

Mediamorfosis Radar Bandung

Youris Marcelina¹, Khoiruddin Muchtar^{2*}, Imron Rosyidi³

¹Bank Indonesia KPW Jawa Barat, Jl. Perintis Kemerdekaan No.10 Babakan Ciamis Bandung 40117

^{2&3} UIN Sunan Gunung Djati Bandung, Jalan A.H. Nasution No. 105 Cibiru Bandung 40614

*e-mail : khoiruddin@uinsgd.ac.id

ABSTRACT

The transformation of human communication will continue as time goes by. The discovery of the adoption of electricity, computer technology, and the birth of digital languages contributed to the transformation of mass media that occurred in the era of digitalization. This study aims to determine the media transformation carried out by Radar Bandung based on the concept of Mediamorfosis initiated by Roger Fidler. The research examines the coevolution process, convergence, and complexity of the development of print media to online media on Radar Bandung. The method used in this research is a descriptive study with a qualitative approach. The results showed that the Radar Bandung coevolution process had been approved and implemented digital language to obtain a new business diversification and two online media radarbandung.id and bandung.pojoksatu.com. The Radar Bandung convergence process produces two types of convergence, namely a form of technological convergence and journalistic convergence. The complexity that arises is the prediction of print media death and the delayed adoption of QRcode scan technology. However, the existing difficulties do not make it fatal but an opportunity in the future.

Keywords: Complexity; Convergence; Mass media; Mediamorphosis; Media Coevolution

ABSTRAK

Transformasi komunikasi manusia akan terus terjadi seiring berjalannya waktu. Penemuan hingga pengadopsian listrik, teknologi komputer dan kelahiran bahasa digital memberi kontribusi pada transformasi media massa yang terjadi pada era digitalisasi. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui transformasi media yang dilakukan oleh Radar Bandung berdasarkan konsep Mediamorfosis yang digagas oleh Roger Fidler. Penelitian ini mengkaji proses koevolusi, konvergensi dan kompleksitas dari perkembangan media cetak ke media *online* pada Radar Bandung. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah studi deksriptif dengan pendekatan kualitatif, yaitu mendiskripsikan transformasi media Radar Bandung berdasarkan data-data kualitatif. Hasil penelitian menunjukkan pada proses koevolusi Radar Bandung sudah mengadopsi dan mengimplementasikan bahasa digital hingga melahirkan diversifikasi bisnis baru dan dua media *online* radarbandung.id dan bandung.pojoksatu.com. Proses konvergensi Radar Bandung menghasilkan dua jenis konvergensi, yaitu berupa konvergensi teknologi dan konvergensi jurnalistik. Kompleksitas yang muncul adalah prediksi kematian media cetak dan pengadopsian yang tertunda dari teknologi scan QRcode. Namun, kompleksitas yang ada tidak menjadikan hal tersebut fatal melainkan sebuah peluang di masa mendatang.

Kata kunci: Koevolusi Media; Kompleksitas; Konvergensi. Mediamorfosis; Media Massa

Latar Belakang

Perkembangan teknologi dan komunikasi yang sangat pesat dalam beberapa decade terakhir membuat manusia menemukan beberapa penemuan yang membuat dunia berubah. Salah satu penemuan ini adalah ditemukannya komputer dan internet. Hampir semua hal kini telah terhubung satu dengan yang lain melalui komputer dan internet.

Perkembangan teknologi informasi dan komunikasi berdasarkan penggunaan komputer dan internet di Indonesia dalam beberapa tahun terakhir dapat dikatakan pesat. Hal ini ditandai dengan munculnya pendigitalisasian sistem-sistem yang ada dalam tatanan kehidupan masyarakat Indonesia. Teknologi yang berkembang tersebut menyebabkan informasi tidak hanya bersumber dari surat kabar atau majalah semata, namun informasi juga dapat langsung diakses oleh masyarakat melalui internet (Muchtar dan Ghalia, 2018: 148).

Media massa konvensional yang termasuk ke dalam industri pers juga mau tidak mau harus menyesuaikan diri untuk mengikuti perkembangan zaman untuk menjaga eksistensinya. Media massa memiliki peran yang besar dalam pembangunan nasional sebagai agen pembaharu, dalam mempercepat proses peralihan masyarakat tradisional menuju masyarakat modern, khususnya perubahan sehingga masyarakat bersikap tanggap terhadap pembangunan (Zulaikha, 2019:92).

Digitalisasi dari media jurnalistik tidak hanya terpusat dalam perubahan medianya, selebihnya terdapat perubahan yang radikal akibat perubahan budaya, perkembangan teknologi, dinamika politik dan ekonomi yang disebut sebagai mediamorfosis. Istilah ini sendiri memiliki sebuah makna dari sebuah hubungan rumit dari sebab dan akibat dari tekanan

politis, inovasi-inovasi sosial dan teknologis (Fiddler.2003:35).

Maka sebuah konsep yang diprakarsai oleh Roger Fidler mengemukakan bahwa mediamorfosis atau transformasi sebuah media massa ke platform lainya 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.

Objek dari penelitian ini adalah Radar Bandung, media ini merupakan perusahaan yang core bisnisnya adalah media cetak yang bernaung dibawah nama besar bendera 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.

Penelitian ini berkaitan dengan transformasi dalam proses pendigitalisasi media massa konvensional. Penelitian yang berkaitan dengan transformasi media massa ini pernah dilakukan sebelumnya oleh Elga Setianingcahya, Khadziq, Wira Respati, Muthia Putri Rizky, Idhar Rusmadi dan Sony Yuniar. Setianingcahya (2016) dalam penelitian bertajuk Transformasi Media Cetak ke Media *Online*: Studi Dekriptif Majalah Destinasia di Bandung, menyimpulkan Majalah Destinasia sejauh ini masih beradaptasi dalam perkembangan teknologi komunikasi, mereka sudah memiliki media *online* namun belum menjadi media utama. Majalah Destinasia telah mempersiapkan transformasi ke media *online* di masa mendatang. Penelitian ini mengacu pada mediamorfosis.

Khadiz (2016) melakukan penelitian dengan judul Konvergensi Media Surat Kabar Lokal: Studi Dekriptif Pemanfaatan Internet Pada Koran Tribun Jogja dalam Membangun Industri Media Cetak Lokal. Kesimpulan dari penelitian yang memfokuskan pada Koran Tribun Jogja ini adalah strategi 3M (Multimedia, Multichannel dan Multiplatform) yang digunakan Tribun Jogja dalam mengoptimalkan proses konvergensinya. Sehingga platform tribun Jogja dapat terhubung dengan platform Tribun secara keseluruhan dan menguntungkan secara ekonomi dan politis.

Penelitian Respati (2014) yang bertajuk Transformasi Media Massa Menuju Era Masyarakat Informasi di

Indonesia memaparkan tentang masyarakat Indonesia yang mengalami transformasi ke masyarakat informasi. Kesimpulan dari penelitian ini adalah bagaimana media massa konvensional seharusnya tidak menutup mata akan transformasi yang terjadi di media massa konvensional, namun melihat fenomena ini sebagai sebuah tanda perubahan untuk bertransformasi di era cyber media. Negara Indonesia juga menurut data Bank Dunia merupakan negara yang tingkat penggunaan internetnya tumbuh pesat ketimbang Korea Selatan.

