

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Perkembangan teknologi komunikasi yang sangat cepat dalam era digitalisasi sekarang ini membuat pelaku media (pemilik media) dan pekerja media (jurnalis) harus mengantisipasi perubahan agar tetap eksis. Langkah revolusioner yang ditempuh mencakup adaptasi, migrasi, atau kombinasi keduanya. Tanpa melakukan penyesuaian tersebut, media konvensional hampir pasti akan kalah bersaing dan kehilangan relevansinya di tengah arus perubahan global yang semakin dinamis.

Perkembangan teknologi komunikasi digital telah menciptakan disrupti mendalam dalam ekosistem media global. Konvergensi antara internet, perangkat bergerak, dan platform media sosial tidak hanya mengubah mekanisme produksi dan distribusi informasi, tetapi juga merekonfigurasi relasi antara media, jurnalis, dan publik. Di Indonesia, transformasi ini terlihat jelas dari pergeseran pola konsumsi media dari televisi, surat kabar, dan radio menuju platform digital seperti YouTube, Instagram, TikTok, dan podcast.

Sebagai konsekuensi dari perkembangan ini, digitalisasi membuat seluruh informasi dikonversi dari bentuk analog ke format digital dan disajikan dalam satu platform terpadu. Konsep jurnalisme digital menitikberatkan pada proses diseminasi informasi melalui teknologi media digital dalam kerangka *konvergensi media*. Konvergensi ini merupakan bagian dari perkembangan teknologi komunikasi modern yang menggabungkan beragam perangkat

seperti cetak, televisi, telepon, dan komputer menjadi satu kesatuan sistem media (Marhamah, 2021).

Proses transformasi ini tidak hanya terjadi pada level institusi media, tetapi juga pada level program dan individu jurnalis. Media konvensional seperti televisi, radio, dan media cetak kini berkonversi menjadi media digital. Program-program acara yang sebelumnya hanya hadir dalam format konvensional, kini bermigrasi ke bentuk digital. Lebih jauh, sejumlah jurnalis senior yang sebelumnya populer di media arus utama memilih meninggalkan institusi besar tersebut dan mendirikan media digital mereka sendiri.

Fenomena peralihan ini memperlihatkan perubahan paradigma dalam dunia jurnalistik. Jurnalis kini tidak hanya berperan sebagai penyaji berita di bawah institusi media besar, tetapi juga menjadi aktor independen yang memproduksi, mengelola, dan mendistribusikan konten secara mandiri melalui berbagai platform digital. Hal ini menandai pergeseran fungsi jurnalis dari sekadar *gatekeeper* informasi menjadi *content creator* yang mampu membangun hubungan langsung dengan audiensnya.

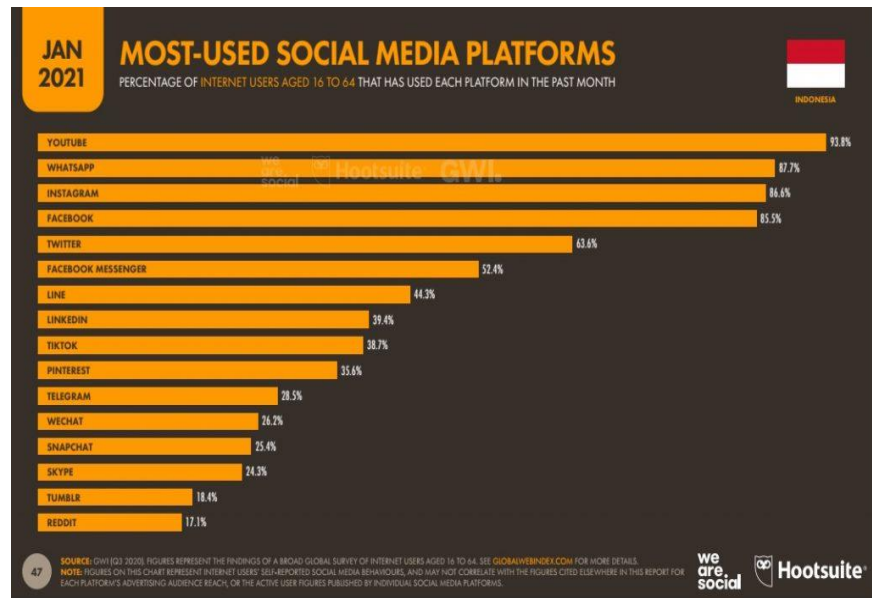
Fenomena jurnlis media konvensional melakukan perpindahan dari media konvensional ke media online/media sosial dapat dilihat pada table berikut :

No.	Pekerja Media	Media konvensional	Media Digital
1.	Deodatus Andreas Deddy Cahyadi Sunjoyo alias Deddy Corbuzier	Program Acara Hitam Putih Tran 7 TV	Media Production You Tube Close The Door 1. Close the door 2. Podhub 3. Log in

2.	Prabunindya Revta Revolusi Prabu Revolusi	Trans TV dan CNN	Youtube 1. Konsprirasi Prabu 2. Publik Sphere 3. Nalarisme 4. Vlog Konspirasi (Kopi Isnpirasi)
3.	Rosianna Silalahi	Liputan 6 SCTV	Youtube Kompas TV 1. Rosi
4.	Andy Flores Noya	Metro Tv Kick Andy	Youtube Kick Andy show Metro tv
5.	Helmi Yahya	Acara Reality show TV	Youtube Helmy Yahya Bicara
6.	Desy Anwar	Metro tv acara talk Show	Youtube CNN

Tabel 1. Perpindahan Jurnalis media konvensional ke Media Digital

Data terbaru menunjukkan bahwa 93,8% pengguna internet Indonesia mengakses YouTube, diikuti oleh WhatsApp (90,9%), Instagram (85,3%), dan TikTok (73,5%). Sementara itu, hanya 14,4% generasi Z yang mengandalkan televisi sebagai sumber informasi utama, sedangkan 83,6% lebih memilih platform digital (Social & Meltwater, 2024). Transformasi ini mengonfirmasi tesis disrupsi digital (Christensen, 2016b), di mana inovasi teknologi menggeser model bisnis lama yang tidak lagi relevan dengan preferensi kontemporer.



Gambar 1. Grafik Presentase Data Pengguna Platform Media Sosial tahun 2024

Website yang banyak dikunjungi orang di Indonesia pada Tahun 2024, Berikut adalah daftar website yang sering dikunjungi oleh pengguna internet di Indonesia berdasarkan penilaian dari Similarweb:

JAN 2024 **TOP WEBSITES: SIMILARWEB RANKING**
SIMILARWEB'S RANKING OF THE MOST VISITED WEBSITES, BASED ON WEBSITE TRAFFIC BETWEEN DECEMBER 2022 AND NOVEMBER 2023

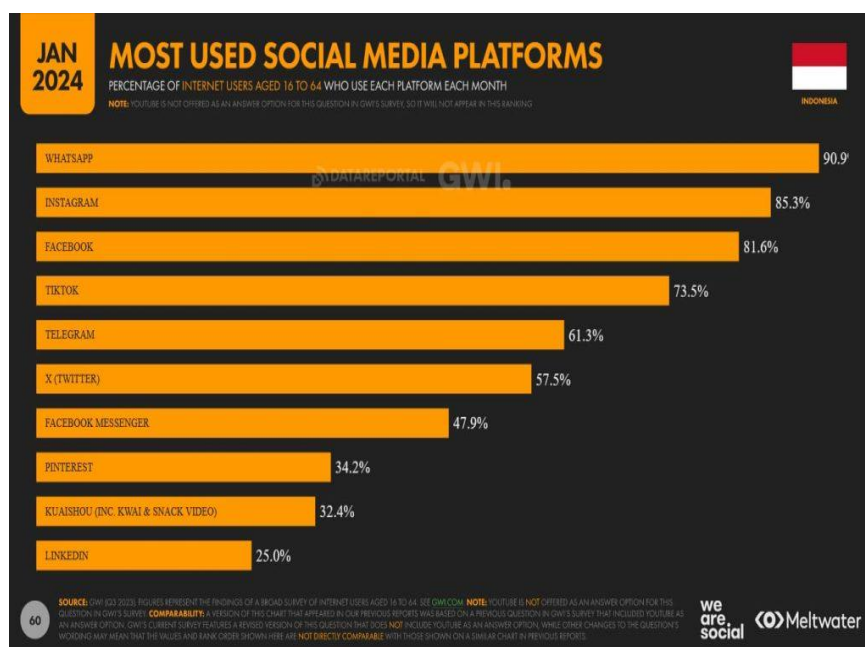
#	WEBSITE	TOTAL VISITS (MONTHLY AVE.)	UNIQUE VISITORS (MONTHLY AVE.)	AVERAGE TIME PER VISIT	AVERAGE PAGES PER VISIT
01	GOOGLE.COM	1.97 B	111 M	9M 06S	8.3
02	YOUTUBE.COM	814 M	63.9 M	19M 29S	11.2
03	FACEBOOK.COM	432 M	51.9 M	8M 23S	7.6
04	INSTAGRAM.COM	222 M	34.7 M	8M 13S	11.4
05	WHATSAPP.COM	191 M	29.8 M	16M 05S	1.7
06	SHOPEE.CO.ID	184 M	52.4 M	6M 11S	4.7
07	TWITTER.COM	177 M	25.5 M	12M 02S	13.1
08	DETIK.COM	155 M	28.9 M	4M 31S	3.0
09	KOMPAS.COM	143 M	35.6 M	3M 57S	2.5
10	TRIBUNNEWS.COM	138 M	37.2 M	3M 55S	2.7
11	TOKOPEDIA.COM	103 M	24.2 M	7M 37S	6.9
12	YANDEX.COM	85.4 M	12.7 M	8M 01S	11.3
13	XNXX.COM	77.1 M	8.97 M	6M 51S	12.6
14	HOTSTAR.COM	77.1 M	21.0 M	6M 20S	5.4
15	TIKTOK.COM	71.3 M	24.1 M	3M 33S	7.6
16	WIKIPEDIA.ORG	68.4 M	21.5 M	3M 46S	2.6
17	OPENAI.COM	67.6 M	9.67 M	5M 47S	5.9
18	LAZADA.CO.ID	64.5 M	27.9 M	4M 35S	3.3
19	HEYLINK.ME	62.2 M	10.7 M	3M 12S	2.1
20	CNNINDONESIA.COM	55.1 M	18.6 M	1M 28S	2.0

