**BAB II**

**KAJIAN PUSTAKA DAN KERANGKA PEMIKIRAN**

**2.1. Kajian Pustaka**

**2.1.1. Rivew Penelitian Sejenis**

Pada setiap penelitian tentunya memiliki penelitian terdahulu. Bagian ini dilakukan sebagai perbandingan antara peneliti dengan penelitian sejenis yang sebelumnya dan sebagai referensi untuk lebih baik kedepannya. Disini peneliti menggunakan 2 penelitian sejenis, sebagai berikut :

1. Elga Setianingcahya, Mahasiswi Universitas Pasundan 2016 (122050034). Dengan judul penelitian “Transformasi Media Cetak Ke Dalam Media *Online* (Studi Deskriptif Kualitatif Majalah Destinasia Di Bandung)” Metode yang digunakan adalah metode penelitian kualitatif dengan menggunakan teori mediamorfosis Roger Fidler. Penelitian ini menganalisis bagaimana majalah Destinasia Bandung yang dari cetak bertansformasi menjadi majalah *online*. Teknik pengumpulan data yang dilakukan penelitian ini tak jauh berbeda dengan peneliti yaitu dengan wawancara, observasi dan dokumentasi hanya saja peneliti tidak menggunakan observasi dan objek penelitian nya pun berbeda.
2. Anton Wahyu Prihartono, Mahasiswa Universitas Sebelas Maret Surakarta 2016. Dengan judul penelitian “Surat Kabar & Konvergensi Media (Studi Deskriptif Kualitatif Model Konvergensi Media Pada Solopos)” Metode yang digunakan sama dengan peneliti yaitu kualitatif, penelitian ini menggunakan teori konvergensi media Henry Jenkins. Penelitian ini menganalisis perubahan atau pengembangan berbagai model atau bentuk konvergensi media yang ada pada surat kabar Solopos Solo salah satu bentuk pengembagannya adalah media *online*. Teknik yang digunakan penelitian yakni, *purposive sampling* (pengambilan informan berdasarkan tujuan). Untuk pengumpulan data dilakukan dengan wawancara, dokumentasi dan studi pustaka.

**Tabel 2.1**

***Review* Penelitian Sejenis**

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| **Nama Peneliti & Tahun Penelitian** | **Judul Penelitian** | **Metode Penelitian** | **Perbedaan Penelitian** |
| Anton Wahyu Prihartono  2016  (Universitas Sebelas Maret Surakarta) | Surat Kabar & Konvergensi Media | Kualitatif | Penelitian ini menganalisis berbagai macam model konvergensi media  (surat kabar) Solopos Solo |
| Elga Setianingcahya  2016  (Universitas Pasundan) | Transformasi Media Cetak ke dalam Media Online | Kualitatif | Penelitian ini menganalisis transformasi media cetak (majalah) Destinasia Bandung menjadi majalah digital |

Sumber Peneliti (2018)

**2.1.2. Kerangka Konseptual**

**2.1.2.1. Jurnalistik**

Jurnalistik diawali dari komunikasi antar manusia yang bergantung dari mulut ke mulut. Catatan sejarah yang berkaitan dengan penerbitan media massa terpicu penemuan mesin cetak oleh Johannes Getenberg. Di Indonesia, perkembangan kegiatan jurnalistik diawali oleh Belanda. Sebagian pejuang kemerdekaan Indonesia pun menggunakan kewartawanan sebagai alat perjuangan.

Di Era Presiden Soeharto, media massa banyak dibatasi. Seperti kasus Majalah Tempo dan Harian Indonesia Raya merupakan dua contoh bukti sensor dalam kekuasaan Era Soeharto. Kontrol yang dipegang oleh PWI (Departemen Penerangan dan persatuan Wartawan Indonesia). Dari situasi tersebut muncullah Aliansi Jurnalis Independen yang mendeklarasikan diri di Wiswa Sirna Galih, Jawa Barat. Sebagian dari aktivitasnya berada di sel tahanan. Sejarah kemerdekaan Pers atau jurnalistik beradap di titik saat Soeharto di gantikan oleh BJ Habibie. Disaat itulah banyak media massa yang muncul dan PWI bukan satu-satunya organisasi profesi.

Secara umum  jurnalistik (journalistic) adalah kewartawanan atau hal-ihwal pemberitaan dimana terdapat aktivitas atau profesi penulisan untuk surat kabar, majalah, atau situs web berita atau menyiapkan berita untuk disiarkan atau juga jurnalistik diartikan sebagai kegiatan yang berhubungan dengan pencatatan atau pelaporan setiap hari. Dengan demikian, jurnalistik bukanlah pers, bukan pula media massa.

Jurnalistik merupakan kegiatan yang memungkinkan pers atau media massa bekerja dan diakui eksistensinya dengan baik. Sebagai teknik, jurnalistik adalah keahlian atau keterampilan membuat karya jurnalistik termasuk keahlian dalam pengumpulan bahan pemberitaan seperti peliputan peristiwa atau reportase dan wawancara.