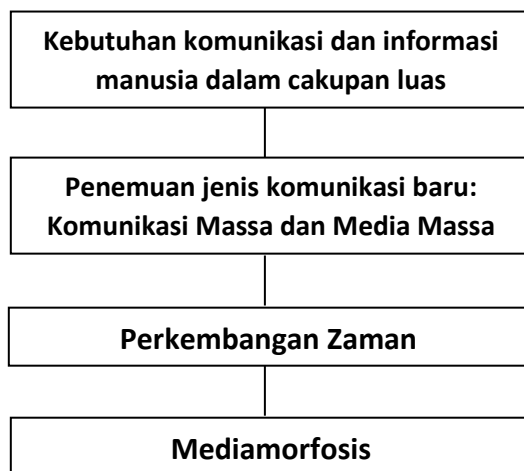
Rusmadi dan Yuniar (2014) melakukan penelitian dengan judul "Kajian Difusi Inovasi Konvergensi Media Di Harian Pikiran Rakyat", penelitian ini menyimpulkan konvergensi di Pikiran Rakyat sudah dilakukan namun belum maksimal karena pikiran rakyat masih sepenuhnya mengandalkan media cetak. Konvergensi yang terjadi di Pikiran Rakyat dengan tahapan *awareness, interest, evaluation, trial dan adoption*.

Penelitian Rizky (2016) berjudul "Harian Umum Pikiran Rakyat (Studi Kasus Mengenai Peneraan Konsep Konvergensi Media di Harian Umum Pikiran Rakyat)". Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa konvergensi di Pikiran Rakyat belum maksimal. Meski konvergensi yang dilakukan Pikiran Rakyat belum maksimal, namun PR terus mengembangkan proses konvergensinya dengan serius menggarap platform yang dimiliki.

Terdapat banyak perbedaan dari beberapa penelitian diatas yang berkisar seputar transformasi media massa dan kaitannya dengan penelitian ini yang membahas seputar Mediamorfosis Radar Bandung. Berbagai penelitian diatas hanya terfokus pada satu aspek transformasi yang terjadi pada bagaimana audiens beralih mengakses suatu informasi dan bagaimana sebuah media massa

melakukan konvergensi saja sedangkan dalam penelitian ini, semua aspek mediamorfosis dikaji dan dibahas seperti aspek lainnya seperti koevolusi dan kompleksitas.

Landasan dalam penelitian ini adalah konsep Mediamorfosis yang diprakarsai oleh Roger Fidler.



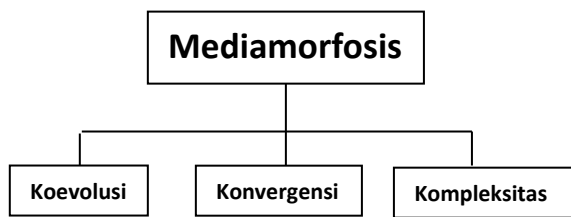
Me-di-a-mor-pho-sis (me'de-a-mōr'fa-sis) n. Transformasi media komunikasi, biasanya sebagai akibat dari interplay rumit dari kebutuhan-kebutuhan yang diabayangkan, tekanan-tekanan kompetitif dan politis, dan inovasi-inovasi sosial dan teknologi (Fidler. 2003). Konsep mediamorfosis ditemukan oleh Rodger Fidler yang berasal dari kegelisahan para praktisi jurnalistik yang gelisah akan masa depan teknologi dunia yang bergeser dari penggunaan mesin cetak ke penemuan bentuk media konvensional lainnya. Mediamorfosis hadir sebagai sebuah konsep yang menunjukkan bahwa perubahan atau perkembangan media massa konvensional tidak serta merta muncul dengan secara tiba-tiba melainkan melalui beberapa proses dan tahapan.

Selain itu konsep mediamorfosis secara lebih lanjut memberikan pandangan pada para praktisi media cetak yang menganggap keberadaan komputer pribadi dan teknologi yang semakin

mutakhir tidak akan menggerus pekerjaan mereka atau ladang bisnis mereka. konsep mediamorfosis juga memberikan padangan kepada praktisi media sebagai sebuah gambaran atau ramalan teknologi kedepannya. Jika sebelumnya media cetak disusul dengan kelahiran radio sebagai media baru lalu ditemukan juga televisi maka jurnalistik juga memiliki sebuah kemajuan dengan adanya medium baru dalam menyiarkan pesan atau informasi kepada para audiens.

Penemuan komputer, intergrasi antar jaringan komputer dan penemuan internet juga memiliki perjalanannya tersendiri dalam proses mediamorfosis di era digital sekarang. Konsep Mediamorfosis juga lahir sebagai sebuah pembuktian bahwa keberadaan teknologi terbaru khususnya teknologi yang berkaitan dengan perkembangan media massa konvensional tidak bisa dihiraukan begitu saja jika tidak mau tergerus jaman.

Secara ringkas dapat disimpulkan konsep mediamorfosis sebenarnya media massa lama tidak akan mati dan tergerus oleh bentuk media massa yang baru. Keduanya akan terus ada, selaras dan berkaitan akan satu sama lainnya. Silalahi berpandangan bahwa, mediamorfosis bukan hanya sekedar tentang teori atau cara berfikir terpadu seputar evolusi dalam teknologi media komunikasi. Mediamorfosis mendorong kita untuk memahami semua bentuk sebagai bagian dari sebuah sistem yang terkait, dan mencatat berbagai kesamaan dan hubungan yang ada antara bentuk-bentuk yang muncul dimasa lalu, masa sekarang yang sedang dalam proses kemunculannya. Beberapa prinsip kunci mediamorfosis berasal dari tiga konsep yaitu; koevolusi, konvergensi dan kompleksitas (Silalahi. 2013:380).



Prinsip koevolusi, menurut Fidler (2003:36) Semua bentuk komunikasi manusia berkaitan dengan budaya yang ada dan berkembang. Komunikasi tentu harus ditunjang dengan adanya sifat-sifat dasar media yang diwujudkan dan diteruskan dalam bentuk kode-kode komunikator, yaitu Bahasa. Bahasa, tanpa membandingkan satu sama lain, merupakan agen perubahan yang paling berpengaruh dalam rangkaian evolusi manusia.

Selanjutnya proses koevolusi sejauh ini terbagi menjadi 3 tahapan mediamorfosis. Tahapan yang pertama adalah bahasa lisan dan mediamorfosis besar pertama yang ditandai dengan kelahiran bahasa lisan manusia. Tahapan yang kedua adalah bahasa tulisan dan mediamorfosis besar kedua yang ditandai dimana komunikasi lisan tidak dapat memfasilitasi lagi kebutuhan komunikasi manusia sehingga bahasa tulisan menjadi alternative lain untuk memehuni keterbatasan aspek komunikasi manusia. Tahapan ketiga aspek koevolusi ditandai dengan Penggunaan listrik untuk komunikasi pada awal abad kesembilan belas.

Setiap proses koevolusi pun melahirkan satu bentuk media komunikasi manusia. Koevolusi tahapan pertama melahirkan bahasa lisan manusia, retorika dan cikal bakal seni sandiwara. Tahapan koevolusi kedua melahirkan bahasa tulisan yang dianggap tidak dapat mengakomodir komunikasi lisan manusia, sehingga pada masa ini ditemukan kertas, tinta, teknologi percetakan hingga media cetak. Tahapan koevolusi ketiga yang berkaitan dengan

listrik dan bahasa digital melahirkan penemuan-penemuan mutakhir dalam teknologi komunikasi manusia. Bentuk media massa yang dilahirkan pada masa ini adalah radio, televisi yang tergolong kedalam media elektronik serta kelahiran media *online*.

