

# BAB I

## PENDAHULUAN

### 1.1 Latar Belakang

Media massa pada saat ini bukanlah salah satu instrumen penyebaran informasi, karena pada saat ini terdapat beberapa sarana atau wadah untuk menyebarkan informasi seperti halnya media sosial yang semua orang dapat mengakses serta menyebarkan informasi dengan mudah. Dorongan perkembangan teknologi informasi dan komunikasi menjadi salah satu penyebab bahwa media massa bukanlah salah satu instrumen penyebaran informasi. Dengan adanya dorongan tersebut persaingan media pun menjadi sangat sengit. Ditambah dengan adanya teknologi yang semakin maju, hadirilah beragam alat komunikasi seperti laptop dan *gadget* yang multifungsi dan tidak bisa dipisahkan bagi para pengguna internet. Banyak orang yang lebih tertarik membaca dan mencari informasi melalui internet dengan laptop atau *gadget*nya ketimbang harus membeli sebuah surat kabar.

Karena perkembangan teknologi informasi dan komunikasi, beberapa media melakukan kebijakan untuk melakukan perluasan usahanya, ada yang melakukan perluasan dalam bentuk linear atau *core* media, ada juga yang melakukan perluasan dengan bentuk non linear atau diluar *core* media, semua dikembalikan kepada masing-masing manajemen media tersebut.

Mosco mengutarakan bahwa dalam menghadapi persoalan tersebut media massa harus melakukan terobosan baru (Lase dan Rio, 2014: 16). Tren yang tampak saat ini adalah media melakukan ekspansi baik dalam bentuk integrasi

horizontal maupun integrasi vertikal, dan Noor menambahkan bahwa dalam melakukan terobosan baru yaitu dengan bentuk diagonal lateral atau diversifikasi (Lase dan Rio, 2014: 17).

Menurut noor terdapat beberapa cara ekspansi. Pertama, ekspansi secara horizontal, melalui merger yakni dua atau lebih perusahaan media yang sejenis, misalnya radio dengan radio, surat kabar dengan surat kabar, televisi dengan televisi menggabungkan kekuatan. Strategi ini ditujukan untuk memperluas pangsa pasar dan merasionalisasi sumber daya dan keuntungan skala ekonomi. Kedua, ekspansi secara vertikal, melalui merger yakni dua atau lebih perusahaan media yang berlainan jenisnya, namun berkaitan satu sama lain, misalnya surat kabar dengan percetakan sehingga lebih terintegrasi. Dengan integrasi usaha media secara vertikal mulai dari hak cipta, biaya produksi, distribusi, ritel hingga format output, menjadi berkurang. Selain itu, juga memberikan peluang bagi perusahaan untuk mengontrol seluruh akses pasar. Ketiga, ekspansi secara diagonal atau lateral adalah ekspansi terjadi ketika perusahaan media melakukan diversifikasi ke bidang bisnis baru seperti dari media cetak ke media elektronik atau keduanya melakukan diversifikasi ke media baru (Lase dan Rio, 2014: 17).

Beberapa media massa seperti *Media Group* menerapkan diversifikasi media. Sebagai contoh yaitu *Kompas Gramedia Group* dimana *Kompas Gramedia Group* menerapkan diversifikasi untuk memperluas jaringan medianya. Tidak hanya bergerak di bidang unit usaha media, saat ini *Kompas Gramedia Group* telah memiliki surat kabar, tabloid, majalah, radio, dan televisi, selain itu *Kompas Gramedia Group* juga bergerak di bidang penerbitan buku, dan industri

periklanan. Artinya, *Kompas Gramedia Group* tidak hanya melakukan perluasan usaha dalam media saja, tetapi juga di luar bisnis media (Lase dan Rio, 2014: 16).