we are social **Meltwater**

Gambar 2. Presentase Daftar Website Banyak di Kunjungi tahun 2024

Platform Media Sosial yang Banyak digunakan di Indonesia Tahun 2024 , Pengguna Whatsapp di Indonesia sebanyak 90,9% dari jumlah populasi. Pengguna Instagram di Indonesia sebanyak 85,3% dari jumlah populasi.

Pengguna Facebook di Indonesia sebanyak 81,6% dari jumlah populasi. Pengguna Tiktok di Indonesia sebanyak 73,5% dari jumlah populasi. Persentase pengguna internet yang menggunakan setiap platform media sosial berbasis survei ditunjukkan melalui gambar di bawah ini (Riyanto A. D., Hootsuite (We are Social), 2024) (<https://andi.link/hootsuite-we-are-social-data-digital-indonesia-2024/>):



Gambar 3. Platform Media Sosial yang Banyak digunakan di Indonesia Tahun 2024

Perkembangan teknologi komunikasi yang sangat cepat dalam era digitalisasi sekarang ini membuat pelaku media (pemilik media) dan pekerja media (jurnalis) mengantisipasi agar dapat tetap eksis dengan langkah revolusioner yaitu beradaptasi, migrasi atau memadukan adaptasi dan migrasi karena bila tidak melakukan perubahan tersebut hampir pasti media tersebut akan kalah bersaing dan ujung-ujungnya mati.

Digitalisasi membuat informasi dikonversi dari media massa analog ke dalam bentuk digital dan disajikan dalam satu tempat yang sama. Pengertian

jurnalisme digital sebagian besar menitikberatkan kepada tahapan diseminasi informasi dengan seperangkat teknologi media digital yang disebut sebagai konvergensi media. Konvergensi dimaksudkan sebagai bagian dari perkembangan teknologi komunikasi yang disebut dengan era digital. Konvergensi pada media adalah penggabungan beragam teknologi seperti cetak, televisi, telepon, dan computer. (Marhamah, JURNALISME DI ERA DIGITAL, 2021)

Migrasi jurnalis dari media konvensional ke New media merepresentasikan respons struktural terhadap tiga tekanan utama: krisis ekonomi media konvensional, perubahan perilaku audiens, dan tuntutan keterampilan baru di era digital. Sejumlah jurnalis senior seperti Prabunindya revta revolusi (dari TV ke channel youtube pribadi *Dr. Brabu Revolusi*), Aiman Witjaksono (dari Kompas TV ke platform digital INEWS), serta kumpulan jurnalis pendiri FNN (Forum News Network) memilih membangun kanal independen di ruang digital kemudian jurnalis senior ANTARA TV Siti Zulaikha dengan channel Youtube *Rumah Simbah* . Perpindahan ini bukan sekadar perubahan platform, melainkan transformasi paradigmatis dalam praktik jurnalistik yang mencakup aspek ekonomi, teknologi, dan identitas profesional. Tidak hanya individu, fenomena migrasi juga terjadi pada level institusional. Forum News Network (FNN) merupakan contoh media digital yang didirikan oleh jurnalis-jurnalis senior dari berbagai media konvensional. FNN.co.id menyajikan berita umum dan opini publik dengan pendekatan multiplatform, termasuk kanal YouTube seperti *FNN TV* FNN TV, Rocky Gerung Official, Hersubeno Point, Off The Record, Tunjek Point, Said Didu MSD, Bang Edy Channel, Forum News Network, Jejak Widodo, Catatan Kriminal (Canel),

Catatan Permana (Caper), Catatan Babe (Cabe). (Network, 2024). Kehadiran media ini menegaskan bahwa jurnalisme digital tidak lagi monopoli korporasi besar, melainkan terbuka bagi individu dan kelompok profesional.

Fenomena ini menunjukkan arah baru jurnalisme Indonesia di era digital. Baik jurnalis senior maupun jurnalis muda kini memanfaatkan perkembangan teknologi komunikasi untuk memperluas jangkauan audiens melalui aplikasi multimedia seperti *YouTube*, *Podcast*, *Vlog*, *Instagram*, *TikTok*, dan *X (Twitter)*. Kalangan ini dikenal sebagai konten kreator, yaitu individu yang memproduksi dan membagikan konten digital dalam berbagai bentuk—teks, foto, video, atau audio—dengan tujuan edukasi, hiburan, maupun ekspresi diri.

Kondisi ini memperkuat urgensi bagi pelaku media untuk melakukan adaptasi strategis. Adaptasi mencerminkan kemampuan menyesuaikan diri terhadap perubahan teknologi dan lingkungan kerja, sedangkan migrasi menggambarkan perpindahan mekanisme kerja dari media konvensional ke sistem multimedia berbasis aplikasi digital. Kedua proses ini menjadi strategi utama bagi media dan jurnalis untuk mempertahankan eksistensi dan membuka peluang baru di tengah persaingan yang semakin ketat. Dari perspektif teoritis, fenomena ini dapat dianalisis melalui tiga kerangka utama: (1) teori disrupsi digital yang menjelaskan tekanan struktural terhadap media konvensional; (2) teori konvergensi media yang menguraikan strategi adaptasi lintas platform; dan (3) media dependency theory yang memetakan relasi baru antara jurnalis, platform, dan audiens. Integrasi ketiga perspektif ini diperlukan untuk memahami kompleksitas migrasi jurnalis sebagai fenomena multidimensi.

Dalam konteks inilah muncul fenomena yang disebut disrupsi digital. Disrupsi digital menjelaskan bagaimana inovasi teknologi baru dapat mengguncang industri lama dengan menawarkan cara yang lebih cepat, efisien, dan partisipatif dalam mendistribusikan informasi. Dalam dunia jurnalisme, disrupsi digital memaksa media konvensional untuk menyesuaikan diri atau kehilangan relevansi di mata audiens yang kini lebih aktif, kritis, dan partisipatif melalui praktik *citizen journalism*.

Dampak dari disrupsi tersebut adalah perubahan perilaku konsumsi informasi masyarakat. Publik kini lebih memilih mencari, membaca, dan membagikan berita melalui media sosial daripada melalui media tradisional. Pergeseran ini menandai berakhirnya era komunikasi satu arah dan munculnya sistem komunikasi dua arah yang lebih terbuka dan demokratis.

Sebagai respons terhadap disrupsi ini, konvergensi media menjadi strategi adaptasi yang dominan. Menurut Henry Jenkins, teori konvergensi media menjelaskan bagaimana berbagai bentuk media teks, audio, dan visual berinteraksi dan saling memengaruhi dalam satu ekosistem digital. Dalam konteks jurnalisme, konvergensi berarti integrasi konten dari berbagai platform untuk menghasilkan karya jurnalistik yang lebih dinamis, multimedia, dan interaktif.