Pada abad 21 ini koevolusi telah memasuki tahapan ketiga dimana penggunaan listrik dan komputer telah sangat erat kaitannya dengan komunikasi manusia. Kini kita telah mengenal istilah cyberspace atau ruang maya. Rheingold dalam Nasrullah (2012:21), cyberspace merupakan ruang konseptual dimana semua kata, hubungan manusia, data, kesejahteraan, dan juga kekuatan di manifestasikan oleh setiap orang melalui teknologi CMC atau Computer Mediated *Comunication*.

Selanjutnya, sejak pemakaian listrik dan kemunculan bahasa digital, evolusi dan perluasan komunikasi manusia telah mengalami peningkatan yang amat cepat. Beberapa perkembangan sosial dan teknologis telah terjadi di dalam jangka umur manusia, dan perbedaan-perbedaan yang ada sebelumnya dalam berbagai bentuk media tampaknya semakin kabur.

Media yang sebelumnya hanya berupa dokumen atau media cetak telah berkembang seiring dengan ditemukannya inovasi-inovasi dalam bidang teknologi dan komunikasi. Selanjutnya adanya domain audio-visual dalam bentuk film, gambar suara maupun potongan-potongan gambar, foto dan video yang merupakan bagian dari media elektronik. Perkembangan komputer digital dan bahasa digital juga menimbulkan lahirnya sebuah media baru yang merupakan penggabungan dari media-media yang sebelumnya telah ada, kelahiran media baru ini melalui sebuah proses yang disebut dengan konvergensi.

Herry Jenkins dalam Paksi, menyatakan konvergensi media adalah "Aliran konten di platform beberapa media, kerja sama antara industry beberapa media, dan perilaku migrasi khalayak media". Jenkins (2006) juga menjelaskan konvergensi media menyatukan unsur 3C, yaitu *computing* (memasukan data melalui komputer), *comunication* (komunikasi) dan *content* (materi/isi konten) (Paksi, 2003:2). Jenkins juga berpandangan, pada konvergensi teknologi manusia kini dapat mengakses informasi baik dalam format suara, gambar dan kata kini telah digitalisasi menjadi sebuah konten yang terpadu dan dapat diakses dalam sebuah platform. Platform ini dapat berupa komputer pribadi, ponsel pintar, tablet, dsb.

Sehingga, konvergensi dapat dikatakan juga sebagai sebuah integrasi antara layanan informasi, jaringan komunikasi dan komputerisasi yang mutakhir, sehingga menggabungkan unsur-unsur tersebut kedalam sebuah platform yang terpadu. Severin (2005:5) menyatakan, konvergensi atau bergabungnya layanan yang dahulu terpisah, termasuk internet, televisi, kabel, dan telepon. Salah satu faktor terjadinya faktor media konvergen adalah masalah teknis-lebih banyak isi media dimasukan dalam format digital dalam bentuk bit.

Selama masa perubahan besar, sebagaimana kita alami saat ini, segala sesuatu di sekeliling kita mungkin tampak berada dalam kondisi kacau, chaos, dan untuk sebagian besar, memang itulah yang terjadi. Chaos adalah komponen penting perubahan. Dari kondisi chaos, lahir gagasan-gagasan baru yang mentransformasikan dan menghidupkan sistem-sistem (Fidler. 2003:42).

Media cetak sudah akan diprediksikan akan punah dan tergerus jaman karena sifatnya yang sangat berkaitan dengan

kebutuhan medium kertas sebagai sarana mencetak informasi. Namun nyatanya pada abad ke-20 koran bermetamorfosis menjadi medium yang bertransformasi menjadi sebuah bentuk medium yang semakin populer karena sajian informasi yang lebih baru ketimbang media cetak sebelumnya. Namun kemunculan bahasa digital dan medium media baru menjadikan terjadinya ramalan-ramalan kepunahan dari eksistensi media cetak. Sehingga chaos atau proses kompleksitas terjadi pada perusahaan dan bisnis media cetak. Para direksi perusahaan dan bisnis media cetak pun di era ini harus menempuh berbagai cara untuk mempertahankan eksistensinya.

Salah satu cara untuk keluar dari perubahan anarkis atau yang biasa disebut dengan chaos, penemuan bahasa digital dan komputer digital mendesak media cetak untuk juga melakukan transformasi ke dalam medium media baru atau media *online*. Hal ini juga merupakan sebuah chaos yang dihasilkan dari pertumbuhan angka pengadopsian penggunaan internet yang kian meningkat di masyarakat.

Metode

Penelitian ini menggunakan metode deksriptif, yaitu 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). Metode relevan untuk mendeksripsikan hasil temuan-temuan dari masalah yang diteliti dilapangan yaitu mediamorfosis yang terjadi pada Radar Bandung.

Penelitian ini menggunakan data kualitatif. Dimana data kualitatif tersebut didapat dari wawancara dengan informan, observasi ke perusahaan Radar Bandung

media serta analisis dokumen berupa membandingkan konten media cetak Harian Pagi Radar Bandung dengan produk media online dari Radar Bandung. 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.

Penelitian ini menggunakan data primer dan sekunder, data primer dikumpulkan dari direktur utama, pimpinan redaksi, pimpinan perusahaan hingga redaktur yang berada di Radar Bandung Intermedia. 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.

Teknik pengumpulan data dilakukan dengan wawancara, observasi dan dokumentasi. Wawancara digunakan sebagai teknik utama dalam pengumpulan data dalam penelitian ini dan informan yang diwawancarai ialah *key person* yang memahami objek penelitian secara kompeten. Adapun informan tersebut ialah pimpinan umum radar bandung, manajer sumber daya manusia, pimpinan redaksi dan wartawan.

Sedangkan teknik keabsahan data yang digunakan adalah triangulasi. Menurut Sugiyono (2009:125), terdapat triangulasi sumber, triangulasi teknik pengumpulan data dan waktu. Dalam penelitian ini, upaya yang dilakukan dalam memenuhi pengecekan keabsahan data dengan menggunakan sumber yaitu dengan mengobservasi langsung objek penelitian, Radar Bandung. Serta triangulasi teknik pengumpulan data dan waktu berupa hasil wawancara dan observasi maupun dokumen-dokumen

yang diperoleh dari Harian Pagi Radar Bandung dari waktu ke waktu hingga penelitian ini dilakukan.

Teknik Analisis Data menggunakan Model Miles dan Huberman dengan beberapa tahapan yaitu: tahap reduksi data, data Display atau Penyajian Data, dan Conclusion Drawing/Verifikasi. *Pertama*, 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 dipilih sesuai dengan keperluan data penelitian.

Kedua, Data Display atau Penyajian Data, dalam penelitian ini, data yang telah didapatkan setelah melakukan penelitian terhadap mediamorfosis atau tahapan perkembangan bentuk media cetak ke media *online* pada Harian Pagi Radar Bandung lalu disajikan dalam pembahasan penelitian dengan menjawab berbagai pertanyaan dari rumusan masalah.