Berbeda dengan *Media Indonesia*, media yang berada di bawah *holding* Media Group ini justru melakukan diversifikasi ke dalam *core* bisnis media. *Media Indonesia* konsisten melakukan diversifikasi ke media elektronik yaitu Metro TV, kemudian ke media online yaitu *www.mediaindonesia.com* dan *www.metrotvnews.com*

Media massa mempunyai fungsi penting dalam mengembangkan serta menyebarluaskan wacana dan peristiwa bagi masyarakat. Isu, wacana, dan peristiwa yang baru saja terjadi akan menyebar dengan cepat ke seluruh kalangan masyarakat. Peran media massa amatlah besar sebagai wadah untuk menyampaikan segala informasi terkini yang bersifat aktual dan faktual. Media massa memudahkan manusia untuk mendapatkan informasi yang dibutuhkan dari mana saja, kapan saja dan dari sumber terpercaya. Informasi pada era revolusi industri 4.0 ini seakan menjadi kebutuhan yang sangat penting untuk dikonsumsi.

Dalam era seperti saat ini media massa menjadi primadona yang diburu dan dibutuhkan siapapun. Bahkan hebatnya lagi, posisinya sudah mulai berubah. Bukan hanya sekedar sumber informasi, tetapi juga menjadi sumber rujukan (Darsono dan Muhaemin, 2013: 9). Dapat dilihat bahwa peran media massa sangatlah vital dalam kehidupan kita, karena media massa mempengaruhi pemikiran, dimana pemikiran adalah suatu hal yang sangat inti ketika akan bertindak dan melakukan sesuatu.

Revolusi Industri 4.0 telah membawa perubahan dalam segala aspek kehidupan. Revolusi Industri 4.0 telah mengubah cara beraktivitas manusia dan memberikan dampak yang begitu besar pada dunia kerja, termasuk pada media. Pengaruh positif revolusi industri 4.0 yaitu efektifitas dan efisiensi sumber daya dan biaya produksi, revolusi industri 4.0 telah memperkenalkan teknologi produksi yang fleksibel dan akan beroperasi secara mandiri atau dengan bantuan manusia. Revolusi industri 4.0 adalah sebuah istilah yang diciptakan pertama kali di Jerman pada tahun 2011 yang ditandai dengan revolusi digital. Industri ini merupakan suatu proses industri yang terhubung secara digital yang mencakup berbagai jenis teknologi, mulai dari *3D printing* hingga robotik yang diyakini mampu meningkatkan produktivitas. Sebelum terjadinya revolusi industri 4.0 ini telah terjadi tiga revolusi industri yang ditandai dengan beberapa tanda seperti. *Pertama*, ditemukanya mesin uap dan kereta api tahun 1750-1930. *Kedua*, penemuan listrik, alat komunikasi, kimia dan minyak tahun 1870-1900. *Ketiga*, penemuan komputer, internet, dan telepon genggam tahun 1960. Pada era revolusi industri 4.0 ini terjadi perubahan besar dalam sektor industri di mana teknologi informasi dan komunikasi begitu dimanfaatkan sepenuhnya. Pada era ini model bisnis mengalami perubahan besar, tidak hanya dalam proses produksi melainkan di seluruh rantai nilai industri.

Adanya revolusi industri 4.0 tidak dapat dielakan lagi, media harus mempersiapkan segala persiapan dan langkah-langkah strategis agar mampu beradaptasi dengan era industri digital ini yang dapat memberikan keuntungan

jika bisa mengatasinya dan akan menjadi sebuah kerugian jika justru tidak bisa mengikuti perkembangannya.

Zesulka berpendapat bahwa revolusi industri 4.0 digunakan pada tiga faktor yang saling terkait yaitu (1) digitalisasi dan interaksi ekonomi dengan teknik sederhana menuju jaringan ekonomi dengan teknik kompleks (2) digitalisasi produk dan layanan (3) model pasar baru. Tiap negara harus merespon perubahan tersebut secara terintegrasi dan komprehensif. Respon tersebut harus melibatkan seluruh elemen seperti publik, swasta, akademisi, dan masyarakat sipil sehingga menjadikan industri 4.0 menjadi sebuah peluang. (Yahya, 2018: 4).

Faktor-faktor tersebut akan berjalan dengan lancar jika dapat menghadapi beberapa tantangan. Irianto (Yahya, 2018 : 9) mengungkapkan bahwa tantangan industri 4.0 yaitu (1) kesiapan industri (2) tenaga kerja terpercaya (3) kemudahan pengaturan sosial budaya dan (4) diversifikasi dan penciptaan lapangan kerja.

