

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Penelitian

Perkembangan teknologi dan komunikasi yang sangat pesat dalam beberapa decade membuat manusia menemukan beberapa penemuan yang membuat dunia berubah. Salah satu penemuan ini adalah ditemukannya komputer dan internet. Semenjak komputer dan internet ditemukan, maka proses pendigitalisasi seluruh aspek kehidupan manusia dimulai. Hampir semua hal kini telah terhubung satu dengan yang lain melalui komputer dan internet. Di era ini juga terjadi revolusi industri 4.0, dinamakan 4.0 karena sebelumnya telah terjadi 3 kali revolusi.

Definisi dari Industri 4.0 ini juga bergaram. Menurut Angela Merkel (dalam Prasetyo dan Sutopo, 2014:18) Industri 4.0 adalah transformasi komprehensif dari keseluruhan aspek produksi di industry melalui penggabungan teknologi digital dan internet dengan industry konvensional. Selanjutnya Schtendahl, dkk (dalam Prasetyo dan Sutopo, 2014:18) menekankan definisi industry 4.0 dalam aspek kecepatan pada informasi yang disajikan, yaitu sebuah lingkungan industry dimana seluruh entitasnya selalu terhubung dan mampu berbagi informasi satu dengan yang lain. Menelaah dari definisi diatas, maka dapat ditarik kesimpulan bahwa industri 4.0 mengacu kepada kecepatan informasi secara cepat dan menyeluruh yang disuguhkan melalui integritas atau penggabungan dari teknologi digital, internet dan industry konvensional dengan

acuan data yang selalu diperbaharui secara otomatis secara digital. Kini hampir semua industri telah berevolusi menjadi industry 4.0 tidak terkecuali industri media massa.

Media massa tidak dapat dipisahkan dengan aspek komunikasi massa. Komunikasi massa adalah pesan yang dikomunikasikan melalui media massa pada sejumlah besar orang (Bitner, 1980:10). Media massa bentuknya antara lain media elektronik (televisi, radio), media cetak (surat kabar, majalah, tabloid), buku, film. Dalam perkembangan komunikasi massa yang sudah sangat modern dewasa ini, ada satu perkembangan tentang media massa, yakni ditemukannya internet (Nurudin, 2009:4-5). Maka dapat dikatakan proses produksi dan distribusi pesan komunikasi massa bergantung pada teknologi dari lembaga media massa. Jika dalam aspek komunikasi massa aspek teknologi menjadi landasan dalam distribusi pesan terhadap khalayak maka media massa konvensional mau tidak mau turut berevolusi dalam industry media 4.0 guna mempertahankan eksistensinya.

Perkembangan teknologi informasi dan komunikasi di Indonesia dalam beberapa tahun silam dapat dikatakan pesat. Hal ini ditandai dengan munculnya pendigitalisasian sistem-sistem yang ada dalam tatanan kehidupan masyarakat Indonesia. Selain itu, infrastruktur yang selalu diperbaharui guna menunjang proses pendigitalisasi di Indonesia juga menunjang industri berevolusi menuju industry 4.0. Media massa konvensional yang termasuk kedalam industry pers juga mau tidak mau harus menyesuaikan diri untuk mengikuti perkembangan zaman untuk menjaga eksistensinya.

Fenomena berkembangannya media sosial dan perubahan pola masyarakat dalam mengakses serta mengonsumsi informasi tidak dapat diabaikan begitu saja oleh para praktisi industri media pemberitaan *mainstream*. Meskipun media pemberitaan *mainstream* sudah mentransformasikan dirinya menjadi digital. Namun, media pemberitaan *mainstream* juga perlu memperhatikan *platform* media sosial yang digunakan oleh masyarakat era informasi. Mengabaikan peran aktif masyarakat informasi hanya akan membuat industry media pemberitaan ditinggalkan khalayak (Respati. 2014:50).