Ketiga, Conclusion drawing/verifikasi, kesimpulan dalam penelitian ini adalah merupakan temuan baru yang sebelumnya belum pernah ada. Temuan dapat berupa deksripsi atau gambaran suatu obyek yang sebelumnya belum pernah ada. Temuan dapat berupa deksripsi atau gambaran suatu obyek yang sebelumnya masih remang-remang atau gelap sehingga setelah diteliti menjadi jelas, dapat berupa hubungan kausal atau interaktif hipotesis atau teori.

Pembahasan

Penelitian ini membahas mengenai Mediamorfosis Radar Bandung khususnya pada perkembangan Harian Pagi Radar Bandung dari cetak hingga ke media *online*. Radar Bandung sebuah perusahaan media massa lokal yang berada di Kota Bandung, Jawa Barat, yang bernaung di bawah bendera media Jawa Pos Grup.

Setidaknya terdapat tiga pembahasan yang peneliti fokuskan dalam penelitian ini. Pertama, yaitu bagaimana proses koevolusi Radar Bandung dari produk jurnalistik media cetak hingga ke media *online*. Kedua, membahas bagaimana proses konvergensi yang terjadi dari perkembangan media cetak ke media *online* di Radar Bandung. Ketiga, membahas bagaimana proses kompleksitas atau chaos yang terjadi dalam perkembangan dari media cetak ke media *online*.

a. Proses Koevolusi Radar Bandung Dari Media Cetak ke Media Online

Mediamorfosis dapat dikatakan sebagai sebuah bentuk metamorfosis media dalambertransformasi dalam pengadopsian teknologi yang terus berkembang dan berlaku di era kini, berevolusi atau mati. Dalam mediamorfosis atau metamorfosis media massa terdapat tiga prinsip utama dalam transformasi media salah satunya adalah Koevolusi. Sejauh ini telah terjadi tiga tahap koevolusi dalam peradaban manusia. Pertama, bahasa lisan dan mediamorfosis besar pertama.

Kedua, bahasa tulisan dan mediamorfosis besar kedua. Ketiga, bahasa digital dan mediamorofosis besar ketiga. Saat penelitian ini dilakukan bahasa digital telah digunakan hampir dalam seluruh industry secara global. Maka pembahasan dalam koevolusi yang akan dibahas adalah pada tahap koevolusi yang ketiga, yaitu seputar bahasa digital dan mediamorfosis besar ketiga.

Proses Koevolusi Radar Bandung dari media cetak ke media *online* terbagi menjadi dua proses: Pertama, mengenai pengadopsian bahasa digital yang dilakukan oleh Radar Bandung, maka pertama-tama mustahil menggunakan bahasa digital tanpa terlebih dahulu

menggunakan komputer dan melakukan komputerisasi dalam kegiatan dan peoduksi jurnalistik. Radar Bandung sendiri lahir tahun 2002/2003 disaat penggunaan komputer telah familiar bagi hampir seetiap instansi/bisnis-bisnis di dunia. Radar Bandung hadir sekitar tahun 2003, sudah mengadopsi penggunaan komputer. Dalam proses produksi karya jurnalistik, penggunaan komputer membantu proses pengolahan informasi menjadi berita hingga pengiriman berita ke percetakan juga menggunakan komputer (hasil wawancara 15 mei 2019).

Konsep mediamorfosis sendiri memberikan pandangan pada pengadopsian komputer yang membantu praktisi-praktisi media cetak dalam produksi produk jurnalistik. Hal ini selaras dengan pernyataan Fidler dalam buku Mediamorfosis (2003:3) yang menyatakan, komputer menyumbang kontribusi terbesar dalam mengurangi tahapan-tahapan produksi padat karya yang membutuhkan waktu yang tidak sedikit, sehingga dapat melakukan penyuntingan dengan cepat dan pengaktualan grafis, yang memiliki tenggat waktu yang singkat (deadline).

Dalam kegiatan pengolahan berita, jajaran manajerial redaksi seperti pimpinan redaksi, redaktur serta divisi desain pasti sangat menggunakan komputer dalam bekerja. Namun, perkembangan inovasi teknologi dan komunikasi yang terus berkembang. Keberadaan komputer juga fungsinya kini dapat sedikit banyaknya diaopsi oleh ponsel pintar dalam kegiatan kejournalistikan yang dilakukan di Radar Bandung.

Wartawan Radar Bandung kini mayoritas hanya menggunakan ponsel pintar saat melakukan peliputan peristiwa di lapangan. Selain lebih efisien penggunaan ponsel pintar bagi wartawan

juga terbilang mudah, murah dan cepat dalam melakukan kegiatan peliputan. Klemens dalam Ibrahim dan Idiantara (2017:396), telepon seluler telah menjadi sebuah perangkat elektronik personal yang tidak hanya digunakan sebagai alat komunikasi, namun juga kini telah dilengkapi berbagai kemampuan. Mulai dari menelepon, mengakses internet dan media sosial, penyimpanan data-data digital, mengatur agenda, dan sebagainya. Perpaduan antara fitur kemampuan ponsel dan komputer personal di era ini dapat disebut juga sebagai *smartphone*.

Ukuran perangkat *smartphone* yang semakin mungil dengan dilengkapi dengan fitur yang semakin canggih menjadikan penggunaannya dirasa cukup dalam membekali wartawan lapangan dalam melakukan peliputan. Selain mudah untuk dibawa kemana-mana, fungsinya yang hampir mendekati personal komputer pun menjadikan *smartphone* cukup dapat diandalkan dalam melakukan peliputan.

Selain penggunaan komputer juga terdapat sebuah penemuan besar yang terjadi dalam proses mediamorfosis ketiga dalam aspek koevolusi, yaitu penemuan bahasa digital. Bahasa digital sendiri memiliki makna yang luas, namun salah satu diantaranya adalah pemakaian angka-angka dalam mengkodekan dan memproses informasi.

Dalam perkembangannya, bahasa digital juga salah satunya adalah internet. Seiring kemajuan inovasi yang terus diperbaharui juga. Internet telah sampai pada sebuah era domain *www* (*world wide web*). Dimana domain yang digunakan tersebut populer hingga saat ini dan merupakan sebuah penamaan bagi semua bagian internet yang bisa diakses menggunakan software web browser. Setiap website memiliki nama dan keunikan tersendiri sesuai dengan kehendak pemiliknya, namun adanya

penamaan *www* merupakan sebuah hal yang wajib.

Kedua, Perusahaan media massa konvensional khususnya yang hanya bergerak pada sector-sektor non digital sebagai contoh perusahaan pers koran seperti Media Cetak. Lambat laun mulai melirik bahasa digital sebagai salah satu bentuk penguatan produk kejournalistikannya. Radar Bandung pun dalam pengimplentasian bahasa digital dalam kelahiran media *online* telah melahirkan dua media *online*. Penggunaan bahasa digital yang relevan dengan produksi berita dapat dikatakan masih baru diadaptasi Radar Bandung, dengan melebarkan sayap membuat media pojok bandung (bandung.pojoksatu.id), dan radarbandung.id.

