

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Seiring berjalannya waktu, perkembangan setiap bentuk komunikasi baru sejak semula jelas merupakan pengembangan lebih lanjut dari bentuk yang lebih dulu muncul ke bentuk berikutnya yang berbeda dari segala jenisnya. Tingkah laku, kepribadian dalam manusia mengalami transformasi yang karena adanya perkembangan teknologi. Dengan berkembangnya teknologi internet sangat memberikan dampak salah satunya terdapat pola produksi, distribusi, sampai konsumsi informasi. Dalam teknologi ini, media konvensional dalam mendapatkan sebuah informasi melalui siaran televisi, radio, majalah sampai surat kabar sudah mulai tergantikan dengan berbagai perangkat modern, seperti komputer, tablet, laptop, hingga *smartphone* (Wirajati 2022).

Dengan adanya kemajuan internet berhasil memunculkan media-media baru di era digital yang lebih unggul dari pada media-media konvensional. Meningkatnya jumlah pengguna internet yang signifikan di Indonesia memberikan pengaruh besar terhadap eksistensi media pada saat ini. Dalam sebuah laporan Digital News Report 2022 yang dirilis Reuters Institute for the Study of Journalism menemukan bahwa media daring dan media sosial menjadi sumber yang paling populer dalam mengakses berita dan informasi, yaitu sebesar 88% dan disusul media sosial sebesar 68%. Di lain sisi televisi masih penting untuk kalangan yang tidak memiliki akses internet. Hal ini dipaparkan dalam hasil penelitian yang menyebutkan 57% masyarakat menjadikan televisi sebagai

sumber berita. Media cetak menjadi sumber berita paling tidak populer hanya 17% responden yang masih memilih media cetak sebagai sumber berita (Newman 2022).

Data penelitian ini menjelaskan bahwa kebanyakan konsumen mengakses berita dan informasi melalui smartphone atau telepon genggam. Penemuan dalam penelitian ini menegaskan bahwa jaringan internet semakin massif digunakan oleh khalayak dan dapat menyebabkan pergeseran pola konsumsi berita dan informasi. Industri media massa di Indonesia seperti media-media konvensional seperti cetak, televisi, dan radio, mau tak mau harus beradaptasi dengan perubahan semacam ini.

Profesor Media, Urusan Publik dan Urusan Internasional George Washington University Janet Steele dalam laporannya juga mencatat bahwa pandemi Covid-19 telah mempengaruhi khususnya ekonomi di Indonesia dan turut mengganggu bisnis media terutama hilangnya pendapatan iklan. Pada februari 2021 surat kabar menghentikan edisi cetaknya. Media lain seperti Majalah Tempo, Harian Kompas, dan Harian The Jakarta Post mulai memaksimalkan fitur berlangganan pada konten mereka. Di sisi lain dalam penelitian tersebut hanya 18% responden di Indonesia yang mengeluarkan uang untuk berita daring.

Keberadaan internet dengan tingkat penetrasi yang cukup tinggi menjadi indikasi bahwa masyarakat semakin gemar mengakses berbagai berita dan informasi melalui media digital. Keberadaan internet dengan tingkat penetrasi

yang cukup tinggi menjadi indikasi bahwa masyarakat semakin gemar mengakses berbagai informasi melalui media digital. Hal ini berdampak pada industri media cetak akibat menurunnya minat masyarakat terhadap media konvensional, baik dalam pemasaran dan penjualan surat kabar dan jasa iklan. Hal ini memberi dampak lebih lanjut terhadap industri surat kabar dan dapat menurunkan eksistensi kelangsungan hidup industri surat kabar. Dari sinilah bermula ketegangan industri media massa khususnya media cetak atas serangan media baru berbasis internet. Media baru membuat penurunan pendapatan iklan dan merosotnya jumlah pembaca surat kabar yang sedang mengalami guncangan. Padahal pusat utama bisnis surat kabar adalah jumlah pembaca dan pendapatan iklan. Sehingga hal tersebut merupakan benar-benar perkara serius dan menuju pada akhir hidup bisnis surat kabar

Menurunnya jumlah pembaca media cetak juga mengakibatkan penurunan jumlah media dan oplahnya. Oleh karena itu, budaya digital mau tidak mau membuat para kompetitor media massa berlomba-lomba berinovasi baik dalam bidang konten maupun teknologi untuk menyambut dan bersaing dengan para perusahaan berbasis online lainnya. Hal ini dilakukan untuk memenuhi kebutuhan generasi milenial akan informasi yang cepat dan akurat yang tidak bisa dipisahkan dengan gawai. Selain itu agar eksistensi dari media tersebut tetap terjaga di era yang serba canggih seperti saat ini (Wahyuningsih and Zulhazmi 2020).