Semenjak Johann Gutenberg menemukan mesin cetak sederhana dan semakin hari dilakukan penyempurnaan maka terjadi perubahan teknologi yang signifikan dalam dunia percetakan dan penjilidan dokumen. Sehingga teknologi ini melahirkan bentuk dokumen baru seperti koran dan majalah. Menjelang pertengahan abad kedua puluh, teknologi-teknologi cetak telah berkembang sampai ke tingkat di mana koran dan majalah bisa dengan tetap menyajikan kepada sejumlah besar pembaca sejumlah besar informasi yang tepat waktu, dengan gambar dan warna yang berkualitas tinggi (fiddler. 2003:66). Lalu selanjutnya berkembanglah teknologi hiperteks dan hypermedia yang terus dikembangkan sehingga dokumen dapat bersifat elektronik dan berkembang pada layanan online berbasis World Wide Web. Hingga pada saat ini munculan sebuah media baru (*new media*) atau yang biasa kita kenal dengan media online.

Pendigitalisasi sebuah media jurnalistik tentu tidak hanya terpusat pada perubahan bentuk medianya saja, lebih dari itu terjadi perubahan yang radikal akibat perubahan budaya, perkembangan teknologi, dinamika politik dan ekonomi

juga disebut sebagai mediamorfosis. Mediamorfosis sebagai transformasi media komunikasi, yang biasanya sebagai akibat dari interplay rumit dari kebutuhan-kebutuhan yang dibayangkan, tekanan-tekanan kompetitif dan politis, dan inovasi-inovasi sosial dan teknologis (fiddler.2003:35).

Media massa tentu memiliki segmentasi untuk siapa produk jurnalistik tersebut dibuat. Menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia(KBBI), segmentasi memiliki arti (1) pembagian dalam segmen; (2) pembagian struktur sosial ke dalam unit-unit tertentu yang sama. Jika mengacu pada arti kata segmentasi dari diatas, dapat ditarik kesimpulan bahwa segmentasi adalah sebuah pemilahan atau pengelompokan dari suatu struktur sosial yang umum menjadi sebuah kelompok tertentu yang memiliki karakteristik yang sama.

Segmentasi memiliki beberapa jenis diantaranya, *segmentasi demografis* membagi audiens berdasarkan pada peta, kependudukan, misalnya: usia, jenis kelamin, besarnya anggota keluarga, pendidikan tertinggi yang dicapai, jenis pekerjaan konsumen, tingkat penghasilan, agama, suku dan lain sebagainya. Selanjutnya, *segmentasi geografis* membagi khalayak audiens berdasarkan jangkauan geografis, berupa cakupan dari suatu wilayah negara, provinsi, kabupaten, kota hingga ke lingkungan perumahan. Selain itu terdapat juga *segmentasi geodemografis* yaitu campuran antara aspek demografis dan geografis.

Segmentasi media massa tidak hanya dianggap berkorelasi dengan pemasaran sebuah iklan yang ditayangkan atau dipasang dalam media massa tertentu. Namun jauh dari itu segmentasi media massa dianggap penting karena adanya *targeting* dan *positioning* yang tepat dalam pemilihan audiens yang tepat.

Sebagai salah satu contohnya adalah media massa tentu memiliki beberapa bentuk yaitu, media cetak, media elektronik dan media online. Dari ketiga media tersebut media cetak dianggap sebagai yang paling tua, memiliki beberapa bentuk diantaranya koran dan majalah. Tentunya koran dan majalah juga memiliki segmentasi pasar, seperti contohnya terdapat koran nasional dengan cakupan audiens seluruh antero negeri dan juga koran lokal yang audiensnya memiliki kesamaan aspek segmentasi geografis. Sebagai contoh koran lokal adalah Harian Pagi Radar Bandung yang bernaung dibawah Grup Media terkemuka di tanah air, Jawa Pos.

Meskipun Radar Bandung dapat dikatakan belia dalam ranah media cetak lokal, namun eksistensi Radar Bandung bisa diperhitungkan dengan baik. Kehadirannya agaknya sudah lama ditunggu masyarakat Bandung dan sekitarnya, halaman-halaman koran ini 80 persen berisi berita-berita lokal. Tampilan perwajahan yang dinamis serta kreativitas liputan yang selalu dekat dan meladeni keinginan publik, menjadikan pasar koran Harian Pagi Radar Bandung setajam pena. Tepat jika mitra usaha koran Harian Pagi Radar Bandung menjadi koran ini sebagai sarana berpromosi. Karena Radar Bandung tak hanya piawai mengelola koran, tapi juga jeli, cerdas, dan kreatif bersiasat sehingga tetap bertahan dan memenangkan persaingan. Tak salah kalau para pemegang kebijakan memilih koran ini untuk bermitra.