Selain itu Radar Bandung juga mengoptimalkan komunikasi antar internal Radar Bandung menggunakan *cyberspace* dan CMC, sehingga berawal dari hal tersebut pihak manajerial sedikit demi sedikit terilhami berbagai inovasi dalam pengembangan teknologi informasi dan komunikasi dalam ranah bisnis media cetak. Bahasa digital serta CMC yang hadir pada era milenial kini, mengilhami jajaran manajerial Radar Bandung dalam membuat sebuah program yang memudahkan para wartawan yang melakukan peliputan di lapangan untuk tidak usah datang ke kantor untuk absen, asalkan telah melaksanakan kewajibannya dalam melakukan, mencari dan membuat berita.

Cyberspace merupakan ruang konseptual dimana semua kata, hubungan manusia, data, kesejahteraan, dan juga kekuatan di manifestasikan oleh setiap orang melalui teknologi CMC atau *Computer Mediated Comunication*, Rheingold dalam Nasrullah (2012:21). CMC sendiri merupakan sebuah proses yang memungkinkan manusia membuat,

bertukar, dan menerima informasi dengan jaringan sistem telekomunikasi dengan fasilitas penyediaan, penyampaian, dan penyandabalikan pesan. Interaksi yang lahir dari CMC ini sendiri ada dalam berbagai bentuk, namun interaksinya dilakukan melalui berbagai jenis teknologi dan piranti lunak jaringan, seperti e-mail, media sosial, instant messaging (Ibrahim dan Iriantara, 2017:167).

Selain itu pemanfaatan komputerisasi dan bahasa digital seharusnya dapat dimaksimalkan Radar Bandung dengan membuat koran digital atau istilah lain dari e-newspaper atau e-paper, yang jika dikaji lebih lanjut seharusnya masuk ke dalam bahasan konvergensi. Namun pada kajian koevolusi dan penggunaan bahasa digital. Perubahan bentuk fisik koran yang biasa kita baca, dapat disentuh fisiknya menjadi sebuah koran dalam bentuk digital yang dapat diakses menggunakan internet dengan perangkat komputer atau ponsel pintar merupakan salah satu bentuk inovasi dari keberadaan bahasa digital.

Angka-angka dan bahasa komputer yang rumit serta kompleks yang terlebih dahulu hadir sebagai formula dari kelahiran bahasa digital telah melahirkan penemuan-penemuan piranti lunak dalam melakukan digitalisasi koran. Koran digital sendiri merupakan sebuah perwajahn koran yang tidak dicetak melainkan dipublikasi dalam bentuk atau format digital.

Meskipun pengadopsian bahasa digital pada ranah koran digital telah dilakukan oleh Radar Bandung. Namun belum dipublikasi secara luas, sehingga e-paper atau koran digital Harian Pagi Radar Bandung belum dapat diakses oleh masyarakat luas. Satu dan lain halnya mengenai mengapa koran digital belum hadir dalam bentuk e-newspaper karena

permasalahan internal Radar Bandung dan sisi bisnis yang belum menjanjikan.

Sebagai sarana marketing untuk mendongkrak eksistensi, pada aspek koevolusi pemanfaatan bahasa digital pada ranah e-paper atau e-newspaper. Setiap paginya untuk format digital perwajahan headline koran Harian Pagi Radar Bandung selalu di bagikan dalam grup instant messaging, whatsapp, sehingga internal Radar Bandung dalam membagikan ulang perwajahan tersebut ke dalam media sosial masing-masing sebagai salah satu sarana publikasi serta marketing.

b. Proses Konvergensi Perkembangan Media Cetak ke Media Online

Proses Konvergensi Radar Bandung dari media cetak ke media *online* terbagi menjadi dua kajian: Pertama, Radar Bandung dalam proses konvergensi digital. Konvergensi media didefinisikan sebagai ranah kemungkinan untuk berkerja sama antar cetak dan penyiaran (digital) untuk pengiriman konten atau informasi multimedia melalui sejumlah perangkat berupa komputer dan internet (Lawson-Borders, 2006:4). Dalam proses kerjurnalistikan yang dilakukan oleh Radar Bandung mengacu pada definisi konvergensi diatas dapat dikatakan media tersebut telah melakukan proses konvergensi media.

Jenkins (2006) juga menjelaskan konvergensi media menyatukan unsur 3C, yaitu *computing* (memasukan data melalui komputer), *comunication* (komunikasi) dan *content* (materi/isi konten) (Paksi, 2003:2). Jenkins juga berpandangan, pada konvergensi teknologi manusia kini dapat mengakses informasi baik dalam format suara, gambar dan kata kini telah digitalisasi menjadi sebuah konten yang terpadu dan dapat diakses dalam sebuah platform. Platform ini dapat berupa

komputer pribadi, ponsel pintar, tablet, dsb. Media *online* Radar Bandung yang berjumlah dua buah, telah membuktikan terjadinya konvergensi sesuai dengan konsep Jenkins diatas. Dimana adanya perpaduan dari *computing*, *comunication*, dan *content*.

Dalam unsur *computing*, Radar Bandung telah mengimplementasikan kegiatan kejournalistikannya sejak awal berdiri dalam memproduksi media cetak, Harian Pagi Radar Bandung. Sedangkan pada tahapan lebih lanjut, Radar Bandung juga menggunakan komputer dalam proses produksi media *online* bandung.pojoksatu.com dan radarbandung.com. Sehingga dapat dikatakan unsur *computing* tidak ada pembeda yang terlalu signifikan dalam proses kejournalistikan yang dilakukam oleh Radar Bandung. Hanya saja bentuk publikasinya yang terkonvergen secara digital, dimana jika media cetak dipublikasi dengan output Harian Pagi Radar Bandung dalam bentuk fisik yang nyata. Proses publikasi dari media *online* Radar Bandung melahirkan sebua output berita digital yang dapat diakses dilaman portal berita *online* Radar Bandung.

Unsur *comunication* yang terjadi pada komunikasi massa pada umumnya memiliki esensi yang sama yaitu proses penyampaian pesan berupa informasi atau berita dari sebuah media massa konvensional kepada khalayak dalam bentuk medium cetak, elektronik maupun media *online*. Dalam konvergensi digital, dimana terjadi transformasi dalam penggunaan bahasa digital. Teknologi komunikasi yang digunakan dalam proses konvergensi digital, seperti yang dibahas dalam kajian koevolusi yaitu menggunakan CMC (computer mediated *comunication*). Sehingga dalam serangkaian proses yang rumit dalam pengkodean, pengaksesan,

penerjemahaan bahasa digital melalui komputer menjadikan terjadinya transformasi digital dalam proses komunikasi massa yang digunakan pada Radar Bandung yang semula hanya terpusat pada koran Harian Pagi Radar Bandung sekarang ada pada media *onlinenya*.

Unsur ketiga dalam konvergensi digital adalah *content*. Dalam kajian konvergensi digital konten dipahami sebagai penggabungan unsur multimedia yang akan lebih lanjut dibahas pada kajian konvergensi jurnalistik. Dalam tahap konvergensi digital terhadap medium media, Radar Bandung tidak sepenuhnya dikatakan melakukan konvergensi dalam mengkawinkan antara media cetak dan media *online*. Pada ranah kelahiran media *online* radarbandung.id dapat dikatakan menjadi sebuah solusi sebagai sebuah dokumentasi digital informasi yang telah diterbitkan di koran Harian Pagi Radar Bandung. Sehingga dapat dikatakan, konvergensi yang dilakukan hanya sebatas pada mediumnya saja, dimana media cetak mentransformasikan diri dalam bentuk media *onlinenya* juga.