Kemunculan media baru yaitu internet melahirkan proses konvergensi media, merupakan penggabungan dari berbagai platform seperti media elektronik

dan media cetak menjadi menjadi kedalam sebuah media baru. Jika tidak dapat mengikuti arus perkembangan, maka perusahaan media akan tergerus dan ditinggalkan peminatnya sehingga berakibat kebangkrutan. Agar tetap bertahan dan berkembang media harus melakukan konvergensi media (Sucharya and Shohibah 2020).

Konvergensi media adalah pengintegrasian media yang ada menjadi satu tujuan dimana konvergensi didorong oleh kemajuan teknologi komunikasi digital. Semakin besar transformasi teknologi maka media harus memproduksi beragam konten lebih banyak, sehingga *newsroom* mengharuskan berinovasi dan inovatif. Selain mengimplementasikan kode etik jurnalistik dalam penyampaian berita, media harus dituntut untuk menyampaikan berita yang actual dan factual. (Suchroni 2016).

Menurut Buku *Mediamorfosis: Understanding New Media* oleh Roger Fidler, konvergensi sebagai dasar evolusi dan sistem mediamorfosis. konvergensi berskala besar, sebagaimana dalam industri media dan telekomunikasi. Bentuk bentuk media yang ada saat ini pada kenyataannya merupakan hasil dari konvergensi-konvergensi berskala kecil yang tidak terhitung banyaknya yang sering terjadi sepanjang waktu. Meskipun merger menunjukkan bahwa dua entitas atau lebih (misalnya perusahaan, teknologi, atau media) secara bersama sama membentuk satu entitas yang utuh. Konvergensi lebih sebuah persilangan atau perkawinan media yang menghasilkan transformasi setiap entitas yang bertemu dan menciptakan entitas baru (Fidler 2003:41–42).

Mediamorfosis bukanlah sekadar teori sebagai cara berpikir yang terpadu tentang evolusi teknologi media komunikasi. Mediamorfosis mendorong kita untuk memahami semua bentuk sebagai bagian dari sebuah sistem yang saling terkait, dan mencatat berbagai kesamaan dan hubungan yang ada antara bentuk-bentuk yang muncul di masa lalu, masa sekarang, dan yang sedang dalam proses kemunculannya. Dengan mempelajari sistem komunikasi secara menyeluruh, kita akan menemukan bahwa media baru tidak muncul begitu lama. Dan ketika bentuk-bentuk media komunikasi yang lebih baru muncul, bentuk-bentuk yang terdahulu biasanya tidak mati melainkan terus berkembang dan beradaptasi (Fidler 2003:35).

Dapat disimpulkan bahwa definisi konvergensi media adalah bergabungnya berbagai jenis media yang sebelumnya dianggap terpisah dan berbeda misalnya televisi, radio, surat kabar, komputer kedalam sebuah media tunggal. Konvergensi akan menjadikan media lama dan media baru hidup Bersama dan saling berinteraksi.

Hal ini dilakukan untuk menjaga keberadaan perusahaan. Selain itu melakukan konvergensi untuk memenuhi kebutuhan sosial pembaca dan menanggapi kemajuan teknologi informasi yang semakin meningkat. Agar media dapat bertahan dan meningkat mereka perlu menyesuaikan dengan teknologi sehingga industri media massa perlu mengikuti perkembangan teknologi.

Konvergensi juga memerlukan berbagai dorongan oleh berbagai kekuatan, termasuk ekonomi, politik, dan sosial. Oleh karena itu, kekuatan-kekuatan inilah

yang menciptakan sebuah penemuan dan inovasi, termasuk memfasilitasi pengembangan teknologi komunikasi baru (Fidler 2003:29).

Dalam konteks yang lebih luas, konvergensi media tidak hanya menunjukkan pesatnya kemajuan teknologi. Konvergensi mengubah hubungan antara teknologi, industri, pasar, gaya hidup, dan khalayak. Singkatnya konvergensi mengubah pola jaringan antara produksi hingga penggunaan, yang pemakainya memiliki dampak pada berbagai bidang seperti ekonomi, politik, pendidikan, dan budaya. Perubahan ini ditandai dengan peningkatan penggunaan media konvergensi berskala besar. Konvergensi media tidak hanya mempengaruhi dibidang penyiaran akan tetapi juga bidang jurnalistik, misalnya sedang mengalami perubahan besar saat ini. Untuk memperkuat posisinya perusahaan media menarik perhatian melalui inovasi dan transformasi untuk memasuki pasar yang lebih luas agar lebih kompetitif.

Perkembangan teknologi memaksa media massa untuk bertransformasi. Dalam perkembangannya di Indonesia, fenomena mediamorfosis dalam menghadapi wajah baru media konvensional yaitu dengan memanfaatkan media baru termasuk yang dilakukan media cetak harian Jawa Pos Radar Mojokerto (JPRM). Perkembangannya menunjukkan bahwa JPRM terus berbenah diri. Tampilan dan kreativitas pers yang selalu berorientasi pada keinginan publik, membuat pasar koran harian pagi Radar Mojokerto setajam pena. Media cetak berslogan "Lain dari yang lain" tidak hanya mengelola koran tetapi mampu menumbuhkan informasi global modern dan gaya hidup baru. Contoh

pembenahan diri pada JPRM adalah pengembangan platform media digital. Konvergensi media merupakan fenomena dimana media cetak menghasilkan karya jurnalistik dalam bentuk instrument atau berupa media lain seperti media online.