Diversifikasi merupakan perluasan sebuah unit usaha untuk mencari keuntungan agar perekonomian suatu perusahaan atau instansi terpenuhi dan tetap stabil. Sedangkan diversifikasi media massa adalah suatu cara media group dalam melaksanakan ekspansi unit usaha baik di bidang media maupun unit usaha lainnya. Dengan adanya diversifikasi ekspansi media massa seperti ini lebih efektif jika harus melakukan jenis lainya seperti akuisisi ataupun merger.

*Pikiran Rakyat* merupakan salah satu media massa yang paling lama bertahan di Jawa Barat. *Harian Umum Pikiran Rakyat* memiliki berbagai jenis *platform* penyampaian informasi untuk mempermudah khalayak dalam menerima berita, antara lain koran cetak, *PR Online*, *PR Mobile*, *PR Info*, Radio, *Streaming*, dan

*E-Paper*, *platform* tersebut hadir melalui tahapan (Resmadi dan Yuliar, 2014: 111). Berkembangnya *platform* tersebut dipengaruhi oleh faktor seperti terjadinya perkembangan teknologi, dan persaingan di pasar media. Hal tersebut merupakan salah satu alasan mengapa media massa melakukan diversifikasi atau perluasan. Berdasarkan latar belakang di atas peneliti tertarik untuk melakukan sebuah penelitian mengenai “**Diversifikasi Media Massa Di Era Revolusi Industri 4,0**”. Peneliti akan mengkhususkan penelitian bagaimana penerapan diversifikasi di *Harian Umum Pikiran Rakyat* di era revolusi industri 4.0, penelitian ini akan dilakukan di *Harian Umum Pikiran Rakyat*.

### **1.2 Fokus Penelitian**

Fokus penelitian ini adalah bagaimana suatu media melakukan diversifikasi media massa yang digunakan *Harian Umum Pikiran Rakyat* dalam melakukan perluasan unit usaha dan dampaknya bagi masyarakat dalam menerima sebuah informasi.

### **1.3 Pertanyaan Penelitian**

Berdasarkan fokus penelitian tersebut, maka peneliti akan merumuskan masalah yang akan diteliti sebagai berikut:

1. Bagaimana persiapan *Harian Umum Pikiran Rakyat* dalam menghadapi revolusi industri 4.0?
2. Bagaimana penerapan diversifikasi di *Harian Umum Pikiran Rakyat*?
3. Bagaimana strategi *Harian Umum Pikiran Rakyat* dalam melakukan perluasan unit usaha?

## 1.4 Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah, tujuan dari penelitian ini, yaitu:

1. Untuk mengetahui persiapan *Harian Umum Pikiran Rakyat* dalam menghadapi revolusi industri 4.0.
2. Untuk mengetahui penerapan diversifikasi *Harian Umum Pikiran Rakyat*.
3. Untuk mengetahui strategi *Harian Umum Pikiran Rakyat* dalam melakukan perluasan unit usaha.

## 1.5 Kegunaan Penelitian

### 1.5.1 Kegunaan Akademis

Penelitian ini diharapkan bermanfaat bagi pengembangan pengetahuan ilmiah di bidang ilmu komunikasi dan khususnya bidang jurnalistik serta memberikan wawasan dalam mengembangkan dalam melakukan penelitian berikutnya terkait diversifikasi media massa.

### 1.5.2 Kegunaan Praktis

Penelitian ini diharapkan dapat bermanfaat bagi media bersangkutan agar dapat memperbaiki kualitas diversifikasi ekspansi unit usaha di era revolusi industri 4.0. Serta bermanfaat bagi mahasiswa di bidang ilmu komunikasi dan khususnya jurnalistik dan memberi kontribusi dalam memahami diversifikasi media massa.