Kedua, Radar Bandung dalam proses konvergensi jurnalistik. Dalam konvergensi jurnalistik dikenal tiga model, yaitu konvergensi *newsroom*, konvergensi *news gathering* dan konvergensi *content* (Rizkya, 2017:44). Radar Bandung sendiri telah melakukan tiga model konvergensi tersebut.

Konvergensi *newsroom*, dimaknai sebagai sebuah ruang berita yang terdiri dari jurnalis yang terdiri dari berbagai platform sebagai contoh jurnalis surat kabar, *online* dan televisi yang bersatu dalam satu ruang berita (Rizkya, 2017:44-45). *Newsroom* atau ruang pengelolaan redaksi sendiri terdiri dari empat model, yakni *Newsroom 1.0*, *Newsroom 2.0*,

Newsroom 3.0, dan *Newsroom* 4.0 (Taufiqorahman dalam Pratopo, 2018:111).

Berdasarkan hasil wawancara informan, wartawan Radar Bandung, mengatakan bahwa tugas wartawan Radar Bandung hanya sebatas mencari berita ke lapangan, mengolah berita tersebut menjadi sebuah berita yang layak tayang dan sisanya diserahkan ke redaktur, baik cetak maupun redaktur *online*. Jika dianalisis dari pernyataan tersebut maka dapat dikatakan bahwa Radar Bandung menggunakan model *newsroom* 3.0, dimana pada model *newsroom* 2.0 hingga *newsroom* 4.0 proses konvergensi telah terjadi.

Newsroom 3.0 sendiri merupakan proses *news gathering* dan *news writing* yang dilakukan secara konvergen serta diproduksi bagi seluruh platform dari media bersangkutan, baik cetak, audio dan televisi. Wartawan atau reporter akan mencari bahan berita dan menyerahkannya kepada *newsroom* untuk selanjutnya diolah dan digunakan oleh semua unit bisnis atau multiplatform (Taufiqorahman dalam Pratopo, 2018:111).

Penerapan *newsroom* 3.0 ini sendiri selaras karena posisi wartawan cetak maupun wartawan *online* dalam Radar Bandung itu merangkap. Pemecahan berita itu ditumpukan pada redaktur cetak maupun redaktur *online*.

Bertambahnya tugas yang dilakukan oleh wartawan Radar Bandung menuntut mereka untuk dapat bekerja multitasking. biasanya dalam berita di Harian Pagi Radar Bandung foto-foto diambil oleh pewarta khusus, namun demi unsur kecepatan beberapa foto juga diambil menggunakan ponsel milik mereka. Selain itu karena tuntutan pihak redaksional Radar Bandung, wartawan juga kadang ditugaskan merekam video akan sebuah peristiwa yang terjadi.

Konvergensi *news gathering* juga telah dilakukan oleh Radar Bandung. *News gathering* sendiri memiliki artian bahwa dalam proses pencarian berita wartawan dituntut untuk multitasking (Rizkya, 2017:45). Seperti yang sudah dibahas pada pembahasan *newsroom* diatas. Wartawan Radar Bandung telah bekerja secara multitasking dimana wartawan mengerjakan tugas ganda sebagai pewarta media cetak maupun media *online*.

Konvergensi konten dapat dimaknai sebagai konten yang tersuguh dalam bentuk multimedia, yaitu penyatuan teks, audio, gambar (Rizkya, 2017:45). Dalam konteks ini juga telah dilakukan oleh Radar Bandung karena sudah terjadi peleburan unsur teks, gambar, audio, blogs, podcast, slideshows dan video dalam beberapa konten yang berada di media *online* radarbandung.id maupun pojok bandung (bandung.pojoksatu.com). Namun dalam pengimplementasiannya dapat dikatakan belum maksimal, karena jika ditinjau pada dua media *online* milik Radar Bandung belum banyak variasi penggabungan konten berunsur multimedia selain teks, gambar dan video semata.

Pada ranah yang lebih luas dan nasional, dalam aspek *content sharing* dalam aspek *newsroom*, *news gathering* dan *content*. Jawa Pos sebagai induk memilikis sebuah jaringan yang bernama, JPNN (Jawa Pos News Network), dimana semua anak perusahaan yang bernaung dibawah Jawa Pos Group saling bersinergi dalam bertukar konten dalam jaringan JPNN. Tentu saja jurnalis dari berbagai platform yang berbeda yang masih sama-sama bernaung di bawah bendera Jawa Pos Grup saling bekerja sama dalam aspek *content sharing* guna memenuhi proporsi berita media masing-masing, termasuk Radar Bandung. Sehingga bisa dikatakan Jawa Pos menginisiasi

konvergensi jurnalistik kepada anak perusahaan melalui jaringan JPNN ini.

c. Proses Kompleksitas atau chaos Dari Media Cetak ke Media Online

Mediamorfosis dapat dikatakan sebagai sebuah bentuk metamorfosis media dalam bertransformasi dalam pengadopsian teknologi yang terus berkembang dan berlaku di era kini, berevolusi atau mati. Dalam mediamorfosis atau metamorfosis media massa terdapat tiga prinsip utama dalam transformasi media salah satunya adalah Kompleksitas.

Kompleksitas atau chaos atau kekacauan yang terjadi biasanya didorong atas teknologi mutakhir yang hadir dan berkembang dengan cepat di masyarakat. Sehingga dalam aspek sosial, politik dan ekonomi dirasa pengadopsian terhadap teknologi tersebut harus dilakukan oleh sebuah industri, tidak terkecuali industri media massa. Pilihannya adalah bertransformasi atau mati. Pada kajian kompleksitas yang dilakukan di Radar Bandung, dapat dikalsifikasikan terdapat dua masalah kompleks utama yang terjadi:

Pertama, berupa kompleksitas berupa prediksi kematian media cetak. Tren yang terjadi pada masyarakat modern saat ini memandang produksi kertas yang berasal dari pohon merupakan sebuah eksploitasi sumber daya alam. Sejumlah tokoh dunia juga meramalkan kematian surat kabar dengan ramalan lain yang mengatakan di masa depan akan ada teknologi paperless newspaper, dimana penggunaan kertas akan terganti dengan perangkat-perangkat CMC (computer mediated communication) seperti ponsel pintar, komputer dan tablet. Sejumlah tokoh yang meramalkan teknologi paperless newspaper ini adalah Roger F Fidler, Bill Gates, Rupert Murdoch dan Philip Meyer (Supadiyanto dalam Kusuma, 2016:63).

Selain itu kebiasaan masyarakat modern yang menyukai segala sesuatu yang serba instan, cepat dan haus akan asupan informasi menjadikan mengakses informasi melalui perangkat digital seperti tablet, komputer pribadi dan ponsel pintar jauh lebih memberikan pengalaman dan kepuasan akan kebutuhan informasi disetiap waktu. Gaya hidup masyarakat yang cenderung haus akan informasi juga menjadikan aspek kecepatan mendapatkan berita terlepas dari informasi tersebut valid atau tidak menjadi sebuah kebutuhan.

Respati (2014:49) dalam hasil penelitiannya menyatakan, bahwa masyarakat Indonesia sedang mengalami masa transisi menjadi masyarakat era informasi. Hal ini terjadi karena konsekuensi dari pengadopsian teknologi komunikasi masa kini. Sehingga pada masyarakat tipe ini, kecenderungan untuk mencari informasi dan mendistribusikan informasi dilakukan secara virtual.