Dalam perkembangannya, ternyata Radar Bandung terus berbenah diri. Harian pagi ini bukan hanya member saluran aspirasi komunitas lokal tapi mampu menumbuhkan informasi global yang modern dan bergaya hidup baru. Salah satu

contoh pembenahan diri pada Radar Bandung adalah dengan mengembangkan platform medianya dalam bentuk digital. Fenomena media cetak memproduksi juga karya jurnalistiknya dalam bentuk instrument atau bentuk media lainnya seperti melalui media online disebut konvergensi media. Pengertian dari konvergensi media ini adalah sebuah perpindahan dari media penyebaran dan penyiaran informasi dari satu bentuk media ke media yang baru. Konvergensi adalah kata yang mengatur untuk menggambarkan perubahan teknologi, industry, budaya dan sosial yang bergantung pada siapa yang berbicara dan apa yang mereka pikir mereka sedang bicarakan. Lalu untuk lebih lanjut, Fidler mengatakan bahwa konvergensi lebih menyerupai perslingan atau perkawinan, yang menghasilkan transformasi atas masing-masing entitas yang bertemy dan penciptaan entitas baru (Fidler. 2003:41).

Maka sebuah konsep yang diprakarsai oleh Roger Fidler mengemukakan bahwa mediamorfosis atau transformasi sebuah media massa ke platform lainnya melewati berbagai tahapan yaitu koevolusi, konvergensi dan kompleksitas. Oleh sebab itu, perkembangan atau perubahan sebuah media massa ke dalam bentuk lainnya sebagai contoh media cetak ke media online tidak hanya terfokus pada konvergensi platform media massa tersebut dalam menyebarkan informasi berupa produk jurnalistik kepada audiensnya. Lebih dari itu terdapat dulu sebuah proses hingga perkembangan itu benar-benar terjadi sesuai dengan konsep yang dikemukakan oleh Fidler.

Oleh sebab itu penelitian ini akan terfokus ke dalam tahapan atau proses mediamorfosis atau transformasi media yang terjadi pada Radar Bandung dalam

pembenahan diri dari media cetak berkembang menjadi media online. Sedangkan transformasi sendiri menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI) memiliki dua arti (1) perubahan rupa (bentuk, sifat, fungsi dan sebagainya) (2) perubahan struktur gramatikal lain dengan menambah, mengurangi, atau menata kembali unsur-unsurnya. Transformasi yang terjadi tentunya tidak hanya mencakup medium atau instrument untuk mengakses informasi. Lebih dari itu transformasi yang terjadi dalam sebuah media massa yang melakukan konvergensi juga terletak pada *newsroom*. Arti *newsroom* sendiri adalah sebuah tempat dimana berita diproduksi, ruangan ini terdiri dari jajaran pimpinan redaksi serta redaktur, coordinator liputan, wartawan dan staff lain yang bekerja bersama dalam pengelolaan produksi dan penyebarluasan media massa.

Penelitian ini menggunakan paradigma konstruktivisme dan penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif. Pendekatan kualitatif dianggap pas karena cenderung meneliti sesuatu yang syarat nilai dan berhubungan dengan fenomena, peristiwa, aktivitas sosial, konsep pemikiran individu dan kelompok. Pendekatan ini juga tepat dalam penelitian perkembangan atau mediamorfosis pada Radar Bandung. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah studi deskriptif.

1.2 Fokus dan Pertanyaan Penelitian

Bedasarkan latar belakang penelitian diatas dapat ditarik fokus penelitian sebagai berikut

1. Bagaimana proses koevolusi Radar Bandung dari media cetak ke media online?

2. Bagaimana proses konvergensi Radar Bandung dari media cetak ke media online?
3. Bagaimana proses kompleksitas Radar Bandung dari media cetak ke media online?

1.3 Tujuan Penelitian

Adapun tujuan yang ingin dicapai dalam penelitian ini adalah untuk mengetahui:

1. Proses koevolusi Radar Bandung dari media cetak ke media online.
2. Proses konvergensi Radar Bandung dari media cetak ke media online.
3. Proses kompleksitas Radar Bandung dari media cetak ke media online

1.4 Kegunaan Penelitian

1.4.1 Kegunaan Penelitian Akademis

1. Secara akademis penelitian ini bermanfaat dalam memberikan kontribusi pemikiran mengenai proses perubahan media dalam perspektif konsep mediamorfosis.
2. Sebagai peningkatan proses penyebaran informasi dan memberikan manfaat terhadap pembangunan kualitas informasi yang disajikan berupa informasi seputar perubahan bentuk media massa.