Implikasinya, jurnalis masa kini dituntut untuk menguasai berbagai aspek keterampilan digital. Seorang jurnalis harus mampu menggabungkan teks, gambar, dan video dalam satu laporan (*multimedia reporting*), berinteraksi langsung dengan audiens, serta mendistribusikan konten secara bersamaan

ke berbagai kanal digital seperti portal daring, media sosial, radio daring, dan video streaming.

Berdasarkan latar fenomena tersebut, peneliti memandang penting untuk mengkaji lebih dalam sejauh mana proses migrasi jurnalis media konvensional ke *new media* berlangsung, serta bagaimana adaptasi dan transformasi profesional jurnalis terjadi di tengah perubahan besar ekosistem komunikasi digital.

1.2. Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian latar belakang di atas, maka permasalahan utama yang diangkat dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Bagaimana jurnalis konvensional beradaptasi di era digital?
2. Mengapa jurnalis konvensional migrasi ke *new media*?
3. Bagaimana proses migrasi jurnalis konvensional ke *new media*?
4. Bagaimana model jurnalis di era digital *new media*?

1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah di atas, penelitian ini bertujuan untuk:

1. Menganalisis proses adaptasi jurnalis dari media konvensional ke era digital.
2. Mendeskripsikan penyebab jurnalis konvensional migrasi ke *new media*.
3. Menguraikan bentuk dan proses migrasi jurnalis konvensional ke *new media* serta implikasinya terhadap kemandirian profesi jurnalis.

4. Menghasilkan model etos jurnalis digital.

1.4. Manfaat Penelitian

1.4.1. Manfaat Teoritis

Secara teoritis, penelitian ini diharapkan dapat memperkaya khazanah ilmu komunikasi, khususnya dalam bidang jurnalisme digital dan teori konvergensi media. Hasil penelitian ini diharapkan memberikan pemahaman yang lebih mendalam mengenai transformasi mekanisme kerja jurnalis di era digital serta memperluas penerapan konsep-konsep jurnalisme *new media* dalam konteks Indonesia.

1.4.2. Manfaat Praktis

Secara praktis, penelitian ini diharapkan dapat menjadi acuan bagi para jurnalis, praktisi media, dan pengelola lembaga penyiaran dalam melakukan adaptasi dan migrasi ke *new media*. Selain itu, hasil penelitian ini dapat digunakan sebagai dasar strategi pengembangan kompetensi jurnalis multitalenta yang mampu menguasai berbagai platform digital secara efektif dan beretika.

1.4.3. Manfaat Akademis

Secara akademis, penelitian ini memberikan kontribusi dalam memperkaya literatur kajian komunikasi dan jurnalisme digital, serta dapat dijadikan rujukan bagi penelitian-penelitian lanjutan tentang transformasi media dan profesi jurnalis di era konvergensi. Penelitian ini juga diharapkan memperkuat perspektif akademik dalam memahami fenomena migrasi jurnalis konvensional ke *new media* di Indonesia.

1.5. Signifikansi Penelitian

Dalam perkembangan teknologi komunikasi yang serba digitalisasi saat ini, Media Konvensional harus melakukan berbagai penyesuaian untuk mengikuti ritme era *New Media* agar tetap eksis dengan melakukan berbagai langkah seperti adaptasi teknologi, adaptasi multiplatform atau migrasi dengan meninggalkan secara total media Konvensional dan berganti menjadi *New Media*, serta menyiapkan jurnalisnya untuk ikut beradaptasi dan bermigrasi melalui penyesuaian ketrampilan multitalenta sesuai produk jurnalistik yang dihasilkan untuk mengisi platform yang tersedia dalam bentuk teks, audio dan visual. Dan perubahan itu harus dilakukan, bila tidak melakukan maka hampir pasti media Konvensional tersebut akan kalah bersaing dan ujung-ujungnya mati.

Proses Media Konvensional ke *New Media* dapat melakukan dua langkah sekaligus yakni beradaptasi dan migrasi. Adaptasi dan Migrasi dilakukan bila media tersebut tetap mempertahankan media awal, lalu diperkaya dengan media baru dengan nama yang sama, tetapi platform berbeda. Sedangkan bila perubahan itu dalam bentuk Migrasi saja, maka media tersebut secara keseluruhan berpindah dari konvensional ke new media dengan platform baru.

Beberapa penelitian yang erat hubungannya dengan signifikansi penelitian peneliti yaitu Jurnal penelitian tahun 2021 dengan judul “Jurnalisme di Era Digital” yang diteliti oleh Marhamah, Fauzi, pada penelitian ini membahas transformasi jurnalisme di era digital serta tantangan jurnalisme di era digital. Hasil penelitian ini menjelaskan bahwa transformasi jurnalisme di era

digital terjadi pada empat hal yaitu: cara kerja para jurnalis dalam mencari informasi, sifat konten berita, struktur organisasi media di dalam ruang redaksi: dan sifat hubungan antara media, reporter dengan sejumlah publik seperti khalayak (audience). Tantangan jurnalisme digital di era digital adalah dalam menyajikan informasi yang akurat, berkualitas dan kredibel kepada khalayak. (Marhamah, Jurnalisme di Era Digital, 2021). Pada penelitian ini juga membahas jurnalis harus memperkuat sajian informasi dengan data akurat merupakan gaya jurnalisme bermutu di tengah gempuran platform media sosial kepada khalayak. Jurnalisme digital membutuhkan budaya kerja yang lebih cepat, karena ciri media digital ialah kecepatan. Faktor kecepatan menjadi keunggulan jurnalisme digital sebab dapat mempublikasikan informasi secepat mungkin kepada khalayak. Tetapi, faktor kecepatan juga dapat menjadi suatu kelemahan apabila informasi yang segera dipublikasikan tersebut tidak didukung dengan akurasi data. (Marhamah, Jurnalisme di Era Digital, 2021)

Penelitian selanjutnya yaitu implementasi “Jurnalisme Era Baru Dalam Konten VideoMedcom.Id” oleh Afalita Intan Givari, Melin Meliyani, dan Lis Ariani Purba dalam penelitian ini membahas pemahaman Medcom.id tentang Era Baru Jurnalisme diterapkan dalam Divisi Konten Video. Hasil penelitian menunjukkan bahwa Medcom berhasil menerapkan enam dari delapan fungsi jurnalisme di era baru. Dua fungsi yang belum berhasil diimplementasikan adalah fungsi saksi dan fungsi aggregator cerdas. Medcom.id sudah memahami dan mengimplementasikan dengan baik enam dari delapan fungsi jurnalisme era baru yang telah dicetuskan oleh Bill Kovach dan Tom Rosenstiel. Dua fungsi yang masih dianggap kurang dipahami oleh Medcom.id yaitu fungsi penyaksi dan fungsi aggregator cerdas. Di luar itu, Medcom.id mendedikasikan

visi dan misinya untuk melayani rakyat akan kebutuhan informasi dan terus berinovasi dalam menyajikan berita yang baik dan benar. (Afalita Intan Givari, 2023).

Selanjutnya ada penelitian tahun 2019 dengan judul penelitian “Tren Pergeseran Media Konvensional Ke Era Digitalisasi (Studi Kasus Konvergensi Media Di Lembaga Kantor Berita Nasional Antara Biro Sulawesi Selatan-Sulawesi Barat)” oleh Abd. Majid. Penelitian ini membahas keberadaan Lembaga Kantor Berita Nasional Antara (LKBN) biro Sulselbar di era konvensional dan di era digitalisasi, juga untuk mengetahui tren konvergensi media di LKBN Antara biro Sulselbar. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa kondisi LKBN Antara biro Sulselbar pada era konvensional memiliki peran untuk memproduksi dan mendistribusikan setiap informasi kepada pelanggan, baik pada media massa maupun pada non media massa yang disiarkan melalui jaringan satelit VSAT (Very Small Aperture Terminal). Pada tahun 2008 LKBN Antara biro Sulselbar memasuki era digitalisasi dengan membuat portal online (Makassar.antaranews.com) dan Antara TV agar informasi yang diproduksi dapat diakses langsung oleh masyarakat tanpa melupakan fungsi utamanya sebagai kantor berita yang menyediakan informasi (Majid, 2019)