## 1.6 Landasan Pemikiran

### 1.6.1 Tinjauan Penelitian Terdahulu

Dalam melakukan sebuah penelitian, diperlukan hasil penelitian yang sudah ada sebelumnya ataupun yang relevan untuk menunjang kebenaran sebuah penelitian yang akan dilakukan. Peneliti menemukan beberapa penelitian terdahulu yang relevan mengenai diversifikasi media massa pada hasil karya tulis dosen Universitas Kristen Indonesia, jurnal Dosen Ilmu Komunikasi Unikom, dan Skripsi Mahasiswa Universitas Islam Negeri Sunan Gunung Djati Bandung. sehingga penulis termotivasi untuk menelakukan kajian penelitian. Adapun yang penulis temukan beberapa judul antara lain:

- a. “Ekonomi dan Diversifikasi Media massa” yang di mana penelitian tersebut menggunakan pendekatan kualitatif serta pemilihan informan yang dipakai oleh peneliti menggunakan *purposive sampling*. Analisis data yang digunakan adalah analisis data kualitatif dari Miles dan Huberman yang terdiri dari tiga alur kegiatan yaitu, reduksi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan atau verifikasi.
- b. “Diversifikasi Media Massa dan Demokrasi Di Indonesia” yang di mana penelitian tersebut lebih mengarah kepada penguatan peran media massa serta masyarakat dalam mewujudkan demokrasi.
- c. “Strategi Perubahan Stasiun TV PJTV Bandung Menjadi Sunda Kiwari TV dalam Upaya Membangun Bisnis Media”. Penelitian ini lebih menjelaskan suatu kebijakan manajemen yang mendorong terjadinya



perubahan PJTV Bandung menjadi SKTV dan mengenai strategi bisnis yang diunakan SKTV dalam melakukan identitasnya.

- d. "Strategi Produksi Siaran Lokal". Penelitian ini lebih menuju kearah bagaimana strategi sebuah siaran local dapat melakukan strategi produksi pada program siaran lokal di iNews Bandung, kemudian setelah mengetahui strategi produksi siaran tersebut peneliti pelakukan analisis audience.
- e. "Strategi Pengembangan Televisi Republik Indonesia (TVRI) Dalam Produksi". Penelitian ini membahas tentang strategi pengembangan televisi republik Indonesia (TVRI) dalam produksi siaran



**Tabel 1.1**  
**Tabel Penelitian Terdahulu**

No	Nama Penelitian dan Judul Penelitian	Metode Penelitian Yang Digunakan	Persamaan Penelian	Perbedaan Penelitian
1	Formas Juitan Lase dan Adde Oriza Rio, 2014, Ilmu Komunikasi UKI, <i>Ekonomi dan Diversifikasi Media Massa</i>	Analisis Data Kualitatif	Objek penelitian sama, meneliti diversifikasi media massa.	Penelitian ini mengarah pada diversifikasi media massa yang dipengaruhi oleh kekuatan modal.
2	Manap Solihat, 2015, Unikom, <i>Diversifikasi Media Massa dan Demokrasi Di Indonesia</i>	-	Objek penelitian sama, meneliti diversifikasi media massa.	Penelitian ini mengarah pada penguatan peran media massa serta massa dan masyarakat dalam mewujudkan demokrasi di Indonesia.

3	<p>Artie Raini, 2018, Jurusan Ilmu Komunikasi Konsentrasi Jurnalistik, Fakultas Dakwah dan Komunikasi, UIN Bandung. <i>Strategi Perubahan Stasiun TV PJTV Bandung Menjadi Sunda Kiwari TV dalam Upaya Membangun Bisnis Media.</i></p>	Deskriptif Kualitatif	<p>Objek penelitian cenderung relevan. Penelitian ini lebih condong meneliti strategi bisnis yang digunakan oleh media.</p>	<p>Mengenai proses perubahan PJTV Bandung menjadi SKTV dan mengenai strategi bisnis yang digunakan SKTV dalam perubahan identitasnya.</p>
4	<p>Siska Harliana, 2018, Jurusan Ilmu Komunikasi Konsentrasi Jurnalistik,</p>	Studi Kasus	<p>Penelitian ini cukup relevan. Penelitian ini mengarah kepada bagaimana strategi</p>	<p>Mengenani proses strategi produksi siaran local sebuah stasiun tv dalam menentukan segmentasi, targeting</p>