Kecemasan prediksi kematian media cetak ini juga menghinggapi tubuh Radar Bandung yang bisnis utama dan produk jurnalistik utamanya adalah koran Harian Pagi Radar Bandung. Berdasarkan data yang dihimpun, maka didapat bahwa Oplah koran Harian Pagi Radar Bandung dalam segi eceran mengalami persentase penurunan sebesar 20-30%.

Sementara penurunan oplah koran Harian Pagi Radar Bandung dalam segi langganan sekitar 5-10%. Kemerosotan yang tidak bisa dihiraukan juga membuat kecemasan akan prediksi kematian media cetak semakin membesar.

Bisnis utama Radar Bandung yang awalnya adalah berasal dari penjualan koran Harian Pagi Radar Bandung serta pengiklan, dalam hal penurunan cukup membuat cemas jajaran manajerial Radar Bandung. Jawa Pos sebagai induk yang menaungi Radar Bandung dan media lokal

lainnya akhirnya mengambil sikap dari prediksi ini dengan himbauan kepada anak perusahaannya terkhusus pada media cetak lokal untuk mengadaptasi teknologi *online* dengan melakukan konvergensi media cetak ke media *online*.

Himbauan ini direspon positif oleh anak perusahaan Jawa Pos Grup terkhusus media cetak lokal dengan membangun sebuah website berita *online*. Selain itu juga Jawa Pos melalui JPNN (Jawa Pos News Network) juga membangun sebuah portal berita dengan klaim cakupan jaringan yang luas se-Indonesia. Suntikan semangat dan optimisme yang disuntikan oleh Jawa Pos sebagai induk dari beratus media lokal yang tersebar di seluruh wilayah Indonesia melahirkan jaringan yang kuat dalam publikasi berita-berita yang berasal dari berbagai wilayah di Indonesia.

Prediksi kematian media cetak, sebagaimana yang dibahas dalam buku Mediamorfosis Roger Fidler (2003:379) menyatakan ramalan atau prediksi akan kematian media cetak akan selalu terjadi bahkan dulu ketika awal kemunculan telepon, film, radio dan televisi. Meskipun pada ranah cyber tidak terikat pada alat atau cara publikasi konvensional yang lebih mutakhir namun pada aspek mediamorfosis dan asas-asas koevolusi dan konsistensi sebuah media baru yang lahir tidak akan mematikan media lama, melainkan menjadi salah satu unsur yang melengkapi karakteristik media baru tersebut.

Sejauh ini dari berbagai penelitian yang telah dilakukan mengenai kematian media cetak sebetulnya tidak benar-benar terjadi. Kenyataannya berbagai perusahaan surat kabar mungkin ada yang mati namun bertransformasi dalam bentuk lain seperti koran Sindo Jabar yang tetap hadir dalam bentuk media *online*.

Surat kabar lokal masih tidak terkalahkan dalam menggugah spirit dari masyarakat lokal dengan informasi-informasi yang disajikan (Sulasmono, 2006:4). Selain itu untuk tetap bertahan surat kabar lokal dapat memadukan teknologi serta internet dalam mengemas dan mendistribusi informasi-informasi yang kental akan berita-berita lokal, karena pada dasarnya masyarakat akan tetap tertarik pada berita-berita yang terjadi di wilayah dimana ia tinggal.

Kedua, kajian kompleksitas lainnya adalah pengadopsian teknologi yang tertunda. Kecemasan yang berubah menjadi rasa optimis yang tinggi akan keberlangsungan perusahaan media cetak lokal yang bernaung dibawah bendera Jawa Pos Grup berupa melakukan berbagai konvergensi media ternyata masih belum cukup dalam menekan permasalahan kompleks atau chaos atau kekacauan yang ditimbulkan akibat keberadaan bahasa digital. Terkhusus dalam pandangan internal Radar Bandung yang terus memperjuangkan eksistensinya terutama melakukan berbagai cara untuk memperpanjang usia koran Harian Pagi Radar Bandung agar tetap terbit dan menjadi kebutuhan.

Berdirinya media *online* dirasa masih kurang dalam menyelamatkan bisnis utama Radar Bandung, yaitu koran. Manajerial Radar Bandung menilai masih kurang optimal pengadopsian teknologi pada ranah perkawinan antara media cetak dengan media *online*. Sehingga hal ini menimbulkan sebuah aspek kompleksitas tersendiri dalam pengembangan dan transformasi diri pada tubuh Radar Bandung.

Tidak dijelaskan secara lanjut oleh informan penelitian ini yang merupakan bagian dari internal Radar Bandung, teknologi seperti apa yang pengadopsiannya tertunda. Namun salah

satu informan menyatakan, teknologi yang selama ini masih menjadi wacana merupakan sebuah teknologi dimana ketika seseorang membaca surat kabar atau koran orang tersebut dapat memindai foto dalam surat kabar melalui sebuah aplikasi pada ponsel pintar dan kemudian akan diproses pada munculnya informasi-informasi tambahan dari halaman media *online* Radar Bandung berupa berita, foto maupun video (Hasil wawancara 16 Mei 2019). Menganalisis dari pernyataan informan diatas, dapat dikatakan teknologi yang dimaksud adalah teknologi scan QR (*Quick Response*) Code.

Teknologi QR Code serta Scan QR Code ini pertama kali dikembangkan di Jepang, tujuan utamanya adalah sebagai sebuah inovasi dari bentuk barcode terdahulu. Sesuai dengan penamaannya QR atau nama lainnya Quick Response merupakan sebuah teknologi untuk menyampaikan informasi dengan cepat dan mendapat respon yang cepat pula (Denso Wave dalam Widayati, 2017:68). Selanjutnya dalam berbagai jenis QR Code, terdapat salah satu jenis yang relevan dengan wacana pengadopsian teknologi yang akan dilakukan Radar Bandung, yaitu QR Code bentuk gambar.

Nugraha (2011) dalam hasil penelitiannya tentang QR Code menyatakan bahwa gambar tertentu dari format file gambar menjadi *byte stream* kemudian diubah menjadi alfanumerik hingga kemudian diubah menjadi format gambar biasa. Sehingga hal gambar tersebut kemudian bisa dibaca oleh perangkat lunak pembaca QR code (2011:154).

Wacana pengadopsian teknologi ini telah dilakukan sejak tahun 2011, namun hingga sekarang terkendala satu dan lain hal yang bermula dari pergantian pimpinan Radar Bandung. Sehingga teknologi ini hingga sekarang tertunda dan

belum digunakan bahkan diaplikasikan secara konvensional dalam mengkawinkan media cetak dengan media *online* sesuai harapan dan cita-cita pihak manajerial dan redaksional Radar Bandung.

Adopsi yang tertunda dalam hal teknologi yang terjadi di Radar Bandung sebenarnya bukan sesuatu yang fatal. Asas pengadopsian yang tertunda sebetulnya bisa membuka peluang yang lebih besar dimana media bersangkutan bisa melakukan riset terlebih dahulu mengenai teknologi yang akan diadopsi (Fidler, 2003:249). Dengan kata lain dalam jangka panjang pengadopsian yang tertunda tidak akan membawa dampak negative jika ditunjang dengan riset dan pengembangan yang mendalam, justru dalam hal tersebut media bersangkutan malah akan menghasilkan inovasi lain yang lebih pas dan memenangkan kompetisi dalam persaingan di era digital.