Penelitian dengan judul “Media Konvensional Yang Terbarukan” oleh Ramsiah Tasruddin tahun 2020 membahas tentang Media konvensional yang dulu menjadi sumber informasi utama semakin tersingkirkan dengan adanya new media. Media konvensional yang sering dijumpai dalam kehidupan sehari-hari seperti televisi, koran, radio semakin hari semakin tidak lagi menjadi pilihan utama dalam mencari informasi. Hasil penelitian menunjukkan bahwa kehadiran new media sebagai sebuah instrument yang dapat digunakan

sebagai media pembelajaran maupun hiburan, bagi masyarakat. Para pemilik media tertantang untuk bisa bertransformasi menciptakan media yang sesuai dengan perkembangan zaman, sehingga isu yang sedang berkembang dapat disampaikan kepada masyarakat dengan tepat dan cepat. Tak bisa dipungkiri bahwa internet menjadi kebutuhan pokok di kehidupan masyarakat saat ini. Oleh sebab itu inovasi dalam pembaharuan media sangat diperlukan. Perubahan sikap serta cara berfikir masyarakat ke arah yang lebih fleksible adalah hal yang patut untuk diperhitungkan dalam mewujudkan media konvensional terbaru. (Ramsiah, 2020)

Penelitian dengan judul “Konvergensi Dari Media Konvensional Ke Digital (Studi Pada Harian Ujungpandang Ekspres)” oleh Nurrahmah Tahun 2017, penelitian ini membahas proses konvergensi dari media konvensional ke digital, serta peluang juga tantangan yang akan dihadapi oleh Harian Ujungpandang Ekspres terkait peralihan media surat kabar ke digital e-paper. Hasil penelitian ini adalah Surat kabar digital atau disebut e-paper Harian Ujungpandang Ekspres merupakan perubahan surat kabar dari bentuk cetak ke digital tanpa melewati proses percetakan, tapi file desain surat kabar tersebut langsung melewati proses pemadatan bentuk atau pengecilan kapasitas menggunakan aplikasi edit adobe photoshop agar bisa diterbitkan melalui website bersama berita-berita realtime yang dimiliki Harian Ujungpandang Ekspres. Sehingga bisa dibaca melalui komputer, smartphone, Iphone, tablet dan media digital lainnya. Surat kabar digital atau e-paper menjadi jawaban atas tantangan dan perkembangan teknologi bagi surat kabar cetak agar tetap eksis di tengah maraknya penggunaan smartphone, komputer, tablet, Iphone. Sehingga e-paper dapat mengikat pembaca yang sebagian

besarnya sudah beralih ke jalur online. E-paper bisa menjangkau pembaca yang lebih luas, selama jangkauan internet masih bisa diakses . (Nurrahmah, 2019)

Penelitian tahun 2018 dengan judul “Jurnalisme Media Baru dan Delusi Pembebasan” oleh Muhammad Aswan Zanynu penelitian ini membahas dari premis tentang teknologi internet yang memungkinkan jurnalisme daring (*online*) di media baru mengembangkan diri dan memberi pencerahan yang lebih baik dari yang dapat dilakukan oleh media konvensional (media lama). Dengan asetnya berupa pranala atau hipertaut (*hypertext*), kemampuan interaktif, dan format pesan multimedia, jurnalisme daring dipercaya mampu untuk mengemban fungsi tersebut. Asumsi yang berakar dari perspektif determinisme teknologi ini didukung oleh begitu banyak keunggulan teknis yang dimiliki media baru. Hasil penelitian pada penelitian ini menunjukkan Secara konseptual, nilai tambah dari jurnalisme daring (*online*) mendukung pencapaian praktik jurnalisme yang lebih baik. Hal ini didukung oleh ketersediaan sumber yang lebih terbuka, pelaporan berita yang tak terbatas juga dilengkapi dengan dengan ruang komentar (*annotative reporting*), dan karakter situs berita yang hiperadaptif atas sejumlah format dan strategi peliputan berita. Adanya pranala (*hypertext*), interaktivitas, dan dukungan multimedia yang dari teknologi Web 2.0 yang terus disempurnakan, menyebabkan keserbamungkinan penyajian informasi yang lebih lengkap. Teknologi dilihat sebagai Solusi untuk pencapaian puncak jurnalisme yang mencerahkan publik. Premis tentang teknologi yang dapat membawa pencerahan masih merupakan sebuah delusi pembebasan bagi cakrawala pengetahuan manusia. Secara internal, aspek organisasi yang berkaitan

dengan cara jurnalis (khususnya kegagapan mereka) dalam menggunakan teknologi tersebut menjadi penjas fenomena ini. Secara eksternal, ada dua kelompok yang turun mempengaruhi praktik jurnalisme tersebut: pengguna internet dan kelompok elit. (Zanynu, 2018)

1.6 Nilai Kebaruan (Novelty) Penelitian

Penelitian ini berjudul “*Migrasi Jurnalis Media Konvensional Ke New Media*”. Peneliti memilih penelitian ini karena saat ini mekanisme kerja jurnalis tidak hanya menggunakan media konvensional dalam membawakan program acaranya atau dalam menyampaikan ide atau gagasannya, tetapi harus mengikuti perkembangan teknologi menggunakan media digital sesuai dengan perkembangan komunikasi digital saat ini. Penelitian ini lebih menitik beratkan pada jurnalis sebagai host yang bermigrasi sebagai jurnalis konten creator melalui media digital. saat ini para jurnalis lebih memilih menggunakan media digital dengan berbagai multi *platform* dan mekanisme kerja yang lebih interaktif, hal ini tidak saja menyebabkan berubahnya mekanisme kerja program acara jurnalis media konvensional ke new media yang tadinya hanya menggunakan satu stasiun tv tetapi saat ini menggunakan multi media.

Migrasi Jurnalis Konvensional ke *New Media* merupakan sesuatu yang baru dan belum ada penelitian sebelumnya yang meneliti hal ini. Penelitian ini diharapkan, akan menghasilkan kesimpulan jurnalis new media akan menciptakan jurnalis independen. Minim penelitian sebelumnya yang mengkaji migrasi jurnalis Indonesia secara lintas generasi dan lintas platform dalam konteks budaya kerja dan etika profesional. Sebagian besar studi terdahulu (Nasrullah, 2020; Lim, 2021) berfokus pada perubahan teknologi, bukan

identitas profesi jurnalis. Integrasi antara Disruption Theory, Media Convergence, dan Media Dependency jarang digunakan secara simultan dalam studi jurnalisisme Indonesia. Penelitian ini mengisi kekosongan itu dengan memetakan keterkaitan antara transformasi teknologi, adaptasi profesional, dan relasi baru dengan audiens digital. Penelitian menyoroti fenomena baru “jurnalis-kreator” profesi yang memadukan independensi profesional dengan logika algoritmik (Carlson & Lewis, 2020) .

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Jurnalis

2.1.1 Jurnalis Media Konvensional

Dalam tradisi media konvensional, posisi jurnalis menempati peran penting sebagai garda depan penyampai informasi kepada publik. Jurnalis profesional dapat disimpulkan sebagai individu yang memahami tugasnya, memiliki keterampilan (*skills*) untuk melakukan reportase, serta mampu mengolah karya-karya jurnalistik sesuai dengan nilai dan norma yang berlaku. Seorang jurnalis juga dituntut memiliki independensi dari objek liputan dan kekuasaan, berpegang pada hati nurani, serta menjunjung tinggi *Kode Etik Jurnalistik* yang diatur oleh organisasi profesinya. Dengan demikian, profesionalisme seorang jurnalis tidak hanya mencakup aspek teknis, tetapi juga dimensi etis dan moral dalam menjalankan fungsi sosialnya.

Lebih lanjut, wartawan profesional memiliki beberapa karakteristik yang menjadi standar atas profesinya. Pertama, menguasai keterampilan jurnalistik; kedua, menguasai bidang liputannya atau program yang digawanginya; ketiga, memahami dan mematuhi etika jurnalistik; dan keempat, memiliki pengetahuan serta wawasan yang luas (Anwar, 1996). Keempat aspek ini menjadikan jurnalis tidak sekadar penyampai berita, tetapi juga figur intelektual yang berperan menjaga kualitas informasi publik.

Selanjutnya, profesionalisme jurnalis juga ditentukan oleh kualitas hati nurani dan integritas pribadi. Wartawan yang baik, menurut William Randolph Hearst (1961), adalah mereka yang bekerja dengan segenap hati nurani, memenuhi pikiran-pikirannya mengenai kebenaran dan keadilan, serta

menyesuaikan diri pada nilai-nilai tinggi yang telah dibina publik untuk dirinya. Dalam pandangan Duanne Bradley (1996), jurnalis yang baik harus memiliki pengetahuan yang luas, rasa ingin tahu (*sense of knowing*), daya vitalitas tinggi, kemampuan berdebat dan bertukar pikiran (*brainstorming*), keberanian moral, kejujuran, serta kecakapan berbahasa baik lisan maupun tulisan.