Sebagai ilmu, jurnalistik adalah bidang kajian mengenai pembuatan dan penyebarluasan informasi melalui media massa. Jurnalistik termasuk ilmu terapan yang dinamis dan terus berkembang sesuai dengan perkembangan teknologi informasi dan komunikasi serta dinamika masyarakat itu sendiri. Selain itu, jurnalistik termasuk bidang kajian ilmu komunikasi, yakni ilmu yang mengkaji proses penyampaian pesan, gagasan, pemikiran, atau informasi kepada orang lain dengan maksud memberitahu, mempengaruhi, atau memberikan kejelasan. Adapun produk jurnalistik adalah hasil karya berupa tulisan, foto, video, audio yang bernilai berita –berisi informasi aktual, faktual, penting, dan menarik.

Produk jurnalistik secara umum terdiri dari tiga : Berita, Artikel Opini, dan Feature. Tetapi produk jurnalistik yang paling utama adalah berita yang disajikan atau disebarluarkan melalui berbagai jenis media massa. Berita, Opini, dan Feature juga bisa disajikan dalam format foto (foto jurnalistik), video, audio, dan grafis (infografis).

Jurnalistik adalah bagian dari kehidupan kita sehari-hari. Jika setiap hari kita membaca, mendengar, atau menonton program berita, maka sadar atau tidak sadar kita terlibat dalam dunia jurnalistik, minimal sebagai objek atau sasaran (target audience) dari para jurnalis. Menurut salah satu ahli, Sumadiria dalam buku Junalistik Indonesia mengemukakan pengertian dari jurnalistik adalah :

**Jurnalistik adalah sebagai suatu kegiatan atau profesi (pekerjaan) seseorang yang menyiapkan, mencari, mengumpulkan, mengolah, menyajikan, dan menyebarkan informasi atau berita. Dilakukan secara berkala, secepat mungkin dan seluas mungkin yang kemudian ditujukan kepada masyarakat umum melalui media massa. (2005.hal 41)**

Dilihat dari segi bentuk dan pengelolaannya, jurnalistik dapat dibagi menjadi tiga bagian besar yakni; jurnalistik media cetak meliputi surat kabar, tabloid, dan majalah, jurnalistik media elektronik auditif yakni radio siaran, dan jurnalistik media elektronik audio-visual yakni televisi. Setelah dunia internet berkembang pesat, jurnalistik lewat dunia maya pun turut berkembang. Kita menyebutnya jurnalisme media online. Kegiatan kewartawanan diatur oleh UU Pers No. 40. Tahun 1999 yang dikeluarkan Dewan Pers dan UU Penyiaran No. 32 Tahun 2002 yang dikeluarkan Komisi Penyiaran Indonesia atau KPI.

Jurnalistik yang baik ialah jurnalistik yang bersikap adil dan jujur saat memberikan informasi pada khalayak, tidak boleh ada yang di tutup tutupi, harus bersikap netral dan tidak boleh memihak pihak siapa pun, maka dari itu jurnalistik atau wartawan harus mematuhi ketetapan pada kode etik jurnalistik, sebab wartawan yang professional harus menaati kode etik jurnalistik tersebut. Terdapat beberapa pasal kode etik jurnalistik diantaranya: **Pasal 1** Wartawan Indonesia bersikap independen, menghasilkan berita yang akurat, berimbang, dan tidak beritikad buruk. **Pasal 2** Wartawan Indonesia menempuh cara-cara yang profesional dalam melaksanakan tugas jurnalistik. **Pasal 3** Wartawan Indonesia selalu menguji informasi, memberitakan secara berimbang, tidak mencampurkan fakta dan opini yang menghakimi, serta menerapkan asas praduga tak bersalah. **Pasal 4** Wartawan Indonesia tidak membuat berita bohong, fitnah, sadis, dan cabul. **Pasal 5**. Wartawan Indonesia tidak menyebutkan dan menyiarkan identitas korban kejahatan susila dan tidak menyebutkan identitas anak yang menjadi pelaku kejahatan. **Pasal 6** Wartawan Indonesia tidak menyalahgunakan profesi dan tidak menerima suap. **Pasal 7** Wartawan Indonesia memiliki hak tolak untuk melindungi narasumber yang tidak bersedia diketahui identitasnya. **Pasal 8** Wartawan Indonesia tidak menulis atau menyiarkan berita berdasarkan prasangka. **Pasal 9** Wartawan Indonesia menghormati hak narasumber tentang kehidupan pribadinya, kecuali untuk kepentingan publik. **Pasal 10** Wartawan Indonesia segera mencabut, meralat, dan memperbaiki berita yang keliru. **Pasal 11** Wartawan Indonesia melayani hak jawab dan hak koreksi secara proporsional.

Kode Etik Jurnalistik memiliki kedudukan yang sangat istimewa bagi [wartawan](https://id.wikipedia.org/wiki/Wartawan), setidak-tidaknya memiliki fungsi yaitu: Melindungi keberadaan seseorang profesional dalam berkiprah di bidangnya; Melindungi masyarakat dari malapraktik oleh praktisi yang kurang profesional; Mendorong persaingan sehat antarpraktisi; Mencegah kecurangan antar rekan profesi; Mencegah manipulasi informasi oleh narasumber.