Kesimpulan

Mediamorfosis yang dilakukan oleh Radar Bandung mencakup tiga proses yaitu koevolusi, konvergensi dan kompleksitas. Secara garis besar dari ketiga aspek atau proses yang terjadi dalam konsep mediamorfosis tersebut, maka dapat disimpulkan Radar Bandung telah melakukan segala upaya dalam berbenah diri guna melakukan transformasi media yang berkaitan dengan teknologi berdasarkan konsep Mediamorfosis yang digagas oleh Roger Fidler, meskipun dalam realisasinya belum begitu sempurna.

Dari sekian banyak pembahasan yang telah di paparkan, maka dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut: pertama, Pada aspek koevolusi sejak awal berdirinya Radar Bandung, era komputer digital dan bahasa digital berupa internet telah mengglobal sehingga proses kejournalistikan yang dilakukan oleh Radar

Bandung telah terkomputerisasi dan terdigitalisasi sejak awal. Dalam perkembangan yang lebih maju, implementasi pengadopsian komputer dan bahasa digital telah membantu Radar Bandung melebarkan sayap bisnis dengan membuat dua media online *radarbandung.id* dan *bandung.pojoksatu.id*.

Pada aspek konvergensi, Radar Bandung melakukan dua jenis konvergensi berupa konvergensi digital atau teknologi dan konvergensi jurnalistik. Dalam konvergensi digital atau teknologi, Radar Bandung telah mengadopsi teknologi digital dalam aspek transformasi medium penyiaran dari yang semula hanya berupa media cetak, sekarang telah berkembang di media *online*. Selanjutnya konvergensi jurnalistik juga dilakukan oleh Radar Bandung guna memaksimalkan pengadopsian teknologi dalam kegiatan kejournalistikannya. Konvergensi jurnalistik di Radar Bandung telah mendigitalisasi *newsroom*, *newsgathering* dan konten yang memadukan unsur multimedia.

Kompleksitas atau kekacauan yang ditimbulkan dari pengadopsian teknologi berupa kelahiran media cetak dan proses digitalisasi di hampir keseluruhan aspek kejournalistikan Radar Bandung juga menimbulkan berbagai ketidakseimbangan namun berbenturan dengan aspek ekonomi, politik dan lain sebagainya. Radar Bandung harus menghadapi kompleksitas berupa prediksi kematian media cetak yang merupakan bisnis utama Radar Bandung serta pengadopsian tertunda dari teknologi scan QR code yang dianggap ideal dalam perkawinan media cetak dengan media online Radar Bandung. Namun setelah dikaji lebih mendalam, kedua kompleksitas tersebut bukanlah sebuah masalah yang besar yang justru memamatkan bisnis dan eksistensi Radar

Bandung, melainkan sebuah peluang dalam berinovasi.

Adapun saran berdasarkan hasil penelitian ini ialah 1) Guna terus bertahan dalam bisnis media massa yang terus berevolusi mengikuti perkembangan jaman Radar Bandung perlu berbenah diri dalam segi konten, medium serta manajerialnya. 2) Radar Bandung perlu memiliki ciri khas sehingga menjadikan media cetak maupun media onlinenya menonjol ketimbang media lokal lainnya. 3) Penelitian seputar transformasi media massa yang menggunakan konsep Mediamorfosis dari Roger Fidler diharapkan mampu menghasilkan kajian yang mampu menghasilkan solusi yang dapat diimplementasikan bagi industri media cetak maupun media lainnya yang diprediksi akan mengalami kematian.

Refrensi

- Fidler, R. 2003. *Mediamorfosis*. Yogyakarta: Bentang Budaya.
- Ghalia, R. F. dan Muchtar, K. 2018. *Respon Mahasiswa Terhadap Tayangan Dakwah Islamiyah Khazanah (Trans7) dan Damai Indonesiaku (TV ONE) dalam INJECT (Interdisciplinary Journal of Communication)*, 3(2), 147-174
- Ibrahim, S. dan Iriantara, Y. 2017. *Komunikasi Yang Mengubah Dunia*. Bandung: Simbiosis Rekatama Media.
- Kusuma, S. (2016). *Posisi Media Cetak Di Tengah Perkembangan Media Online Di Indonesia* dalam *Jurnal InterAct*, 5(1), 56-71
- Lawson-Borders, G. 2006. *Media Organizations and Convergence: Case Studies of Media Convergence Pioneers*. New Jersey: Lawrence Erlbaum Association, Inc.
- Nasrullah, R. 2012. *Komunikasi Antar Budaya Di Era Budaya Siber*. Jakarta

- : Kencana Predana Media Group.
- Nugraha, P. M. (2011). *Pengembangan Aplikasi QR Code Generator dan QR Code Reader dari Data Berbentuk Image*, dalam *Konferensi Nasional Informatika-KNIF 2011*, Bandung: Sekolah Teknik Elektro dan Informatika Institut Teknologi Bandung
- Nurudin. 2009. *Pengantar Komunikasi Massa*. Jakarta: Rajawali Pers.
- Prasetyo, H. dan Sutopo, W. (2018). *Industri 4.0: Telaah Klasifikasi Aspek Dan Arah Perkembangan Riset dalam J@ti Undip: Jurnal Teknik Industri*, 13(1), 17-26
- Pratopo, M. W. (2018). *Konvergensi di Ruang Redaksi pada Kelompok Media Tempo* dalam *Jurnal Studi Komunikasi*, 2(1), 103-125
- Respati, W. (2015). *Transformasi Media Massa Menuju Era Masyarakat Informasi Di Indonesia* dalam *Jurnal Humaniora*, 5(1), 39-51
- Rizkya, P. M. 2017. *Konergensi Media Di Harian Umum Pikiran Rakyat*. Skripsi, S1 Ilmu Komunikasi Jurnalistik, Universitas Islam Negeri Sunan Gunung Djati Bandung.
- Severin, W J dan Tankard, Jr, James W. 2005. *Teori Komunikasi, Sejarah, Metode dan Terapan di Dalam Media Massa*. Jakarta:Predana Media.
- Silalahi, S. R. (2013). *Hubungan Penggunaan Teknologi Informasi Internet Dengan Prestasi Belajar Remaja di SMA Negeri 1 Longikis* dalam *Jurnal Ilmu Komunikasi Universitas Mulawarman*, 1(1), 374-388
- Sulasmono, S. B. (2006). *Mempertahankan Pers Dengan Etika Jurnalisme*. Diakses 2 Juli 2019, dari : <https://docplayer.info/36890888-Mempertahankan-pers-dengan-etika-jurnalisme-1-oleh-bambang-suteng-sulasmono-2.html> .
- Widayati, T. Y. (2017). *Aplikasi Teknologi QR (Quick Response) Code Implementasi Yang Universal* dalam *Jurnal KOMPUTAKI*, 3(1), 66-82
- Zulaikha, H. N. (2019). *Analisis Framing Pemberitaan Pilgub Jawa Timur 2018 pada Situs Berita Daring Indonesia* dalam *Communicatus: Jurnal Ilmu Komunikasi*, 3(1), 91-110