1.4.2 Kegunaan Penelitian Praktis

Penelitian ini dapat dijadikan bahan referensi bagi penelitian lebih lanjut dan mendalam pada ranah keilmuan ilmu komunikasi jurnalistik dengan tema terkait yaitu tentang mediamorfosis khususnya dalam tahapan perkembangan atau perubahan media massa.

1.5 Landasan Pemikiran

1.5.1 Landasan Konseptual

Menurut Zainal Abidin Achmad dalam Review Buku *Mediamorfosis: Understanding New Media* oleh Rodger Fidler. Thousand Oaks, California: Pine Forge Press: 2003 (P.3,2015), Mediamorfosis adalah transformasi media komunikasi, yang biasanya ditimbulkan akibat hubungan timbal balik yang rumit antara berbagai kebutuhan yang dirasakan, tekanan persaingan dan politik, serta sebagai inovasi dan teknologi. Menurut Roger Fidler (2003), Mediamorfosis bukan sekedar teori atau cara berpikir yang terpadu tentang evolusi teknologi dan komunikasi. Mediamorfosis mendorong kita untuk memahami semua bentuk sebagai bagian dari sebuah system yang saling terkait, dan mencatat berbagai kesamaan dan hubungan yang ada antara bentuk-bentuk yang muncul di masa lalu, masa sekarang dan hubungan yang sedang dalam proses kemunculannya. Media baru tidak akan muncul begitu lama. Dan terdahulu biasanya tidak mati-terus berkembang dan beradaptasi.

Asumsi dalam teori mediamorfosis memberikan pemahaman bahwa suatu media bertransformasi bukan hanya karena adanya perkembangan teknologi semata melainkan lebih dari itu terdapat banyak aspek seperti persaingan-persaingan yang ada antara media dan hubungan timbal balik dari media massa konvensional kepada audiens dan begitupun

sebaliknya. Kemunculan *new media* (media baru) juga memberikan sebuah pandangan baru kepada perusahaan media massa konvensional dalam mengolah dan produksi informasi yang kemudian disebarkan terhadap khalayak. Transformasi media pun mau tidak mau terjadi, dalam hal ini transformasi media massa dan beberapa aspek lainnya yang keterkaitan tercakup dalam teori mediamorfosis.

Menurut Zainal (dalam Terry Flew, 2005) mendefinisikan Media baru sebagai kombinasi dari format 3Cs yaitu *computing and information technology* (IT), *communication networks*, *digitize media and information content*. Media baru konsisten dengan pembelajaran teknologi media yang merujuk pada kebutuhan untuk menyadari bagaimana mediasi dalam komunikasi lewat format teknologi mengubah komunikasi dalam praktek sosial.

Konsep Mediamorfosis

Lebih lanjut, Zainal dalam Fidler memaparkan 3 proses mediamorfosis yaitu:

1. Koevolusi

Kode-kode komunikator. Sifat-sifat dasar media diwujudkan dan diteruskan melalui kode-kode komunikator yang kita sebut Bahasa. Bahasa tanpa harus dibandingkan satu sama lain, telah menjadi agen perubahan yang paling berpengaruh dalam rangkaian evolusi manusia. Perkembangan Bahasa lisan dan tulisan melahirkan dua transformasi besar, atau mediamorfosis, dalam system komunikasi

manusia. Mediamorfosis ketiga yang siap mempengaruhi evolusi komunikasi dan peradaban secara radikal adalah Bahasa radikal. Bahasa ini merupakan lingua franca computer dan jaringan telekomunikasi global.

Domain-domain komunikasi. Sejak kelahiran Bahasa tulis, berbagai bentuk media terus berevolusi dalam tiga jalur yang berbeda, yang disebut domain. Bahasa digital telah mentransformasikan bentuk-bentuk media komunikasi yang ada. Inilah agen perubahan yang paling bertanggungjawab atas pengaburan perbedaan-perbedaan diantara domain historis komunikasi.