**2.1.2.2. Fungsi Jurnalistik**

Sedikitnya jurnalistik memiliki manfaat sekaligus fungsi jurnalistik bagi kehidupan sehari-hari, diantaranya; berfungsi menghimpun dan menyebarkan informasi bagi khalayak, jurnalistik berfungsi memberikan pendidikan bagi khalayak dan juga berfungsi sebagai media hiburan bagi khalayak serta sebagai alat kontrol sosial dalam kehidupan bermasyarakat dan bernegara. Dalam istilah yang lebih politis, keberadaan jurnalistik dianggap sebagai sebagai ‘kekuatan keempat’ dalam sistem politik kenegaraan setelah legislatif, eksekutif, dan yudikatif.

Dengan fungsi-fungsinya itu pers memiliki pengaruh yang cukup besar terhadap masyarakat. Melalui pengaruhnya, pers dapat membawa dan menyampaikan pesan-pesan maupun gagasan-gagasan (dikemas dalam karya jurnalistik) yang membangun dan bermanfaat bagi kehidupan manusia.

Demikian pula dalam pembangunan di bidang sosial-budaya, atau bentuk-bentuk kehidupan di dalam masyarakat, misalnya dalam mewujudkan terjadinya perubahan sosial atau peralihan masyarakat tradisional ke masyarakat modern, pers dengan pengaruhnya dapat mempercepat proses perubahan sosial maupun peralihan itu.

Pers melalui karya-karya jurnalistik yang disajikannya mempunyai fungsi dan peranan yang besar dalam menciptakan suatu sikap pembaharuan dalam perilaku dan tatanan sosial serta sikap budaya masyarakat. Khususnya dalam memperbaharui pola pikir masyarakat yang tradisional ke pola pikir modern.

**2.1.2.3. Bahasa Jurnalistik**

Bahasa Jurnalistik disebut juga bahasa media, bahasa pers, bahasa koran, atau bahasa wartawan adalah gaya bahasa yang digunakan wartawan dalam menulis berita dengan karakteristik singkat, padat, sederhana, jelas, lugas, dan menarik. Pakar bahasa Indonesia Jus Badudu menyatakan, bahasa jurnalistik harus sederhana, mudah dipahami, teratur, dan efektif.

Menurut salah satu ahli Sumadiria dalam buku Jurnalistik Indonesia mengemukakan penjelasan dari bahasa jurnalistik adalah:

**Bahasa jurnalistik didefinisikan sebagai bahasa yang digunakan oleh para wartawan, redaktur, atau pengelola media massa dalam menyusun dan menyajikan, memuat, menyiarkan dan menayangkan berita serta laporan peristiwa atau pernyataan yang benar, aktual, penting dan menarik dengan tujuan agar mudah dipahami isinya dan cepat ditangkap maknanya. (2005.hal 42)**

Seperi yang kita tahu bahwa fungsi dari bahasa adalah sebagai alat komunikasi, alat menyatakan ekspresi diri, alat adaptasi sosial dan sebagai alat kontrol sosial. Bahasa jurnalistik harus bersifat R**ingkas:**bahasa jurnalistik itu hemat kata (economyofwords), memilih kata dan kalimat ringkas, karena keterbatasan ruang dan durasi, termasuk menghindari [Kata Jenuh dan Kata Mubazir](http://www.romelteamedia.com/2014/09/kata-mubazir-dan-kata-jenuh.html). **Lugas:**menggunakan kata/kalimat denonatif, satu pengertian, tidak ambigu, dan langsung ke poko masalah (straighttothepoint) alias tidak bertele-tele.

**2.1.2.4. Media Online**

Dengan perkembangan teknologi yang begitu cepat ini munculnya media massa *online*, dimana sangat mempermudah segala kebutuhan manusia ketika berada dimana pun, dengan mudahnya di akses secara cepat sehingga manusia pun meninggalkan fungsi media massa yang lainnya.

Pada dasarnya, media online mengusung dua prinsip utama pengelolaan pengetahuan (*knowledge management*). Pertama adalah menyimpan pengetahuan secara digital yang dapat diunggah secara online karena disimpan dalam jaringan intranet, maka setiap informasi dapat dipelihara, dikategorikan, dianalisa, diperbaharui, dan disebarluaskan dengan lebih efisien.

Prinsip kedua yang diangkat oleh media online adalah memudahkan akses terhadap pengetahuan. Karena dapat diunduh secara online, maka siapa saja, baik individu maupun organisasi mempunyai dapat mengakses informasi juga dapat menyebarluaskannya. Karenanya pertukaran sebuah informasi dapat terjadi lebih efektif. Tidak dapat dipungkiri, kehadiran berbagai social network seperti facebook dan twitter, juga meningkatkan kebutuhan pengguna untuk mengakses media online untuk pertukaran pengetahuan.