Konvergensi media menuntut perubahan kualitas SDM, dalam hal ini reporter dan editor, dari menguasai satu keahlian menjadi menguasai berbagai keahlian. Konvergensi media menuntut pekerjaan professional yang multi skill atau menguasai berbagai jenis keahlian. Jika semula reporter hanya bertugas membuat berita tulis, kini reporter diharuskan membuat berita video atau berita audio. Jika sebelumnya redaktur hanya bertugas menyunting berita tulis, kini juga dituntut mampu mengedit berita dengan format online, video, dan lain sebagainya (Wibisono, Pawito, and Ismi Dwi Astuti 2019).

Kondisi tersebut berarti banyak media cetak yang tak ingin tertindas oleh media baru yang pada akhirnya akan ikut serta mencari pasar konsumen dengan menggunakan media baru dan melakukan mediamorfosis. Sebagai hasil dari konvergensi media, berbagai platform digunakan untuk mempublikasikan konten, website, media sosial, kanal youtube dan bahkan podcast yang saat ini sedang dalam proses perkembangan dan diminati.

Disampaikan oleh Roger Fidler konsep mediamorfosis atau transformasi dari satu media massa ke platform lain melalui tahapan yang berbeda yaitu koevolusi, konvergensi, dan kompleksitas. Oleh karena itu perkembangan atau perubahan dari media massa ke bentuk lain seperti media cetak ke media online

hanya berfokus pada konvergensi platform media massa tersebut dalam menyebarkan informasi kepada audiens dalam bentuk produk jurnalistik. Selain itu terdapat proses hingga perkembangan benar-benar dilakukan sesuai konsep yang dikemukakan oleh Fidler.

Dailey, Demo Spillman (2005) menyatakan model konvergensi kontinum yang menggambarkan lima tahap kegiatan konvergensi media berdasarkan tingkat partisipasinya, yaitu cross promotion, cloning, coepetition, content sharing, dan full convergence. Model tersebut banyak digunakan, terutama terkait dalam konteks aktifitas konvergensi publikasi yang akan dilakukan di ruang redaksi. Konvergensi kontinum ini merupakan suatu model yang berguna sebagai alat untuk mendeskripsikan dan menilai tahapam proses konvergensi berlangsung di ruang redaksi, bukan untuk menilai suatu keberhasilan di ruang redaksi.

Keberadaan media baru telah lama menjadi perdebatan Panjang karena dianggap sebagai ancaman bagi eksistensi media tradisional seperti media cetak (koran), namun keberadaan media baru tentu merupakan eksistensi media tradisional. (Karunianingsih 2021).

Perkembangan di Indonesia, mediamorfosis dilakukan dengan wajah baru oleh media tradisional, dengan menggunakan media baru termasuk mediamorfosis yang dilakukan oleh media massa cetak. Salah satunya media konvesional koran harian Jawa Pos Radar Mojokerto (JPRM). Dari latar belakakng ini, penelitian ini menganalisis perubahan dan transformasi, dan menggunakan konsep yang

disampaikan oleh Roger Fidler dengan berbagai tahapan dan menggunakan teori konvergensi kontinum yang dikemukakan Dailey, Demo dan Spillman (2005).

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian pada latar belakang masalah diatas, maka dapat disusun rumusan masalah yaitu:

1. Bagaimana proses mediamorfosis yang dilakukan oleh Jawa Pos Radar Mojokerto?
2. Bagaimana terjadinya proses konvergensi di Jawa Pos Radar Mojokerto?

1.3 Tujuan

Berdasarkan rumusan masalah diatas penelitian memiliki tujuan sebagai berikut:

1. Untuk mengetahui proses mediamorfosis yang dilakukan oleh Jawa Pos Radar Mojoketo
2. Untuk mengetahui terjadinya proses konvergensi di Jawa Pos Radar Mojokerto

1.4 Manfaat

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat dan kegunaan dari segi akademis maupun praktis.

1. Manfaat Akademis

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi bagi pengembangan bahan penelitian dibidang Ilmu komunikasi dan sebagai sumber bacaan terkait informasi perkembangan dunia jurnalistik dan industri media, khususnya tentang mediamormosis dan konvergensi media.

2. Manfaat Praktis

Hasil penelitian ini diharapkan dapat menambah bahan referensi untuk melakukan penelitian atau kajian khususnya pada pokok permasalahan yang sama, dan sebagai bahan masukan bagi pihak-pihak JPRM, pelaku industri media yang terlibat langsung dengan penelitian tersebut.