Dari pandangan tersebut dapat disimpulkan bahwa jurnalis profesional tidak hanya diukur dari kecakapan teknis dalam mencari dan menulis berita, tetapi juga dari nilai kemanusiaan dan idealisme yang dipegangnya. Minimal terdapat empat syarat utama menjadi wartawan yang baik: (1) tidak pernah berhenti mencari kebenaran, (2) terus maju menghadapi perubahan zaman, (3) menjalankan tugas yang memiliki konsekuensi sosial, dan (4) memelihara kebebasan yang teguh dalam menjalankan profesinya.

Konteks independensi juga menjadi pilar penting dalam jurnalisme konvensional. Pada jurnalis senior dan media arus utama, melekat nilai independen yang berarti kemampuan media memberitakan peristiwa atau fakta sesuai suara hati nurani tanpa intervensi pihak mana pun (Lestari, 2018). Dalam *Kode Etik Jurnalistik Indonesia*, prinsip independensi mengandung makna bahwa jurnalis bebas dari tekanan politik, ekonomi, dan kepentingan kelompok tertentu. Dengan demikian, independensi bukan sekadar posisi netral, tetapi juga bentuk tanggung jawab moral terhadap publik.

Jurnalisme independen merupakan praktik jurnalisme yang dalam peliputan dan penulisan beritanya tidak berpihak kepada siapa pun. Media independen dapat berupa televisi, surat kabar, radio, atau bahkan publikasi berbasis internet, asalkan bebas dari intervensi pemerintah maupun

kepentingan korporasi. Prinsip ini menjadi ciri utama media konvensional yang menjunjung obyektivitas dan kejujuran sebagai fondasi profesionalisme.

Namun, dinamika media digital membawa perubahan besar terhadap konsep independensi ini. Fenomena munculnya *content creator* menjadi bukti bahwa batas antara jurnalisme profesional dan produksi konten publik semakin kabur. Banyak jurnalis senior yang sebelumnya bekerja di media konvensional kini bermigrasi menjadi jurnalis independen berbasis digital, dengan memanfaatkan platform seperti *YouTube*, *Instagram*, *TikTok*, dan *Podcast* untuk menyalurkan gagasan serta liputannya secara langsung kepada audiens.

Content creator sendiri didefinisikan sebagai individu yang membuat konten edukatif atau hiburan sesuai kebutuhan audiens. Konten yang dibuat dapat berupa foto, video, podcast, tulisan, atau karya digital lainnya, yang dibagikan melalui media sosial seperti *YouTube*, *TikTok*, *Instagram*, *Facebook*, atau blog pribadi (Ofiwe, 2021). Dalam konteks migrasi jurnalis, peran *content creator* tidak sekadar hiburan, tetapi juga bentuk baru dari jurnalisme partisipatif dan independen yang menandai pergeseran dari sistem media terpusat menuju ekosistem media yang lebih terbuka dan desentralistik.

Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa jurnalis media konvensional kini menghadapi perubahan besar dalam orientasi dan mekanisme kerjanya. Mereka tidak lagi hanya berfungsi sebagai penyampai informasi dari institusi media besar, tetapi juga sebagai pengelola konten independen yang berinteraksi langsung dengan publik. Transformasi ini menjadi pintu masuk untuk memahami bagaimana proses adaptasi dan migrasi jurnalis ke *new media* menjadi keniscayaan dalam era konvergensi digital.

2.1.2 Jurnalis Konten Kreator

Perkembangan teknologi komunikasi digital telah melahirkan bentuk baru dari profesi jurnalis, yaitu jurnalis konten kreator. Meskipun sering disamakan dengan *content creator* pada umumnya, kedua profesi ini memiliki perbedaan mendasar. Jurnalis konten kreator adalah wartawan profesional yang berpengalaman dalam dunia jurnalistik konvensional, memiliki wawasan luas, serta terikat dengan prinsip kerja jurnanisme yang berbasis etika dan hukum pers. Mereka bukan sekadar pembuat konten hiburan, tetapi produsen informasi yang menyajikan data dan fakta sesuai standar verifikasi jurnalistik serta menjunjung tinggi nilai keberimbangan dan asas praduga tak bersalah.

Dengan demikian, jurnalis konten kreator dapat dipahami sebagai jembatan antara tradisi jurnanisme profesional dan dinamika media digital. Para jurnalis ini tidak meninggalkan nilai-nilai dasar profesinya, tetapi berinovasi dengan memanfaatkan media digital sebagai kanal baru penyampaian informasi. Mereka tetap mengidentifikasi diri sebagai jurnalis, meskipun mengelola konten di platform *YouTube*, *Instagram*, atau *TikTok*, karena seluruh proses produksinya masih berlandaskan etika pers dan tanggung jawab sosial.

Dalam konteks mekanisme kerja, sistem kerja *multiplatform* menjadi strategi yang paling adaptif bagi jurnalis konten kreator. Melalui pendekatan ini, mereka dapat mendistribusikan satu produk jurnalistik ke berbagai kanal media digital tanpa kehilangan substansi profesionalisme. Langkah ini memungkinkan jurnalis untuk memperluas jangkauan audiens, sekaligus mempertahankan idealisme dan integritasnya. Selain memberi peluang diversifikasi konten, *multiplatform journalism* juga membuka sumber pendapatan baru dari iklan

digital dan *viewer engagement*, tanpa harus meninggalkan media arus utama tempat mereka bernaung.

Dengan memanfaatkan sistem kerja seperti ini, jurnalis konten kreator dapat menjaga keseimbangan antara idealisme dan kebutuhan ekonomi. Semakin menarik dan relevan konten yang disajikan, semakin tinggi pula *viewers* dan potensi pendapatan yang dihasilkan. Pola kerja digital juga cenderung lebih efisien dan hemat sumber daya karena tidak memerlukan banyak tenaga pendukung seperti di ruang redaksi konvensional. Hal ini menunjukkan bahwa inovasi teknologi telah mengubah tidak hanya media distribusi, tetapi juga ekosistem produksi berita secara keseluruhan.

Fenomena ini sejalan dengan konsep jurnalisme digital yang disebut sebagai sintesis antara tradisi dan inovasi (Kawamoto, 2003) . Jurnalisme digital menggabungkan prinsip dasar jurnalisme konvensional dengan pemanfaatan teknologi digital dalam produksi dan distribusi informasi. Transformasi ini menjadikan proses penyebaran informasi lebih cepat, interaktif, dan lintas batas. Di sinilah terjadi apa yang disebut sebagai *konvergensi media*, yaitu integrasi berbagai bentuk media seperti teks, audio, dan video dalam satu ruang digital yang sama.

Menurut Marhamah (2021) (Marhamah, 2021), konvergensi media merupakan bagian dari perkembangan teknologi komunikasi di era digital yang menggabungkan media cetak, televisi, telepon, dan komputer menjadi satu sistem informasi terpadu. Proses konvergensi ini turut mengubah tata kelola ruang redaksi (*newsroom management*), karena kerja jurnalistik kini membutuhkan koordinasi lintas platform yang terintegrasi. Sejalan dengan itu, Deuze (2004) (Deuze, 2004) menyebut bahwa jurnalisme di era digital

berkembang menjadi *multimedia journalism* atau *online journalism*, yaitu jurnalisme yang memanfaatkan berbagai format digital untuk memperkaya pengalaman audiens.

Lebih lanjut, Salaverría (2019) (Holton & Belair-Gagnon, 2021) menjelaskan bahwa jurnalisme digital tidak hanya bergantung pada internet, tetapi juga mencakup media televisi dan radio digital yang beroperasi secara real time. Artinya, digitalisasi tidak sekadar mengubah bentuk media ke format bit, tetapi juga mengubah cara hidup dan pola konsumsi informasi masyarakat. Hal ini menjadikan jurnalisme digital sebagai fenomena sosial yang dinamis, di mana media, konten, dan khalayak berinteraksi secara simultan dan saling memengaruhi.

Dengan demikian, karakteristik utama jurnalisme digital terletak pada kemudahan akses dan kecepatan distribusi informasi. Informasi kini dapat diakses kapan saja dan di mana saja, serta memungkinkan interaksi dua arah antara jurnalis dan audiens. Sejalan dengan pendapat Schultz (2005), jurnalisme digital merupakan proses penyampaian informasi yang memadukan teks, audio, dan video, serta memungkinkan pengguna mengakses kembali berita yang telah dipublikasikan. Oleh karena itu, jurnalis konten kreator menjadi representasi nyata dari evolusi profesi jurnalis yang berhasil memadukan nilai profesionalisme klasik dengan strategi komunikasi digital yang inovatif

2.1.3 Konten Kreator Media Digital

Dalam lanskap komunikasi digital modern, muncul profesi baru yang dikenal dengan istilah konten kreator media digital. Berbeda dengan jurnalis

konten kreator yang berasal dari latar belakang jurnalistik profesional, konten kreator media digital tidak selalu memiliki pengetahuan atau keterampilan dalam bidang jurnanisme. Hal ini disebabkan karena produk konten yang dihasilkan bersifat lebih luas dan beragam, mencakup berbagai tema dari hiburan hingga edukasi, serta tidak terbatas pada prinsip-prinsip jurnalistik.