Menurut Romli, dalam bukunya Jurnalistik Praktis untuk Pemula menjelaskan pengertian dari media online adalah **“Media *online* merupakan media massa yang tersaji secara *online* di situs web (*website*) internet”. (2012 hal.30)**

Media *online* secara umum, yaitu segala jenis atau format media yang hanya bisa diakses melalui internet berisikan foto, teks, video dan suara. Dalam pengertian umum ini, media *online* juga bisa di maknai sebagai sarana komunikasi secara *online*. Dengan pengertian media online secara umum ini, maka *email*, *mailing list* (milis), *website*, *blog*, *whatsapp*, dan media sosial masuk dalam kategori media *online*.

Perkembangan digitalisasi produksi berita dan kemampuan menyebarkan secara cepat akan menjadi tantangan tersendiri bagi para jurnalis media *online*. Diawali dari munculnya *citizen jurnalism* (jurnalisme warga negara) melalui blog-blog pribadi yang dapat di gunakan gratis, perlahan-lahan secara tidak langsung kegiatan pemberitaan melalui internet mulai di lakukan, meskipun susunan serta kajian yang dibahas tidak selalu konsisten dengan waktu dan kejadian, namun hal ini dinilai sebagai awal munculnya media *online.*

Di Indonesia media *online* yang sangat menomor satukan tenggat waktu *(deadline)* salah satunya adalah detikom. *Website* yang telah beroperasi lebih dari lima tahun ini telah memiliki koresponden yang banyak di tiap-tiap lokasi, sehingga memungkinkan melakukan pemberitaan dalam kurun waktu yang sangat sempit.

Dari uraian diatas, peneliti dapat merujuk dan mendefinikasikan bahwa media *online* yaitu media yang terbit di dunia maya dengan bentuk yang sederhana dan tidak terbata pada ruang dan waktu, sehingga masyarakat dapat mengaksesnya kapan saja dan dimana saja sejauh ada jaringan yang menghubungkan orang tersebut dengan internet. Bersifat *real time*, aktual dan dapat diakses atau dilihat oleh siapapun.

**2.1.2.5.** **Karakteristik Media Online**

Karakteristik dan keunggulan media *online* dibandingkan ”media konvensional” (cetak/elektronik), menurut Romli dalam bukunya Jurnalistik Praktis untuk Pemula menjelaskan karakteristik dari media online mempunyai beberapa karakteristik diantaranya :

1. **Kapasitas luas, halaman web bisa menampung naskah panjang**
2. **Pemuatan dan editing naskah bisa kapan saja dan dimana saja**
3. **Jadwal terbit bisa kapan saja, bisa setiap saat**
4. **Cepat, begitu di-upload langsung bisa diakses semua orang**
5. **Menjangkau seluruh dunia (** [***www.worldwide.web***](http://www.worldwide.web)**)**
6. **Aktual dan *Update***
7. **Terdokumentasi, informasi tersimpan di bank data (arsip) dan dapat ditemukan melalui *link*, artikel terkait dan fasilitas cari (*search*). (2012 hal.32)**

Media *online* sekarang sangat berkembang pesat. Informasi  yang disajikan juga sangat update dan menarik. Dengan karakteristik nya yang memberikan informasi secara cepat menjadikan nya lebih unggul ketimbang media massa lainnya, suatu kejadian atau peristiwa yang  terjadi di lapangan dapat langsung di *upload* ke dalam situs web media *online* ini, tanpa harus menunggu hitungan menit, jam atau hari, seperti yang terjadi pada media elektronik atau media cetak.

Yang uniknya juga media *online* mengadirkan atau memunculkan ”generasi baru” jurnalistik, yakni jurnalisme *online* (*online journalism*)  disebut juga *cyber journalism*. Definisi dari jurnalisme *online* ini  merupakan proses penyampaian informasi dengan menggunakan media internet (website).

**2.1.2.6. Jenis-Jenis Media Online**

Seperti yang telah dijelaskan pada pengertian media online yaitu proses penyebaran informasi media *online* adalah menggunakan internet. Berdasarkan cara publikasinya, media online dapat dibagi menjadi beberapa jenis. Berikut adalah jenis-jenis media *online*:

1. Situs Berita Online (Detik.com,Kompas.com,Pikiranrakyat.com)
2. Situs Pemerintah (Imigrasi.go.id, Kejaksaan.go.id)
3. Situs Perusahaan (Promonavigator.com)
4. Situs E-commerce (Bukalapak.com, Lazada.com)
5. Situs Media Sosial (*Twitter.com*, *YouTube.com*)
6. Situs Blog (*Maxmanroe.com*)
7. Situs Forum Komunitas (Kaskus.co.id)
8. Aplikasi Chatting (*BlackBerry*, *Messenger*, *Line, WhatsApp*)

Seperti yang sudah dijelaskan media *online* ini memiliki berbagai macam jenis yang sesuai dengan kegunaan serta tujuannya, meskipun media *online* ini hadir dengan segala keunggulan nya tetapi masih saja diragukan kredibilitasnya oleh sebagian masyarakat.