2. Konvergensi

Konvergensi selalu menjadi esensi evolusi dan proses mediamorfosis. Konvergensi berskala besar dalam industry media dan telekomunikasi, mungkin hanya terjadi sekali. Namun bentuk-bentuk media yang ada saat ini pada kenyataannya merupakan hasil dari konvergensi berskala kecil yang tidak tehitung banyaknya, yang seringkali terjadi sepanjang waktu. Konvergensi lebih menyerupai persilangan atau perkawinan, yang menghasilkan transformasi atas masing-masing entitas yang bertemu dan penciptaan entitas baru.

Tim Dwyer (2010), mendefinisikan konvergensi media sebagai proses dimana bergabai bidang teknologi yang baru digabungkan dengan media yang telah ada dan berbagai industri komunikasi serta budaya yang berkembang.

3. Kompleksitas

Chaos adalah komponen penting perubahan. Tanpanya, alam semesta akan menjadi tempat kematian dan kehidupan tidak akan mungkin terjadi. Dari kondisi chaos, lahir gagasan-gagasan baru yang mentransformasikan dan menghidupkan system-system. Prinsip utama teori chaos kontemporer adalah gagasan bahwa kejadian-kejadian yang terkesan tidak signifikan atau variasi-variasi awal yang remeh dalam sistem-sistem yang mengalami chaos. Seperti cuaca dan ekonomi, dapat memicu peningkatan eskalasi kejadian-kejadian tak terduga yang akhirnya membawa bencana besar. Sistem yang mengalami *chaos* pada dasarnya anarkis. Sistem itu menunjukkan ketidakpastian yang nyaris tak berujung dengan pola jangka panjangnya yang tidak terduga. Hal ini juga menjelaskan mengapa tidak seorangpun mampu memprediksi secara akurat teknologi media baru dan bentuk-bentuk komunikasi manakah yang akhirnya akan sukses dan yang manakah yang akhirnya gagal.

Sistem yang adaptif dan kompleks, Kekayaan interaksi yang terdapat dalam sistem-sistem kehidupan, memungkinkannya menjalani pengorganisasian diri secara spontan. Dengan kata lain, sistem-sistem yang kompleks bersifat adaptif, yaitu bahwa sistem-sistem itu hanya merespon kejadian secara pasif. Sistem-sistem itu secara aktif berusaha mengarahkan apapun yang terjadi untuk mendapatkan keuntungan. Dengan demikian, kita dapat melihat bahwa semua bentuk media

hidup dalam dunia yang dinamis dan saling tergantung, Ketika muncul tekanan eksternal dan penemuan baru diperkenalkan, setiap bentuk komunikasi dipengaruhi oleh proses pengorganisasian diri yang muncul secara spontan. Sama seperti spesies yang berkembang demi kelangsungan hidup yang lebih baik, demikian jugalah yang dilakukan bentuk-bentuk komunikasi dan perusahaan-perusahaan media yang ada. Proses inilah yang menjadi esensi metamorfosis.

Dari ketiga proses tadi, Fidler kemudian menjabarkannya dalam prinsip dasar metamorphosis, yaitu:

1. Koevolusi dan koeksistensi

Semua bentuk media komunikasi hadir dan berkembang bersama dalam sistem yang adaptif dan kompleks, yang terus meluas. Begitu muncul dan berkembang, setiap bentuk baru dalam beberapa waktu dan hingga tingkat yang beraneka ragam, mempengaruhi perkembangan setiap bentuk yang lain.

2. Metamorfosis

Media baru tidak muncul begitu saja dan terlepas dari yang lain. Semuanya muncul secara bertahap dari metamorphosis media terdahulu. Ketika bentuk yang lain baru muncul, bentuk-bentuk terdahulu cenderung beradaptasi dan terus berkembang, bukan mati.

3. Pewarisan

Bentuk media komunikasi yang bermunculan mewarisi sifat-sifat dominan dari bentuk-bentuk sebelumnya. Sifat-sifat ini terus berlanjut dan menyebar melalui kode komunikator yang disebut Bahasa.

4. Kemampuan bertahan

Semua bentuk media komunikasi dan perusahaan media komunikasi dan perusahaan media dipaksa untuk beradaptasi dan berkembang agar tetap dapat bertahan dalam lingkungan yang berubah. Satu-satunya pilihan lain adalah mati.

5. Peluang dan Kebutuhan

Media baru tidak diadopsi secara laus lantaran keterbatasan-keterbatasan teknologi itu sendiri. Pasti selalu ada kesempatan dan alasan sosial, politik, dan atau ekonomi yang mendorong teknologi media baru untuk berkembang.