Menurut State of Digital Publishing, konten kreator adalah seseorang yang bertanggung jawab terhadap setiap informasi yang disebarkan melalui media, terutama media digital, dengan tujuan menjangkau audiens tertentu. Sementara itu, HubSpot mendefinisikan konten kreator sebagai individu yang membuat materi digital dengan menambahkan nilai edukasi dan hiburan. Dari berbagai definisi tersebut dapat disimpulkan bahwa konten kreator adalah seseorang yang memproduksi konten edukatif, informatif, atau menghibur sesuai dengan minat audiensnya.

Lebih jauh, karakteristik utama konten kreator terletak pada fleksibilitas platform dan bentuk konten yang dihasilkan. Produk yang dihasilkan dapat berupa foto, video, podcast, tulisan, atau karya digital lainnya, dan dapat disebarluaskan melalui berbagai kanal media sosial seperti *YouTube*, *TikTok*, *Instagram*, *Facebook*, *X (Twitter)*, maupun blog pribadi. Artinya, aktivitas konten kreator bertumpu pada media sosial sebagai platform utama dan pengguna media sosial sebagai audiens utama.

Fenomena meningkatnya jumlah konten kreator di Indonesia menunjukkan besarnya potensi ekosistem digital di tanah air. Berdasarkan data *We Are Social* dan *Hootsuite* (Social & Meltwater, 2024), dari total 274,9 juta penduduk Indonesia, sekitar 170 juta di antaranya merupakan pengguna aktif media sosial. Angka ini mencerminkan pasar domestik yang sangat luas bagi

distribusi konten digital dan sekaligus menandakan meningkatnya *traffic* digital yang berpotensi mendatangkan keuntungan ekonomi bagi para kreator.

Dengan potensi pasar yang besar tersebut, profesi konten kreator kini menuntut kompetensi yang tidak hanya bersifat kreatif, tetapi juga teknis. Pengetahuan yang dibutuhkan mencakup pemahaman tentang produksi media, komunikasi massa, serta teknik distribusi konten. Selain itu, kemampuan untuk menginformasikan dan menghibur audiens melalui beragam format baik tulisan, lisan, maupun visual menjadi keharusan bagi seorang konten kreator profesional.

Dalam konteks keterampilan, konten kreator perlu menguasai kemampuan fotografi dan videografi, *copywriting*, serta pemanfaatan berbagai *tools* pendukung produksi konten digital. Di era digital saat ini, penguasaan *Search Engine Optimization (SEO)* dan *Analytics Tools* menjadi keharusan agar konten dapat menjangkau audiens secara optimal. Selain itu, keterampilan *editing* yang baik turut menentukan kualitas visual dan daya tarik konten yang dipublikasikan.

Tidak hanya itu, kesuksesan seorang konten kreator juga ditentukan oleh kemampuan konseptual dan manajerial. Kreator yang baik harus mampu mengembangkan ide kreatif secara konsisten, memiliki kemampuan riset untuk memahami tren serta kebutuhan audiens, dan mampu berkomunikasi secara efektif dengan pengikutnya. Manajemen waktu, kolaborasi tim, serta disiplin dalam memproduksi konten juga menjadi faktor pendukung utama keberlanjutan karier seorang konten kreator di era digital.

Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa konten kreator media digital merupakan profesi yang lahir dari dinamika kemajuan teknologi komunikasi

dan perubahan perilaku konsumsi media masyarakat. Mereka menjadi bagian penting dari ekosistem informasi modern yang lebih terbuka, partisipatif, dan berorientasi pada interaksi langsung dengan audiens. Berbeda dengan jurnalis konvensional, konten kreator menekankan kreativitas dan personalisasi sebagai modal utama dalam membangun kredibilitas dan eksistensi di ruang digital.

2.2 Migrasi Jurnalis

Fenomena migrasi jurnalis menjadi salah satu indikator utama perubahan dalam ekosistem media digital. Migrasi dalam konteks komunikasi dapat dipahami sebagai perpindahan pola kerja dari sistem konvensional menuju sistem kerja berbasis multimedia atau *new media*. Perpindahan ini bukan hanya bersifat teknologis, tetapi juga mencakup transformasi paradigma kerja, pola pikir, serta cara berinteraksi dengan audiens. Migrasi jurnalis menggambarkan bentuk adaptasi profesional terhadap kemajuan teknologi yang mengubah struktur produksi, distribusi, dan konsumsi informasi di masyarakat.

Lebih jauh, banyak faktor yang mendorong jurnalis baik dari level junior hingga senior untuk melakukan migrasi. Faktor tersebut dapat meliputi kebutuhan untuk tetap relevan di tengah disrupsi media, keinginan untuk memperluas jangkauan audiens, hingga motivasi untuk memperoleh otonomi kerja yang lebih besar. Dalam banyak kasus, migrasi juga terjadi sebagai strategi eksistensial agar jurnalis tidak kehilangan posisi dan pengaruh di tengah kompetisi industri media digital yang semakin ketat.

Migrasi jurnalis ke platform digital juga sering kali disertai dengan dorongan untuk menjadi lebih independen. Jurnalis senior yang memiliki reputasi dan pengalaman luas cenderung memanfaatkan peluang yang ditawarkan oleh *new media* untuk membangun kanal informasi sendiri, baik dalam bentuk portal berita digital, kanal *YouTube*, maupun program podcast. Dengan demikian, migrasi bukan hanya perpindahan media kerja, melainkan juga pergeseran posisi jurnalis dari pekerja institusional menjadi produsen informasi yang lebih otonom dan berdaya.

Namun demikian, meskipun terjadi perubahan dalam bentuk media dan mekanisme kerja, nilai-nilai dasar profesi jurnalistik tetap menjadi fondasi utama. Dalam hal ini, melekat prinsip independensi jurnalis, yaitu kemampuan untuk memberitakan fakta sesuai dengan hati nurani tanpa intervensi pihak mana pun. Menurut *Kode Etik Jurnalistik Indonesia*, independensi menjadi landasan moral bagi setiap jurnalis agar tetap menjaga kebenaran, akurasi, dan keadilan dalam penyajian berita.

(Kuen, 2019) menegaskan bahwa *jurnalisme independen* merupakan praktik jurnalistik yang dalam peliputan dan penulisannya tidak berpihak pada kepentingan tertentu. Media independen dapat berwujud apa saja—televisi, surat kabar, radio, maupun media berbasis internet—selama tetap bebas dari pengaruh politik, ekonomi, atau korporasi. Dalam konteks migrasi ke *new media*, independensi menjadi semakin penting karena jurnalis kini beroperasi di ruang digital yang terbuka, partisipatif, dan penuh dengan intervensi algoritmik maupun tekanan pasar.

Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa migrasi jurnalis ke *new media* bukanlah sekadar perpindahan teknologi, melainkan juga proses redefinisi peran dan nilai profesionalisme jurnalis di era digital. Migrasi membuka peluang bagi jurnalis untuk menjadi lebih mandiri dan inovatif, tetapi sekaligus menantang mereka untuk mempertahankan prinsip independensi dan integritas di tengah ekosistem media baru yang sarat dengan dinamika dan kepentingan komersial.

2.3. Media Konvensional dan New Media

2.3.1 Media Konvensional

Media konvensional merupakan bentuk awal dari sistem komunikasi massa yang berfungsi sebagai sarana utama penyebaran informasi sebelum hadirnya era digital. Secara umum, media konvensional mencakup proses produksi dan penyimpanan data atau informasi yang dibagi menjadi dua kategori utama, yaitu media elektronik seperti televisi dan radio, serta media cetak seperti koran, majalah, dan tabloid (Ramsiah, 2020). Dalam praktiknya, jurnalisme konvensional berpedoman pada prinsip dasar 5W+1H (*what, where, when, who, why, how*), yang menjadi fondasi utama dalam peliputan dan penyajian berita. Prinsip ini menegaskan bahwa jurnalis konvensional berfokus pada akurasi, kelengkapan, dan kecepatan dalam menyampaikan informasi kepada publik.

