dari segi metode penelitian. Pada penelitian ini menggunakan kualitatif dengan pendekatan paradigma konstruktivisme sedangkan pada penelitian yang dilakukan oleh peneliti menggunakan metode kualitatif pendekatan deskriptif.

5. Rena Puji Wahyuni dan Nila Nurlimah, dalam Jurnal Prosiding Jurnalistik dengan judul *Mediamorfosis* di Era Digital. Penelitian ini menggunakan metode studi kasus. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui alasan Majalah HAI Media untuk berhenti mencetak dan beralih sepenuhnya menjadi media *online*, untuk mengetahui proses peralihan Majalah HAI dari media cetak menjadi media *online*, dan untuk mengetahui perubahan yang terjadi setelah HAI beralih menjadi media *online*.
6. Hasil dari penelitian adalah adanya alasan eksternal HAI beralih yaitu karakter khalayak HAI yang merupakan remaja dan tren di internet pada tahun 2017. Untuk alasan internal adalah biaya produksi cetak yang mahal dan kebutuhan aktualisasi diri dari SDM HAI. Proses peralihan HAI melalui dua tahapan yaitu pada masa pra peralihan dari tahun 2015 dengan dibentuknya tim *online*, hingga akhir tahun 2016 sebagai edisi terakhir majalah mingguan. Masa peralihan terhitung sejak Januari 2017 dan menjadi edisi pertama majalah bulanan dan akhirnya beralih sepenuhnya di Juni 2017. Perubahan yang terjadi terbagi ke dalam tiga aspek yaitu aspek produk, sistem kerja, dan SDM.⁷

⁷ Rena dan Nila, “*Metamorfosis* di Era Digital”, Prosiding Jurnalistik, Vol. 6, No. 1, (2020), hal. 1

7. Segi keterkaitan atau kesamaan dengan penelitian yang dilakukan oleh peneliti adalah sama-sama untuk mengkaji proses perubahan media, dari cetak ke *online*. Untuk perbedaannya pada penelitian yang dilakukan oleh peneliti adalah dari segi metode. Pada penelitian yang dilakukan oleh peneliti menggunakan metode kualitatif dengan pendekatan deskriptif sedangkan pada penelitian ini menggunakan pendekatan studi kasus.