6. Pengadopsian yang Tertunda

Teknologi media baru selalu membutuhkan waktu lain yang lebih lama daripada yang diperkirakan untuk mencapai kesuksesan bisnis. Teknologi-teknologi itu cenderung membutuhkan sedikitnya satu generasi manusia (20-30 tahun) untuk bergerak maju dari rancangan konsep.

Menurut penjelasan di atas jelas sudah mengapa teori mediamorfosis ini dipilih karena seiring perkembangan teknologi komunikasi yang mengacu pada ranah komunikasi massa, dapat membuat beberapa revolusi. Ditemukannya penemuan-penemuan baru di dunia teknologi digital, sistem

informasi dengan keberadaan internet serta *world wide web* (www) menjadikan terjadinya transformasi dalam mencari sebuah informasi. Mau tidak mau *new media* pun muncul ditengah eksistensi koran, majalah, tv dan radio. Lama-kelamaan *new media* yang menawarkan informasi secara cepat, murah dan mencakup audio-visual menjadikan terjadinya masyarakat berbondong-bondong untuk mengakses media baru ini. Medua massa konvensional pun mau tidak mau harus bertransformasi untuk tetap eksis.

1.6 Langkah-Langkah Penelitian

1.6.1 Lokasi Penelitian

Penelitian seputar mediamorfosis khususnya dalam tahapan perkembangan media cetak ke platform digital atau media online ini akan dilakukan di PT *Harian Radar Bandung* Intermedia, Jl. Ibrahim adjie No.95 (Kiaracondong) Bandung 40272. Telepon: 022 - 7233819/7238058.

1.6.2 Paradigma dan Pendekatan Penelitian

Paradigma penelitian ini menggunakan paradigma konstruktivisme. Dimana dalam paradigma ini melihat relitas sebagai kontruksi sosial yang diciptakan oleh individu yang merupakan manusia bebas. Individu menjadi penentu dalam dunia sosial yang dikonstruksi berdasarkan kehendaknya, dimana manusia memiliki kebebasan bertindak serta berkehendak diluar batas struktur dan pranata sosial. Pada proses sosial manusia dianggap bebas menciptakan realitas sosial dalam dunia sosialnya.

Paradigma konstruktivisme adalah paradigma dimana kebenaran suatu realitas sosial dilihat sebagai hasil konstruksi sosial, dan kebenaran suatu realitas sosial bersifat relative (Oryza:2016:25). Paradigma ini memandang ilmu sosial sebagai analisis sistematis terhadap *socially meaningful action* melalui pengamatan langsung dan terperinci terhadap pelaku sosial yang bersangkutan menciptakan dan memelihara atau mengelola dunia sosial mereka (Hidayat, 2003:3).

Konstruktivis mempelajari beragam realita yang terkonstruksi oleh individu dan implikasi dari konstruksi tersebut bagi kehidupan mereka dengan yang lain konstruktivis, setiap individu memiliki pengalaman yang unik. Dengan demikian, penelitian dengan strategi seperti ini menyarankan bahwa setiap cara yang diambil individu dalam memandang dunia adalah valid, dan perlu adanya rasa menghargai atas pandangan tersebut (Patton, 2002:96).

Pendekatan yang digunakan dalam penelitian ini adalah pendekatan kualitatif. Pendekatan kualitatif ini adalah pendekatan penelitian yang menjawab permasalahan, memerlukan pemahaman secara mendalam dan menyeluruh mengenai obyek yang diteliti guna menghasilkan kesimpulan-kesimpulan dalam konteks waktu dan situasi yang bersangkutan. Karena itu, pendekatan ini lebih tepat digunakan dalam sebagian besar penelitian di bidang ilmu-ilmu sosial, budaya serta penelitian-penelitian terapan untuk memecahkan masalah praktis. Peneliti yang menggunakan pendekatan kualitatif cenderung

meneliti sesuatu yang syarat nilai dan berhubungan dengan fenomena, peristiwa, aktivitas sosial, konsep pemikiran individu atau suatu kelompok.

Riset kualitatif untuk menjelaskan fenomena dengan sedalam-dalamnya melalui pengumpulan data sedalam-dalamnya. Serta tidak mengutamakan besarnya populasi atau sampling, bahkan keduanya dapat tidak terbatas. Jika data yang terkumpul sudah mendalam dan sudah dapat menjelaskan fenomena yang diteliti maka tidak perlu mencari sampling lainnya (Kriyantono, 2008:56).