Lebih lanjut, dalam perspektif komunikasi massa, media konvensional dipahami sebagai bagian dari sistem media lama (*old media*) yang oleh Straubhaar dan LaRose (Straubhaar, Joseph and LaRose, 2006) diposisikan sebagai instrumen penting dalam membentuk opini publik dan perilaku sosial. Media ini berfungsi tidak hanya sebagai saluran informasi, tetapi juga sebagai

lembaga sosial yang berperan dalam proses pendidikan, kontrol sosial, serta pembentukan budaya masyarakat. Surat kabar, radio, dan televisi memiliki pengaruh besar dalam menanamkan nilai-nilai sosial, politik, dan ekonomi yang beroperasi dalam ruang publik. Sejalan dengan pandangan ini, Basuki Agus Suparno (Basuki, 2016) menjelaskan bahwa studi terhadap media lama sering menyoroti hubungannya dengan kekuatan sosial masyarakat, terutama dalam konteks fungsi informatif, edukatif, dan kontrol sosial.

Dalam perkembangan berikutnya, media konvensional juga dikenal sebagai *mainstream media* atau media arus utama yang telah memiliki struktur organisasi profesional, sistem kerja terstandar, dan etika jurnalistik yang mapan. Menurut Ksandi (2023), karakteristik utama media konvensional mencakup lima aspek penting. Pertama, profesionalisme dan etika media ini dioperasikan oleh organisasi berita profesional yang memiliki standar etik ketat serta melakukan verifikasi informasi sebelum publikasi. Kedua, keandalan sumber setiap berita bersumber dari narasumber yang telah diverifikasi dan dipercaya. Ketiga, kontrol redaksional redaksi memiliki kewenangan penuh terhadap isi berita yang diterbitkan, guna menjaga keseimbangan dan akurasi. Keempat, jangkauan luas media seperti televisi, surat kabar, dan radio memiliki kemampuan menjangkau audiens beragam di seluruh lapisan masyarakat. Kelima, konteks mendalam media konvensional biasanya menyajikan berita dengan analisis dan latar belakang yang komprehensif.

Dari berbagai bentuk media konvensional yang ada, penelitian ini berfokus pada media televisi. Televisi dipilih karena perannya yang dominan dalam membentuk persepsi publik dan menjadi medium utama jurnalis profesional sebelum era digitalisasi. Seperti dijelaskan oleh Morrisson

(Morissan, 2011), stasiun televisi setiap harinya menayangkan beragam program dengan format yang bervariasi sesuai kebutuhan audiens. Program televisi menjadi elemen paling penting dalam mendukung keberlangsungan finansial lembaga penyiaran karena berfungsi menarik dan mempertahankan perhatian pemirsa.

Selain itu, program televisi juga menggambarkan karakter jurnalisme konvensional yang berorientasi pada struktur konten yang terorganisasi. Morissan (Morissan, 2011) membagi jenis program televisi menjadi tiga kategori utama:

- a. Berita Keras (*Hard News*) – yaitu informasi penting yang harus segera disampaikan kepada publik karena bersifat mendesak dan aktual. Bentuknya meliputi *straight news*, *feature*, dan *infotainment*.
- b. Berita Lunak (*Soft News*) – yaitu berita yang bersifat mendalam (*in-depth*) dan tidak harus disajikan secara segera. Jenisnya antara lain *current affair*, *magazine*, *dokumenter*, dan *talk show*.
- c. Program Hiburan (*Entertainment Program*) – yaitu siaran yang bertujuan menghibur audiens dalam bentuk drama, permainan (*game show*), musik, dan pertunjukan lainnya.

Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa media konvensional, khususnya televisi, berperan sebagai lembaga komunikasi massa yang terstruktur, profesional, dan berorientasi pada penyampaian informasi yang kredibel dan terverifikasi. Sistem kerja redaksional yang ketat serta kode etik yang dijunjung tinggi menjadikan media konvensional sebagai fondasi awal dari perkembangan media digital saat ini. Pemahaman terhadap karakteristik dan

sistem kerja media konvensional menjadi penting karena menjadi titik tolak untuk memahami proses migrasi dan adaptasi jurnalis ketika menghadapi tantangan dan peluang dalam era *new media*.

2.3.2. New Media (Media Digital)

Perkembangan teknologi komunikasi telah melahirkan era baru dalam penyebaran informasi yang dikenal sebagai media digital atau new media. Istilah ini berasal dari dua kata, yakni *media* dan *digital*. Kata *media* sendiri berasal dari bahasa Latin *medium* yang berarti perantara atau sarana untuk menyampaikan pesan, sedangkan *digital* berasal dari kata *digitus* dalam bahasa Yunani yang berarti jari jemari, namun dalam konteks modern, istilah ini identik dengan teknologi internet. Dengan demikian, media digital dapat dipahami sebagai media berbasis teknologi komputerisasi yang menggabungkan teks, gambar, grafik, suara, animasi, dan video untuk menyampaikan pesan kepada publik dengan cara yang interaktif dan menarik (Munir, 2013).

Lebih jauh, bentuk dan ragam media digital kini sangat beragam sesuai kebutuhan pengguna dan perkembangan teknologi. Pertama, situs web, yang berfungsi sebagai platform informasi, bisnis, maupun pendidikan, baik dalam bentuk statis maupun dinamis. Kedua, media sosial, seperti Facebook, Instagram, Twitter (X), dan LinkedIn, yang menjadi wadah utama untuk berjejaring, berbagi konten, serta membangun komunikasi dua arah secara real-time. Ketiga, aplikasi mobile, yang memberikan kemudahan akses melalui perangkat pintar seperti smartphone dan tablet, mencakup aplikasi perbankan, pendidikan, hiburan, dan lainnya. Keempat, platform streaming, yang

memungkinkan pengguna menikmati konten video dan audio secara *on-demand*, mengubah cara konsumsi hiburan dan pendidikan masyarakat.

Selain itu, perkembangan media digital juga mencakup bentuk-bentuk lain yang semakin luas penggunaannya. Misalnya, e-books dan publikasi digital, yang mempermudah distribusi bahan bacaan dalam bentuk elektronik; e-learning, yang mengubah paradigma pembelajaran menjadi lebih fleksibel dan daring; e-commerce, yang memungkinkan transaksi jual-beli secara digital; serta podcast dan radio digital, yang menghadirkan format audio interaktif dengan berbagai topik menarik, mulai dari edukasi hingga hiburan (Vida, 2024).

Beralih dari bentuk ke karakteristik, media digital memiliki ciri khas yang membedakannya dari media tradisional. Salah satu karakteristik paling menonjol adalah interaktivitas, di mana pengguna tidak lagi menjadi penerima pasif, melainkan dapat merespons, mengomentari, dan berbagi konten. Kedua, aksesibilitas, karena media digital dapat diakses kapan pun dan di mana pun dengan koneksi internet. Ketiga, multimedia, yaitu kemampuan untuk menggabungkan teks, gambar, suara, dan video dalam satu platform. Keempat, kecepatan distribusi, yang memungkinkan informasi tersebar secara global dalam hitungan detik. Terakhir, personalisasi konten, yang memungkinkan sistem menyesuaikan informasi sesuai minat pengguna melalui algoritma data (Vida, 2024).

Perubahan ini menunjukkan bahwa perkembangan teknologi komunikasi telah membawa konsekuensi besar terhadap cara masyarakat memperoleh dan mendistribusikan informasi. Dulu, sumber informasi hanya terbatas pada surat kabar, televisi, dan radio; kini, seluruh informasi dapat diakses dengan mudah melalui perangkat digital yang terkoneksi internet. Dengan kata lain,

media digital merupakan hasil evolusi logis dari media konvensional menuju ekosistem komunikasi yang lebih cepat, fleksibel, dan terbuka.

Dalam konteks akademik, Rahmanita Ginting dkk. (2021) (Ginting et al., 2021) menjelaskan bahwa *media baru* adalah media berbasis teknologi daring yang berkarakter fleksibel, interaktif, serta dapat berfungsi secara publik maupun privat. Dengan demikian, istilah *new media* secara harfiah mengacu pada alat komunikasi baru yang digunakan oleh komunikator untuk menyampaikan pesan kepada komunikan melalui jaringan internet. Kehadiran media baru inilah yang menandai pergeseran besar dalam budaya komunikasi manusia modern dari model satu arah menjadi dua arah yang partisipatif dan kolaboratif.

Selanjutnya, media baru juga membawa paradigma baru dalam produksi, distribusi, dan konsumsi informasi. Jika media lama bersifat sentralistik dan linear, maka *new media* bersifat desentralistik, terbuka, dan partisipatif. Dalam pengertian ini, media baru tidak hanya menjadi alat komunikasi, tetapi juga wadah bagi ekspresi diri, kolaborasi sosial, dan pembentukan opini publik secara cepat.