Media *online* diragukan dari sisi kredibilitas mengingat orang yang tidak memiliki keterampilan menulis (jurnalistik) yang memadai pun bisa mempublikasikan informasinya. Kredibilitas tinggi umumnya dimiliki media *online* yang dikelola oleh lembaga pers yang juga menerbitkan edisi cetak atau elektronik.

**2.1.2.7. Kelebihan dan Kelemahan Media Online**

Setelah munculnya media *online* bukan berarti menggeser media cetak dan elektronik karena media *online* memiliki kelebihan yang lebih dari pada media cetak dan elektronik. Media *online* menjadi berbeda dengan media tradisional (cetak, radio, elektronik) bukan semata-mata karena dia mengambil *venue* yang berbeda, melainkan karena media *online* ini dilangsungkan di atas sebuah media baru yang mempunyai karakteristik yang jauh berbeda, baik dalam format, isi, maupun mekanisme dan proses hubungan penerbit dengan pengguna pembacanya.

Media *online* memiliki wilayah konsumen tersendiri, hanya saja media *online* memiliki keunggulan yang tidak dimiliki oleh media cetak dan elektronik. Media *online* merupakan salah satu jenis media massa yang popular dan bersifat khas, kekhasan media online terletak pada keharusan memiliki jaringan teknologi informasi dan menggunakan perangkat komputer, di samping pengetahuan tentang program komputer untuk mengakses informasi. Media *online* sekarang sangat berkembang pesat, banyak media online baru bermunculan setiap hari. Informasi yang disajikan juga sangat *update* dan menarik. Berikut ini kelebihan dan kelemahan media *online* yang sekarang sering kita gunakan.

Kelebihan media *online* adalah : Bersifat *Up to date*, dapat melakukan upgrade (pembaharuan) suatu informasi atau berita dari waktu ke waktu dan dimana saja. *Real time*, dapat langsung menyajikan informasi dan berita saat peristiwa berlangsung hal ini yang dimaksud dengan *real time*. Praktis, media *online* terbilang praktis karena memudahkan untuk mendapatkan berita dan informasinya kapan saja dan dapat dibuka dan dibaca sejauh mungkin didukung oleh fasilitas koneksi internet.

Kelemahan media *online* : Untuk mengakses internet membutuhkan biaya yang besar, tidak semua masyarakat dapat mempergunakan teknologi internet (masyarakat bawah), bila terlalu lama membaca media *online* dapat membuat mata menjadi lelah dan dapat mengalami gangguan mata.

Seiring perkembangannya, media dan teknologi memang tak bisa dipisahkan. Teknologi dengan kemajuannya yang pesat memberikan pengaruh yang sangat besar pada perkembangan media yang ada di tengah-tengah manusia. Seperti halnya teknologi internet yang dikembangkan pada era-60 an ini mempengaruhi perkembangan dari media cetak dan elektronik yang menjadikan minat masyarakat semakin menurun terhadap keduanya.

**2.1.2.8. Media Cetak**

Bagi masyarakat masih dipahami secara sempit. Banyak orang beranggapan bahwa media cetak sama dengan pengertian surat kabar atau majalah. Padahal, jika diurai maknanya secara mendalam, media cetak tidak terbatas pada dua jenis media itu saja. Media cetak merupakan sebuah media penyampai informasi yang memiliki manfaat dan terkait dengan kepentingan rakyat banyak, yang disampaikan secara tertulis.

Menurut salah satu ahli Aderson dalam bukunya Pemilihan dan Pengembangan Media Untuk Pembelajaran mengatakan **“Media cetak  adalah bahan bacaan yang diproduksi secara profesional seperti buku, majalah, koran dan buku petunjuk”. (1987 hal.161)**

Dari pengertian ini, kita bisa melihat bahwa media cetak adalah sebuah media yang di dalamnya berisi informasi yang didalamnya terkait dengan kepentingan masyarakat umum dan bukan terbatas pada kelompok tertentu saja. Media cetak ini merupakan bagian dari saluran informasi masyarakat di samping media eletronik dan juga media digital. Dan di tengah dinamika masyarakat yang demikian pesat, media cetak dianggap sudah tertinggal dibandingkan dengan dua pesaingnya yakni media elektronik dan media digital.

Media cetak ini merupakan bagian dari saluran informasi masyarakat di samping media eletronik dan juga media digital. Dan di tengah dinamika masyarakat yang demikian pesat, media cetak dianggap sudah tertinggal dibandingkan dengan dua pesaingnya yakni media elektronik dan media digital. Meski demikian, bukan berarti media cetak sudah tidak mampu meraih konsumen yang menantikan informasi yang dibawanya.

Dari pengertian media cetak tersebut, nampak ada keunggulan media ini dibandingkan dua pesaingnya tersebut. Media cetak bisa menyampaikan sebuah informasi secara detail dan terperinci. Sementara untuk media elektronik dan digital, mereka lebih mengutamakan kecepatan informasi. Sehingga tak jarang informasi yang disampaikan lebih bersifat sepotong dan berulang-ulang.