	Fakultas Dakwah dan Komunikasi, UIN Bandung. <i>Strategi Produksi Program Siaran Lokal.</i>		sebuah siaran local dapat melakukan strategi produksi pada program siaran lokal di iNews Bandung, kemudian setelah mengetahui strategi produksi siaran tersebut peneliti melakukan analisis <i>audience.</i>	dan positioning di iNews Bandung.
5	Bagus Permadi Setiawan, 2017, Jurusan Ilmu Komunikasi Konsentrasi Jurnalistik, <i>Strategi Pengembangan Televisi Republik Indonesia (TVRI) Dalam Produksi</i>	Studi Kasus	Objek penelitian cenderung relevan. Penelitian ini membahas strategi pengembangan televisi republik Indonesia (TVRI) dalam produksi siaran	Penelitian ini mengarah kepada strategi pengembangan televisi republik Indonesia dalam produksi siaran.

### 1.6.2 Landasan Teoriti

Teori yang digunakan dalam penelitian ini adalah teori spasialisasi Vincent Mosco (2009: 159). Teori ini menjelaskan bahwa spasialisasi adalah “*The process of overcoming the constraints of space and time in social life*” yang artinya perluasan usaha media dilakukan karena adanya ruang dan waktu yang dijadikan peluang sebagai bentuk cara memperluas usaha. Sementara, seorang sosiolog Prancis, Henri Levebfre dalam (Mosco, 2009:57) berpendapat bahwa spasialisasi adalah “*The institutional extension of corporate power in the communication industry*” bahwa spasialisasi merupakan proses perpanjangan institusional media melalui bentuk korporasi dan besarnya badan usaha media. (Lase dan Rio, 2014:17).

### 1.6.3 Kerangka Konseptual

Diversifikasi merupakan suatu penganekaragaman atau penyebarluasan suatu unit usaha dengan tujuan untuk memperoleh keuntungan. Banyak perusahaan ataupun instansi yang telah melakukan diversifikasi, khususnya di bidang media. Diversifikasi media terbagi menjadi dua macam yaitu dalam *core* media dan diluar *core* media. Menurut penelitian (Lase dan Rio, 2014: 16) salah satu media di Indonesia yaitu *Media Indonesia* di bawah Media Group telah melakukan diversifikasi, tetapi dalam cakupan atau ranah media saja. Media tersebut dinyatakan konsisten melakukan diversifikasi ke media elektronik *Metro TV* dan melakukan diversifikasi ke media online yaitu *www.mediaindonesia.com* dan *www.metrotvnews.com*

Media massa merupakan media informasi yang terkait dengan masyarakat, digunakan berhubungan dengan khalayak atau masyarakat secara umum, dikelola secara profesional dengan tujuan mencari keuntungan. Dengan demikian, tidak semua media informasi atau komunikasi dapat disebut media massa (Mondry, 2016: 11).

Salah satu contoh diversifikasi diluar *core* media yaitu perusahaan media merambah ke bisnis perfilman, industri musik rekaman, periklanan, dan lain-lain. Atau sebaliknya, pemain bisnis di bidang lain mencoba untuk merambah ke bisnis media sebagai strategi untuk mengefektifitaskan proses distribusi produk, untuk meningkatkan *leverage* perusahaan, serta untuk meningkatkan kapasitas perubahan menghadapi risiko-risiko krisis di bidang usaha spesifik tertentu (Sudiby, 2014: 4).

Perusahaan menggunakan strategi diversifikasi sebagai strategi tingkat korporat. Perusahaan menerapkan strategi diversifikasi untuk meningkatkan daya saing strategi dan meningkatkan total nilai perusahaan. Nilai perusahaan diciptakan melalui diversifikasi *related* ataupun *unrelated*. Strategi unit-unit bisnis perusahaan akan meningkatkan pendapatan atau mengurangi biaya sesuai strategi tingkat bisnis, Hitt (Aisjah, 2010: 284).

