

ABSTRAK

Youris Marcelina. Mediamorfosis Radar Bandung (Studi Deskriptif Perkembangan Media Cetak ke Media Online Pada Hari Pagi Radar Bandung)

Penggunaan listrik, komputer dan kelahiran bahasa digital telah merubah pola komunikasi manusia. Sejatinya semakin hari pola komunikasi manusia mengalami transformasi, begitupun dengan medium komunikasi. Transformasi medium komunikasi tidak hanya pada ranah interpersonal, melainkan juga komunikasi massa. Dalam perkembangan media massa dari jaman ke jaman selalu terjadi menyesuaikan diri dengan teknologi yang berkembang dan diadopsi secara global atau massal. Pada era ini teknologi yang diadopsi adalah teknologi internet dalam proses pendigitalisasi media massa konvensional.

Penelitian ini mengkaji tentang transformasi media massa dalam konteks perkembangan media cetak ke media online yang dilakukan oleh Radar Bandung. Penelitian ini berlandaskan pada konsep *Mediamorfosis* yang digagas oleh Roger Fidler. Penelitian mengenai *Mediamorfosis* ini bertujuan untuk mengetahui proses *Koevolusi*, *Konvergensi* dan *Kompleksitas* yang dilakukan oleh Radar Bandung dalam upaya mempertahankan eksistensinya di era digital.

Metode yang dipakai dalam penelitian ini menggunakan studi deskriptif dengan pendekatan kualitatif. Teknik pengumpulan data diperoleh melalui wawancara, observasi dan dokumentasi.

Hasil penelitian adalah (1) pada proses *koevolusi* Radar Bandung telah mengadopsi teknologi komputer dan bahasa digital berupa internet dalam kegiatan kerjournalistikannya. Sehingga dalam perkembangan yang lebih maju Radar Bandung berhasil melebarkan bisnisnya dengan melahirkan dua media online *radarbandung.id* dan *bandung.pojoksatu.com*. (2) Pada proses *konvergensi*, Radar Bandung memanfaatkan teknologi komputer dan bahasa digital dengan lebih serius lagi sehingga teknologi-teknologi tersebut membuat Radar Bandung melakukan dua macam konvergensi berupa konvergensi teknologi atau digital dan konvergensi jurnalistik. (3) Proses *kompleksitas* yang terjadi di Radar Bandung adalah berupa prediksi kematian media cetak yang ditanggapi dengan serius karena bisnis utama Radar Bandung adalah media cetak. Selanjutnya kompleksitas lainnya adalah pengadopsian teknologi yang tertunda dari *scan QR code* yang dianggap sebagai formula yang pas dalam perkawinan media cetak dan media online milik Radar Bandung. Namun, dengan kompleksitas yang ada tidak menjadikan hal-hal tersebut menjadi sesuatu yang fatal. Melainkan dengan riset dan pengembangan yang mendalam, sebaliknya akan menghasilkan peluang di masa mendatang.

Kata Kunci : Mediamorfosis, Koevolusi Media, Konvergensi, Kompleksitas.