Meski demikian, bukan berarti media cetak sudah tidak mampu meraih konsumen yang menantikan informasi yang dibawanya. Dari pengertian media cetak tersebut, nampak ada keunggulan media ini dibandingkan dua pesaingnya tersebut. Media cetak bisa menyampaikan sebuah informasi secara detail dan terperinci. Sementara untuk media elektronik dan digital, mereka lebih mengutamakan kecepatan informasi. Sehingga tak jarang informasi yang disampaikan lebih bersifat sepotong dan berulang-ulang.

**2.1.2.9. Karakteristik Media Cetak**

Media cetak sebenarnya memiliki beberapa karakteristik yang tidak bisa ditandingi oleh media elektronik seperti televisi dan internet. Beberapa di antaranya ialah, judul singkat, provokatif, informal dan spesifik serta topik aktualnya menarik, media cetak lebih bersifat *fleksibel,* mudah dibawa ke mana-mana. Karakteristik yang dimiliki media cetak bisa dikatakan lebih baik ketimbang media yang lainnya. Sebab informasi berita yang diberikan lebih jelas dan terpercaya dan juga sudah melalui tahap filter terlebih dahulu ataupu penyuntingan maupun pengeditan yang dilakukan secara berulang-ulang.

Selain itu karakteristik lain dari media cetak ialah, dengan membaca secara tidak sengaja dapat merangsang orang untuk berinteraksi dengan aktif berpikir dan mencerna secara reflektif dan kreatif, media cetak baik koran atau majalah relatif lebih jelas siapa masyarakat konsumennya, dan juga kritik sosial yang disampaikan melalui media cetak akan lebih berbobot atau lebih efektif karena diulas secara lebih mendalam dan bisa menampung sebanyak mungkin opini pengamat serta aspirasi masyarakat pada umumnya.

Dalam hal penyajian iklan, walaupun media cetak dalam banyak hal kalah menarik dan atraktif dibanding media elektronik namun di segi lain bisa disampaikan secara lebih informatif, lengkap dan spesifik untuk memenuhi kebutuhan masyarakat konsumen.

**2.1.2.10. Fungsi Media Cetak**

Pada umumnya fungsi dari media cetak ialah menyebarluaskan suatu informasi kepada khalayak, tidak berbada dengan media massa lainnya, hanya saja informasi yang diberikan pada khalayak dalam bentuk tulisan. Adapun fungsi dari media cetak secara umum ialah, menerbitkan/menyiarkan berita/informasi, memberikan komentar terhadap suatu berita/informasi, menghibur pembaca, dan juga menerbitkan/menyiarkan barang dan jasa yang ditawarkan kepada publik.

Fungsi yang paling menonjol pada surat kabar adalah informasi. Hal ini sesuai dengan tujuan utama khalayak membaca surat kabar, yaitu keingintahuan akan setiap peristiwa yang terjadi di sekitar. Komunikasi cetak mempunyai peran sebagai *channel* dalam konsep komunikasi. Perannya adalah sebagai sarana untuk menyebarkan informasi atau *message* yang berasal dari *source* kepada *receiver* atau penerima. Komunikasi cetak berkembang dari fungsinya dari penyebar informasi menjadi sebuah ladang bisnis yang menguntungkan di jaman ini.

Biasanya media cetak menyediakan informasi yang sedang hangat dibicarakan di publik, atau yang dianggap menarik konsumen untuk membaca. Kedudukan media massa pada masyarakat amatlah penting karena media massa berperan besar dalam perkembangan bahkan perubahan tingkah laku suatu masyarakat yang ada. Hal tersebut disebabkan karena media massa bersifat massal (menyeluruh) dan mempunyai jaringan luas sehingga jumlah masyarakat yang membaca bukan hanya seorang atau dua orang, namun telah mencakup jumlah yang sangat banyak mencapai puluhan, ratusan, dan juga ribuan pembaca. Maka dari itu dampak dari media massa terhadap masyarakat akan sangat terlihat jelas.

Industri dalam media massa sangat berkembang pesat, karena masyarakat akan terus haus akan informasi sampai kapanpun, hal tersebut dapat dilihat dari banyaknya perusahaan media cetak, yang memuat surat kabar ataupun majalah. Meskipun media cetak dianggap telah tertinggal dibanding kedua pesaingnya yaitu media digital dan media elektronik, tetapi bukan berarti media cetak tidak mampu menarik pembaca lagi. Terbukti di Indonesia, masyarakat tetap terus berlangganan koran harian seperti Pikiran Rakyat.