Media massa kini menjadi hal yang tidak bisa dipisahkan dari kehidupan masyarakat, media massa sudah menjadi kebutuhan masyarakat untuk mendapatkan informasi. Media massa memiliki kredibilitas sehingga masyarakat lebih percaya untuk mendapatkan informasi dari media massa. Dengan hadirnya media hingga segala jenis berita. Saat ini media massa mulai melebarkan

sayapnya, media massa semakin beragam. Kini terdapat media cetak dan media elektronik, masing-masing media tersebut tentunya memiliki peminatnya sendiri.

Perkembangan teknologi di era saat ini sudah begitu pesat, jika dahulu hanya berbentuk media cetak kini muncul media elektronik yang berupa radio ataupun televisi bahkan di masa mendatang teknologi yang digunakan oleh media bisa lebih canggih daripada media seperti yang ada seperti saat ini. Selain itu media massa memiliki peran yang begitu vital, media massa dapat membentuk pola pikir dan asumsi masyarakat, dan di era seperti sekarang ini media massa berperan penting dalam segala aspek baik aspek ekonomi bahkan politik. Media massa akan terus berkembang. Media massa begitu banyak membantu masyarakat dalam hal berinteraksi satu sama lain, mendapatkan informasi dengan begitu cepat dan berperan dalam pembangunan suatu negara. Sesuai dengan fungsinya yaitu (1) *to inform* (2) *to educate* (3) *to influence* (4) *to entertain* (5) *to mediate* (Sumadiria, 2016 : 74-76).

Kehadiran era revolusi industri 4.0 sudah tidak dapat dielakan lagi. Melalui konektivitas dan digitalisasinya revolusi industri 4.0 mampu meningkatkan efisiensi dan kualitas produk. Revolusi industri 4.0 istilah yang pertama kali ada di Jerman pada tahun 2011, keadaanya ditandai dengan revolusi digital, Industri ini merupakan suatu proses industri yang terhubung secara digital yang mencakup berbagai jenis teknologi (Satya, 2018: 22).

Revolusi industri memberi pengaruh yang sangat besar, pada revolusi industri ini terjadi perkembangan teknologi dalam sector industri, dimana teknologi dan komunikasi dimanfaatkan sepenuhnya. Agar mampu bersaing. Indonesia harus

melaksanakan revolusi industri 4.0 dengan segala kelebihan maupun kekurangan revolusi industri tersebut.

## **1.7 Metodologi Penelitian**

Terdapat empat langkah yang harus dilakukan dalam penelitian ini, yaitu lokasi penelitian, paradigma penelitian, metode penelitian, serta menentukan jenis dan sumber data.

### **1.7.1 Lokasi Penelitian**

Penelitian ini akan dilakukan disalah satu media regional Jawa Barat tepatnya di *Harian Umum Pikiran Rakyat*.

### **1.7.2 Paradigma Penelitian**

Paradigma yang dipakai pada penelitian ini adalah paradigma konstruktivis. (Mulyana, 2003: 9) mengutarakan bahwa paradigam konstruktivis, yaitu paradigma yang hampir merupakan antitesis dari paham yang meletakkan pengamatan dan objektivitas dalam menemukan suatu realitas atau ilmu pengetahuan. Paradigma konstruktivis memandang ilmu sosial sebagai analisis sistematis terhadap *socially meaningful action* melalui pengamatan langsung dan terperinci terhadap perilaku sosial yang bersangkutan menciptakan dan memelihara dunia sosial mereka.

Paradigma tersebut digunakan peneliti karena dianggap sesuai dengan penelitian tentang diversifikasi media massa di era revolusi industri 4.0.



### 1.7.3 Pendekatan Penelitian

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif yang memungkinkan seorang peneliti untuk menginterpretasikan dan menjelaskan suatu fenomena secara holistik dengan menggunakan kata-kata, tanpa harus bergantung pada sebuah angka. Bodgan dan Taylor dalam (Moeleong, 2018: 4) mengungkapkan metodologi kualitatif adalah prosedur penelitian yang menghasilkan data deskriptif berupa kata-kata tertulis atau lisan dari orang-orang dan perilaku yang diamati. Pendekatan ini diarahkan pada latar dan individu tersebut secara holistik (utuh). Jadi tidak boleh mengisolasi individu atau organisasi ke dalam variabel atau hipotesis, tetapi perlu memandangnya sebagai bagian dari suatu keutuhan.