1.6.3 Metode Penelitian

Penelitian ini menggunakan metode penelitian deksriptif. Dimana metode penelitian deksriptif ini memaparkan suatu situasi atau peristiwa secara bernarasi. Penelitian ini mencari atau menjelaskan hubungan tidak teruji hipotesis atau prediksi. Beberapa penulis memperluas peneltian dekriptif kepada segala penelitian selain penelitian historis dan eksperimental (Rahmat, 1999:24).

Penulis memilih metode penelitian deksriptif, karena bagi penulis metode ini merupakan metode yang tepat untuk mendeksripsikan hasil temuan-temuan dari masalah yang diteliti dilapangan yaitu mediamorfosis yang terjadi pada Radar Bandung.

1.6.4 Jenis Data

Penelitian ini menggunakan data kualitatif. Bentuk dari data kulitatif berbentuk kata-kata bukan dalam bentuk angka. Data kualitatif

diperoleh melalui teknik pengumpulan data seperti wawancara, observasi, analisis dokumen atau diskusi terfokus. Bentuk lainnya dari data kualitatif adalah gambar atau rekaman video. Data kualitatif bersifat abstrak dan berfungsi untuk mengetahui kualitas dari sebuah objek yang harus diteliti. Oleh sebab itu peneliti harus benar memahami kualitas dari objek yang diteliti.

1.6.5 Sumber Data

a. Data primer

Data yang diperlukan dalam penelitian ini adalah data-data yang akan dikumpulkan dari direktur utama, pimpinan redaksi, pimpinan perusahaan hingga redaktur yang berada di Radar Bandung Intermedia.

b. Data sekunder

Data yang menunjang data primer dari Harian Pagi Radar Bandung, arsip serta berbagai sumber data resmi lainnya. Selain itu data yang mendukung dalam penelitian ini juga diantaranya buku-buku, jurnal-jurnal ilmiah yang mendukung serta informasi yang diperoleh dari internet.

1.6.6 Penentuan Informan atau Unit Penelitian

1.6.6.1 Informan dan Unit Analisis

Narasumber *key person* dalam penelitian ini adalah Pimpinan Umum dari Radar Bandung Intermedia yang dirasa kompeten dan memiliki kredibilitas yang mumpuni dengan pengetahuan seputar

perkembangan Radar Bandung. Narasumber kedua dalam penelitian ini adalah pemimpin redaksi dari Radar Bandung Intermedia. Selanjutnya narasumber ketiga dalam penelitian ini adalah redaktur dari media cetak serta online Radar Bandung Intermedia.

1.6.6.2 Teknik Penentuan Informan

Penentuan dari informan menggunakan pertimbangan *key person*, dimana tentunya *key person* ini merupakan seorang yang memahami objek penelitian secara kompeten. Sehingga penelitian ini membutuhkan *key person* untuk melakukan wawancara dan observasi dalam penggalan data. Jumlah informan yang dibutuhkanpun disesuaikan dengan kebutuhan dari data yang ingin diketahui.

Selain itu dalam menentukan informan menggunakan *Snowball Sampling* yang menurut Lincoln dan Guba sebagaimana dikutip (dalam Sugiyono 2011) bahwa dalam bentuk sampling ini seorang peneliti mengidentifikasi, dalam cara apapun seseorang dapat melakukan jumlah kecil kelompok fenomena yang seseorang ingin diuji (teliti). Dengan (anggota kelompok) ini digunakan untuk mengidentifikasi yang lain lagi.

1.6.7 Teknik Pengumpulan Data

1.6.7.1 Teknik Wawancara

Wawancara merupakan teknik utama yang digunakan dalam pengumpulan data dalam penelitian ini. Wawancara merupakan sebuah sesi tanya jawab antara informan dengan peneliti dalam durasi

waktu tertentu guna memenuhi kebutuhan data yang diperlukan dalam penelitian.

Dalam penelitian ini wawancara akan lebih terfokus kepada informan yang menjabat sebagai Pimpinan Umum Radar Bandung yang dianggap kompeten dalam memberikan penjelasan seputar transformasi yang dilakukan media yang dipimpinnya. Keuntungan menggunakan teknik wawancara ini adalah akan mendapatkan data pribadi yang lebih baik antara pewawancara dengan narasumber.