Pikiran Rakyat sendiripun memiliki dua cara media penyampaian informasi, seiring ikut dengan perkembangan zaman teknologi yang terus meningkat. Mengapa masyarakat masih terus mengkonsumsi media cetak seperti koran atau majalah? Hal itu disebabkan karena media cetak sendiri mampu menyampaikan sebuah informasi secara terperinci, sedangkan media digital dan media elektronik, lebih mengutamakan kecepatan informasi, jadi sering kali informasi yang disampaikan sering bersifat berulang-ulang dan hanya sepotong, menyebabkan akan dilanjutkan dengan judul berita yang berbeda namun berisikan tambahan informasi dengan topik berita yang sama dalam kurun waktu yang berdekatan

Komunikasi cetak menawarkan penyampaian informasi kepada masyarakat melalui channel yang mudah untuk di jangkau oleh segala lapisan masyarakat, membuat era komunikasi cetak ini masih menjadi pilihan dan dapat terus eksis dan berkembang si jaman komunikasi interaktif ini. Era komunikasi cetak memiliki perannya tersendiri dalam perkembangan teknologi komunikasi manusia, perannya dapat membantu kehidupan manusia untuk berkembang hingga saat ini.

**2.1.3. Kerangka Teoretis**

**2.1.3.1. Teori Konvergensi Media**

Konvergensi media tidak hanya pergeseran teknologi atau proses teknologi, namun juga termasuk pergeseran dalam paradigma industri, budaya, dan sosial yang mendorong konsumen untuk mencari informasi baru. Konvergensi media terjadi dengan melihat bagaimana individu berinteraksi dengan orang lain pada tingkat sosial dan menggunakan berbagai platform media untuk menciptakan pengalaman baru, bentuk-bentuk baru media dan konten yang menghubungkan kita secara sosial, dan tidak hanya kepada konsumen lain, tetapi untuk para produsen perusahaan media.

Henry Jenkins dalam bukunya *Convergence Culture* 2006, menyatakan bahwa konvergensi adalah Aliran konten di platform beberapa media, kerja sama antara industri beberapa media, dan perilaku migrasi khalayak media. Konvergensi media tidak hanya pergeseran teknologi atau proses teknologi, namun juga termasuk pergeseran dalam paradigma industri, budaya, dan sosial yang mendorong konsumen untuk mencari informasi baru.

Gerakan konvergensi media tumbuh secara khusus dari munculnya Internet dan digitalisasi informasi. Konvergensi media ini menyatukan 3C yaitu *computing* (memasukkan data melalui komputer), *communication* (komunikasi), dan *content* (materi isi/ konten). Konvergensi media juga merupakan penggabungan media-media yang ada untuk digunakan dan diarahkan ke dalam satu titik tujuan. Konvergensi media biasanya merajuk pada perkembangan teknologi komunikasi digital yang dimungkinkan dengan adanya konvergensi jaringan.

[Interaktivitas](http://id.wikipedia.org/w/index.php?title=Interaktivitas&action=edit&redlink=1) telah menjadi istilah untuk sejumlah pilihan media baru yang berkembang dari penyebaran cepat jalur akses internet, digitalisasi media, dan konvergensi media. Definisi interaktifitas menggantikan komunikasi satu arah pada media massa konvensional dengan kemungkinan komunikasi dua arah dari *web*. Setiap individu dengan teknologi tepat guna sekarang dapat menghasilkan media *online*-nya dan termasuk gambar, teks, dan yang lainnya.

Teknologi media baru adalah metode baru bagi seniman untuk berbagi pekerjaan mereka dan berinteraksi dengan dunia besar. Unsur lain dalam interaktivitas termasuk radio dan televisi, surat untuk editor, partisipasi pendengar dalam program tersebut, komputer dan program-program aplikasi teknologi.

**2.1.3.2 Kerangka Pemikiran**

Teori Mediamorfosis

Sepanjang perjalanan peradaban manusia di dunia, perubahan akan selalu terjadi. Manusia akan terus berkembang dan berinovasi dengan memanfaatkan lingkungan ataupun sengaja membuat beragam alat yang akan dapat membantu manusia untuk memenuhi kebutuhan hidupnya. Sistem kehidupan masyarakat pun senantiasa turut berubah bersama perkembangan zaman. Dalam interaksi antarmanusia, komunikasi menjadi alat utama bagi manusia untuk mengerti satu sama lain. Untuk memberi tahu manusia lainnya tentang apa yang kita ingin katakan, begitupun agar orang lain mengerti. Dengan saling mengerti, interaksi antarmanusia dapat terjalin.

Istilah Mediamorfosis pertama kali diperkenalkan oleh Roger Fidleruntuk membantu memahami jenis perubahan di bidang media dari satu bentuk ke bentuk lainnya. Fidler menjelaskan pengertian mediamorfosis sebagai berikut :

**Mediamorfosis adalah transformasi atau perubahan bentuk media komunikasi, yang biasanya ditimbulkan akibat hubungan timbal balik yang rumit antara berbagai macam kebutuhan penting yang dirasakan, tekanan persaingan dan politik, serta berbagai inovasi-inovasi dan teknologi. (2003 hal.25)**

Media yang digunakan manusia guna mendukung berlangsungnya komunikasi dengan lebih cepat dan menjangkau banyak orang tak luput dari perkembangan ini. Perubahan yang terjadi pada media komunikasi sering disebut mediamorfosis. Mediamorfosis pertama kali dikemukakan oleh Roger Fidlerdalam sebuah artikel yang dimuat di sebuah koran pada tahun 1990. 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. Ketika bentukbentuk media komunikasi yang lebih baru muncul, bentuk-bentuk yang terdahulu biasanya tidak mati, melainkan terus berkembang dan beradaptasi.