Pendekatan kualitatif menekankan pada makna, penalaran, definisi suatu situasi tertentu (dalam konteks tertentu), lebih banyak meneliti hal-hal yang berhubungan dengan kehidupan sehari-hari. Pendekatan kualitatif, lebih lanjut mementingkan proses dibandingkan dengan hasil akhir. Oleh karena itu Urutan-urutan kegiatan dapat berubah sewaktu-waktu tergantung pada kondisi dan banyaknya gejala-gejala yang ditemukan. Pendekatan ini diarahkan pada latar dan individu secara holistik atau utuh. Berikut ciri-ciri penelitian kualitatif:

1. Penelitian kualitatif melakukan penelitian pada latar alamiah atau pada konteks dari suatu keutuhan.
2. Peneliti sendiri atau dengan bantuan orang lain merupakan alat pengumpul data utama. Karenanya dalam penelitian ini, peneliti sendiri yang melakukan wawancara dengan informan. Pengetikan dan analisis

data pun peneliti lakukan sendiri karena penelitalah yang paling mengerti konteks pengumpulan data saat wawancara berlangsung.

3. Analisis data dilakukan secara induktif, yakni dengan mengumpulkan fakta-fakta yang ada di lapangan untuk kemudian menarik kesimpulan dari fakta-fakta yang ada. Analisis data pun dilakukan secara induktif, seiring dengan perkembangan tahap penelitian.
4. Data yang dikumpulkan deskriptif berupa kata-kata, karenanya laporan penelitian akan berisi dengan kutipan-kutipan hasil wawancara untuk memberi gambaran penyajian laporan. Data berasal dari hasil wawancara, catatan lapangan dan buku harian yang ditulis oleh informan. Dalam wawancara, peneliti selalu bertanya 'mengapa' guna mempertajam jawaban wawancara yang diberikan informan.
5. Desain penelitian bersifat sementara yang dalam proses penyusunannya terus menerus mengalami perubahan berkaitan dengan fakta-fakta baru yang muncul di lapangan yang tidak diperkirakan sebelumnya sehingga menuntut adanya perubahan dalam desain penelitian.

#### **1.7.4 Metode Penelitian**

Penelitian ini menggunakan metode studi kasus. (Herdiansyah, 2010: 76) menjelaskan studi kasus adalah suatu model penelitian kualitatif yang terperinci tentang individu atau suatu unit sosial tertentu dalam kurun waktu tertentu. Secara lebih dalam, studi kasus merupakan suatu model yang bersifat komprehensif, intens, terperinci, dan mendalam serta lebih diarahkan sebagai upaya untuk

menelaah masalah-masalah atau fenomena yang bersifat kontemporer atau terbatas waktu.

## **1.8 Jenis Data dan Sumber Data**

Menurut Lofland dalam (Moleong, 2018: 157) menjelaskan bahwa sumber data utama dalam penelitian kualitatif ialah kata-kata, dan tindakan, selebihnya adalah data tambahan seperti dokumen dan lain-lain. Berkaitan dengan hal itu pada bagian ini jenis data dibagi ke dalam kata-kata dan tindakan, sumber data tertulis, foto dan statistik.

### **1.8.1 Jenis data**

Jenis data yang digunakan adalah data-data kualitatif yang berhubungan dengan diversifikasi media massa di era revolusi industri. 4.0. Data yang akan digunakan adalah:

1. Data mengenai persiapan dalam menghadapi revolusi industri 4.0
2. Data mengenai penerapan diversifikasi.
3. Data mengenai strategi dalam melakukan penyebarluasan unit usaha.