1.6.7.2 Teknik Observasi

Teknik observasi didasarkan atas pengalaman secara langsung. Jika suatu data yang diperoleh kurang meyakinkan, biasanya peneliti ingin menanyakan kepada subyek. Tetapi karena peneliti ingin memperoleh keyakinan tentang keabsahan data tersebut, jalan yang ditempuhnya adalah mengamati sendiri dan mengalami langsung peristiwanya. Teknik observasi juga memungkinkan melihat dan mengamati sendiri, kemungkinan mencatat perilaku dan kejadian sebagaimana yang terjadi pada keadaan sebenarnya.

Teknik observasi memungkinkan peneliti mencatat peristiwa dalam situasi yang berkaitan dengan pengetahuan proporsional maupun pengetahuan yang langsung diperoleh dari data.

1.6.7.3 Dokumentasi

Dalam sebuah penelitian dokumentasi dirasa penting dalam memvalidasi kebenaran penelitian serta untuk menunjang kebutuhan

penelitian. Dokumen bisa berbentuk tulisan, gambar atau karya-karya dari informan. Selain itu data juga didapatkan dari buku-buku referensi, jurnal ilmiah, serta orang yang ahli dalam permasalahan yang diteliti. Serta website dari laman portal online radar bandung.

1.6.8 Teknik Penentuan Keabsahan Data

Pada penelitian ini teknik keabsahan data yang digunakan adalah triangulasi. Pengertian triangulasi sendiri adalah pengujian kredibilitas atau pengecekan data dari berbagai sumber dengan berbagai cara dan waktu. Dengan demikian terdapat triangulasi sumber, triangulasi teknik pengumpulan data dan waktu (Sugiyono, 2009:125). Selanjutnya dalam penelitian ini, upaya yang dilakukan dalam memenuhi pengecekan keabsahan data dengan menggunakan sumber yaitu berupa hasil wawancara dan observasi maupun dokumen-dokumen yang diperoleh dari Harian Pagi Radar Bandung.

1.6.9 Teknik Analisis Data

Sebelum dilakukan analisis data, maka terlebih dahulu semua data mentah telah tersedia, hasil observasi, wawancara mendalam dan dokumentasi. Penelitian ini menggunakan teknik analisis data model Miles dan Huberman, aktivitas dalam analisis penelitian kualitatif dilakukan secara interaktif dan beralngsung secara terus menerus sampai tuntas hingga datanya jenuh (Sugiyono. 2009:91).

Teknik analisis data Model Miles dan Huberman dalam buku Sugiyono (2009:95) berjudul *Metode Penelitian Kualitatif* sebagai berikut:

1. Reduksi Data

Mereduksi data berarti merangkum, memilah hal-hal pokok, memfokuskan pada hal-hal yang penting, dicari tema dan polanya, Dengan demikian data yang direduksi akan memberikan gambaran yang lebih jelas, dan mempermudah penelitian dalam aspek pengumpulan data selanjutnya, dan mencarinya bila diperlukan.

Reduksi data dalam penelitian ini adalah menyiapkan keperluan serta mengumpulkan data yang telah diobservasi sebelumnya untuk keperluan penelitian ini. Selanjutnya data yang telah diperoleh, diolah dan selanjutnya dipilih sesuai dengan keperluan data penelitian.

2. Data Display atau Penyajian Data

Setelah data direduksi maka selanjutnya dilakukan penyajian data dengan menggunakan table, grafik, phie card, picrograf dan sejenisnya. Melalui penyajian data tersebut, maka data terorganisasikan, tersusun dalam pola hubungan, sehingga semakin mudah dipahami.

Dapat disimpulkan sajian data adalah suatu cara merangkai data dalam suatu organisasi yang memudahkan untuk pembuatan kesimpulan atau tindakan yang diusulkan. Sajian data dalam

3	Penyusunan Proposal	■	■								
4	Seminar Uji Proposal		■								
5	Pengerjaan Skripsi (BAB 1-2)			■	■	■					
6	Pengumpulan Data (BAB 3)			■	■	■	■				
7	Analisis Data (BAB 3-4)							■	■		
8	Sidang Hasil Penelitian Skripsi									■	
9	Wisuda										■

1.. Jadwal Penelitian