Roger Fidler merumuskan setidaknya ada enam prinsip dasar mediamorfosis :

1. Eksistensi: semua bentuk media komunikasi hadir dan berkembang bersama dalam sistem yang adaptif dan kompleks serta akan terus meluas. Begitu muncul dan berkembang setiap bentuk media komunikasi yang baru dalam beberapa waktu hingga pada tingkat yang beragam pasti akan memengaruhi perkembangan setiap bentuk media komunikasi yang lain.
2. Metemorfosis: media baru tidak muncul begitu saja tanpa ada kaitan dengan media yang lain, semuanya muncul secara bertahap dari metamorfosis media terdahulu. Roger berpandangan pada tahap ini, bentuk media terdahulu cenderung akan beradaptasi dan lebih berkembang menyesuaikan diri dengan kehadiran bentuk media baru. Artinya, media terdahulu tak lantas mati begitu saja.
3. Pewarisan : bentuk baru media komunikasi yang muncul mewarisi sifat-sifat dominan dari bentuk-bentuk sebelumnya. Sehingga, bentuk media komunikasi yang baru sedikit banyak akan memiliki beberapa sifat yang sama dari media komunikasi terdahulu
4. Kemampuan bertahan : semua bentuk media komunikasi dan perusahaan media dipaksa untuk beradaptasi dan berkembang agar dapat bertahan dalam lingkungan yang berubah. Di sini, media dipaksa untuk dapat berinovasi sedemikian rupa agar tetap menarik perhatian masyarakat. Jika tidak mampu bertahan, maka pilihan yang tersedia lainnya hanyalah mati.
5. Peluang dan kebutuhan : media baru tidak langsung diadopsi secara luas lantaran keterbatasan-keterbatasan teknologi itu sendiri. Pasti selalu ada kesempatan dan alasan-alasan sosial, politik dan atau ekonomi yang mendorong teknologi media baru untuk berkembang.
6. Pengadopsian : teknologi-teknologi media baru selalu membutuhkan waktu 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 hingga perluasan.

Penelitian ini merupakan studi kualitatif yang menelaah bagaimana Pemanfaatan Media Online dalam Menyelamatkan Industri Media Cetak Pikiran Rakyat Bandung. Adanya perkembangan teknologi di era modern saat ini membuat perusahaan media di Indonesia terus berinovasi untuk terus bersaing dalam menjadikan perusahaan media tetap eksis, terutama bagi perusahaan media massa cetak.

Berdasarkan pengamatan yang telah dilakukan peneliti di kantor Pikiran Rakyat, peneliti memahami kondisi lambatnya informasi lewat media cetak ketimbang media *online* yang cepat. Persaingan media massa pada era digital kini kian sengit. Media cetak, elektronik, dan *online* saling menampilkan informasi teraktual dan mendalam untuk menarik perhatian publik. Akibatnya, muncul anggapan persaingan itu akan mematikan media cetak karena gencarnya pemberitaan media *online* dan elektronik.

Adapun Teori yang digunakan dalam penelitian ini adalah teori mediamorfosis Roger Fidler, dalam teori ini ia menjelaskan suatu media mengalami transformasi biasanya ditimbulkan akibat hubungan timbal balik yang rumit antara berbagai kebutuhan yang dirasakan, tekanan persaingan teknologi dan politik.

Surat kabar Pikiran Rakyat adalah salah satu contoh media cetak yang mengalami mediamorfosis karena pengaruhnya persaingan di era konvergensi media saat ini, dimana Pikiran Rakyat kini juga melakukan penyebaran informasi atau perluasan informasi kepada khalayak melalui media *online* tersendiri yaitu berupa situs/*website* dan berbagai macam media massa lainnya yang dapat menunjang dan memenuhi kebutuhan khalayak.

Namun tidak semua khalayak berpindah dari pembaca media cetak ke media *online*, maka dari itu media cetak Pikiran Rakyat tetap mempertahankan eksistensi dalam dunia percetakannya. Dengan kondisi seperti ini maka peneliti merencanakan agar perusahaan mulai memanfaatkan media *online* dengan sebaik mungkin dalam aktifitas jurnalis dengan memberi informasi berita yang jauh lebih luas dan mempermudah informasi untuk masyarakat. Berdasarkan tinjauan konseptual dan teoritis peneliti membuat kerangka bagan penelitian di bawah ini yaitu :

**Bagan 2.1**

**Bagan Kerangka Pemikiran**

Pemanfaatan Media Online dalam Menyelamatkan Industri Media Cetak Pikiran Rakyat Bandung

Teori Konvergensi Media

Teori Mediamorfosis  
Roger Fidler

Peluang & Kebutuhan

Pewarisan

Eksistensi

Pengadopsian

Metamorfosis

Kemampuan Bertahan

Sumber Peneliti (2018)