### **1.8.2 Sumber Data**

Sumber data yang digunakan adalah

1. Sumber data primer, sumber data utama yang digunakan oleh peneliti berupa wawancara kepada Redaksi Pelaksana sekaligus Managing Editor, Business Development dan Mantan anggota Dewan Pers Periode 2010-2016.
2. Sumber data sekunder, sumber data sekunder atau sumber data pendukung yang akan menjadi pelengkap, adapun dalam penelitian ini

yang akan menjadi data sekunder adalah sumber-sumber berupa karya tulis, buku-buku dan dokumen resmi pihak terkait.

## 1.9 Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulandata yang peneliti lakukan adalah teknik observasi ke lapangan, wawancara dan studi kepustakaan.

### 1.9.1 Observasi

Observasi atau penelitian adalah teknik pengumpulan data, istilah ini berarti peneliti melakukan investigasi dan rekaman perilaku dan fenomena secara langsung. Selain itu, observasi dalam penelitian ini mengamati objek-objek di sekitar sebelum berkenalan lebih jauh dengan objek tersebut.

### 1.9.2 Wawancara

Wawancara digunakan sebagai teknik pengumpulan data apabila peneliti ingin melakukan studi pendahuluan ntuk menemukan permasalahan yang harus diteliti dan juga apabila peneliti ingin mengetahui hal-hal dari responden yang lebih dalam. Wawancara dilakukan dengan Redaksi Pelaksana sekaligus Managing Editor, Business Development *Pikiran Rakyat* dan Mantan anggota Dewan Pers Periode 2010-2016 yang dianggap mempunyai informasi penting tentang suatu objek. Dalam hal ini pertanyaan harus berkaitan dengan apa yang ingin dicapai. Sehingga data yang diinginkan bisa didapatkan lengkap. Tidak jauh berbeda dengan percakapan sehari-hari, namun ada pembeda antar kedua nya, yaitu:

1. Biasanya responden dan pewawancara belum saling mengenal.
2. Responden selalu menjawab pertanyaan
3. Pewawancara tidak menjuruskan pertanyaan kepada suatu jawab, tetapi tetap harus berifat netral.

### **1.10 Teknik Analisis Data**

Bogdan & Biklen dalam (Moleong, 2018: 248) menjelaskan analisis data kualitatif adalah upaya yang dilakukan dengan jalan bekerja dengan data, mengorganisasikan data, memilah-milahnya menjadi satuan yang dapat dikelola, mensistesisikannya, mencari dan menemukan pola. Menemukan apa yang penting dan apa yang dipelajari, dan memutuskan apa yang dapat diceritakan kepada orang lain. Adapun proses berjalanya analisis data kualitatif :

#### **1. Reduksi Data**

Merupakan proses pemilihan, pemusatan perhatian pada penyederhanaan, mengabstrakkan, dan transformasi data kasar yang muncul dari catatan-catatan tertulis dilapangan. Dimana setelah peneliti memperoleh data, harus lebih dulu dikaji kelayakannya dengan memilih data mana yang benar-benar dibutuhkan dalam penelitian ini.

#### **2. Penyajian Data**

Penyajian data dibatasi sebagai sekumpulan informasi tersusuan yang disesuaikan dan diklarifikasi untuk mempermudah peneliti dan menguasai data dan tidak terbenam dalam setumpuk data.

### 3. Menarik Kesimpulan

Kesimpulan selama penelitian berlangsung makna-makna yang muncul dari data yang diuji kebenarannya, kekokohnya dan kecocokannya sehingga diperoleh kesimpulan yang jelas kebenaran dan kegunaannya.



Tabel 1.2 Rencana Jadwal Penelitian

## 1.11 Rencana Jadwal Penelitian

No	Kegiatan	Waktu Kegiatan																	
		Februari		Maret				April				Mei				Juni		Juli	
		Minggu ke-		Minggu ke-				Minggu ke-				Minggu ke-				Minggu ke-		Minggu ke-	
		3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	1-2	3-4
1	SUPS	✓																	
2	Perbaikan Proposal		✓																
3	Pengeluaran SK			✓															
4	Bimbingan Bab 1							✓				✓		✓					
5	Outline & Bimbingan Bab 2																	✓	
6	Koordinasi dengan Pihak Pikiran Rakyat															✓			







uin

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI  
SUNAN GUNUNG DJATI  
BANDUNG