Beberapa karakteristik fundamental new media dapat dijelaskan lebih lanjut. Pertama, digitalisasi, yaitu proses di mana seluruh bentuk informasi diubah menjadi format digital. Fenomena ini menciptakan budaya baru yang dikenal sebagai *digital culture*, di mana aktivitas sosial dan ekonomi semakin bergantung pada teknologi digital. Kedua, konvergensi, yaitu penggabungan berbagai bentuk media cetak, radio, televisi, dan internet ke dalam satu ekosistem terpadu. Konvergensi memungkinkan masyarakat mengakses

berbagai layanan komunikasi melalui satu perangkat yang sama, memperkuat efisiensi dan kecepatan penyebaran informasi.

Ketiga, interaktivitas menjadi ciri penting lain dari media baru. Dalam konteks ini, komunikasi tidak lagi berjalan satu arah, melainkan berbentuk umpan balik (*feedback loop*) antara pengguna dan media. Tingkat interaktivitas dapat diukur dari beberapa dimensi: kompleksitas pilihan informasi, besaran usaha pengguna dalam mengakses pesan, tingkat respon media terhadap pengguna, serta kemampuan media dalam memfasilitasi komunikasi antarpengguna. Semakin tinggi interaktivitas suatu media, semakin kuat pula partisipasi khalayak dalam membentuk isi pesan.

Keempat, media baru juga memiliki sifat *virtuality* dan *hypertextuality*. *Virtuality* mengacu pada kemampuan media menghadirkan ruang interaksi maya yang seolah-olah nyata, memungkinkan pengguna “bertemu” dan berkomunikasi secara virtual. Sementara *hypertextuality* menandai sifat khas konten digital yang saling terhubung melalui tautan (*hyperlink*) baik internal maupun eksternal, menjadikan informasi lebih dinamis dan mudah diakses lintas platform (Castells, 2009) .

Terakhir, dalam era komunikasi digital, masyarakat modern juga ditandai oleh terbentuknya struktur sosial baru yang berbasis jaringan. Castells (Castells, 2005) menyebut fenomena ini sebagai *network society*, yaitu tatanan sosial di mana hubungan antarmanusia dan organisasi dimediasi oleh teknologi digital. Jaringan sosial digital bukan sekadar alat interaksi, melainkan telah menjadi bentuk organisasi sosial baru yang mengelola informasi dan membentuk dinamika sosial secara global.

Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa media digital merupakan bentuk evolusi dari media konvensional yang ditandai oleh digitalisasi, interaktivitas, dan konvergensi teknologi komunikasi. Kehadiran media baru tidak hanya mengubah cara masyarakat memperoleh informasi, tetapi juga mendefinisikan ulang peran jurnalis, audiens, serta struktur industri media secara keseluruhan. Pemahaman atas karakteristik dan dinamika *new media* ini menjadi penting sebagai dasar analisis fenomena migrasi jurnalis dari media konvensional menuju media digital yang menjadi fokus penelitian ini.

2.3.3 Jejak Sejarah New Media

Perjalanan panjang menuju era *new media* tidak terjadi secara tiba-tiba, melainkan melalui proses evolusi komunikasi manusia yang kompleks dan berlapis-lapis. Profesor Everett M. Rogers (1931–2004), seorang ahli teori komunikasi dan sosiolog Amerika yang dikenal melalui *Teori Difusi Inovasi*, menjelaskan bahwa perkembangan media dapat ditelusuri melalui beberapa tahapan historis yang mencerminkan kemajuan teknologi, sosial, dan budaya manusia.

Tahap pertama adalah Era Tulisan, yang muncul sekitar 4000 SM. Pada masa ini, manusia mulai mengembangkan sistem komunikasi melalui simbol dan tulisan di atas media alami seperti tanah liat, batu, kulit kayu, dan daun. Peradaban Sumeria dianggap sebagai pelopor sistem tulisan ini. Inovasi tersebut kemudian menyebar ke Tiongkok sekitar tahun 1041 M dengan ditemukannya alat cetak huruf di atas kertas, dan berkembang lagi di Korea pada tahun 1241 dengan inovasi huruf logam cetak yang lebih efisien. Dengan demikian, era tulisan menjadi fondasi awal komunikasi tertulis, yang memungkinkan manusia mendokumentasikan dan menyebarkan pengetahuan

lintas generasi hingga kini, meski dalam bentuk dan teknologi yang semakin modern.

Perkembangan berikutnya menandai lahirnya Era Cetak. Transformasi besar ini terjadi ketika Johannes Gutenberg, seorang berkebangsaan Jerman, menemukan mesin cetak atau *printing press*. Penemuan tersebut membuka babak baru dalam penyebaran informasi, meskipun pada awalnya masih terbatas pada kalangan tertentu karena tingkat literasi masyarakat yang rendah. Tahun 1833 menjadi tonggak penting dengan terbitnya surat kabar The New York Sun, yang merupakan surat kabar pertama di Amerika Serikat yang dicetak secara massal. Kehadiran teknologi cetak juga melahirkan bentuk komunikasi visual melalui fotografi, seperti yang diperkenalkan oleh Daguerre pada tahun 1839. Sejak saat itu, media cetak berkembang pesat dalam bentuk surat kabar, tabloid, majalah, dan buletin yang menjadi sumber utama informasi masyarakat modern.

Tahap selanjutnya adalah Era Telekomunikasi, yang menandai kemunculan teknologi yang mampu menembus batas ruang dan waktu dalam pertukaran informasi. Era ini dimulai dengan penemuan telegraf oleh Samuel Morse, yang memungkinkan pengiriman pesan jarak jauh melalui kabel elektronik antara Baltimore dan Washington DC. Penemuan ini menjadi cikal bakal lahirnya teknologi komunikasi lain seperti telepon, radio, dan televisi. Rogers mendefinisikan era ini sebagai fase ketika teknologi komunikasi mulai berfungsi bukan hanya sebagai alat, tetapi juga sebagai sistem sosial yang mengatur bagaimana individu mengumpulkan, memproses, dan menukar informasi. Dengan demikian, era telekomunikasi menjadi jembatan antara

komunikasi tradisional dan modern, yang mempercepat integrasi masyarakat global.

Memasuki era berikutnya, yaitu Era Interaktif, teknologi komunikasi mencapai bentuk yang semakin kompleks dengan penggabungan antara komputer dan telekomunikasi. Tonggak awalnya terjadi pada tahun 1946 ketika Universitas Pennsylvania mengembangkan ENIAC (Electronic Numeric Integrator and Computer) untuk kebutuhan militer Amerika Serikat. Inovasi ini diikuti oleh penemuan transistor oleh William Shockley, John Bardeen, dan Walter Brattain pada tahun 1947, yang menggantikan tabung hampa dan memungkinkan miniaturisasi perangkat elektronik. Puncak dari era interaktif ini terjadi pada tahun 1990, ketika Tim Berners-Lee memperkenalkan World Wide Web (WWW) —sebuah sistem jaringan global yang memungkinkan koneksi antar komputer di seluruh dunia. Inilah fase yang menandai kelahiran media baru atau media digital, di mana informasi mulai diproduksi dan disebarluaskan melalui berbagai *multiplatform* seperti mesin pencari (*search engine*), YouTube, TikTok, Instagram, dan aplikasi digital lainnya.

Perkembangan media baru ini tidak hanya bersifat teknologis, tetapi juga membawa implikasi sosial dan budaya yang signifikan. Harengel dan Haxhixhemajl (Harengel, 2011) menjelaskan bahwa difusi logika jaringan (*network logic*) telah memodifikasi proses produksi, pengalaman, dan budaya masyarakat secara substansial. Artinya, media tidak lagi berfungsi sekadar sebagai alat komunikasi, tetapi juga sebagai infrastruktur sosial yang mengatur hubungan kekuasaan, ekonomi, dan interaksi budaya di era digital.

Dalam konteks yang lebih luas, Manuel Castells (Castells, 2005) memperkenalkan konsep *network society* atau masyarakat jaringan. Menurut

Castells, jaringan (network) merupakan unit dasar dari struktur sosial masyarakat modern. Berbeda dengan pandangan klasik yang melihat masyarakat sebagai kumpulan individu atau kelompok statis, Castells menekankan bahwa dalam masyarakat digital, kekuatan dan informasi mengalir melalui jaringan global yang bersifat dinamis dan terhubung lintas batas geografis. Dalam pandangannya, *space of flows*—ruang arus informasi—menjadi elemen sentral dalam membentuk tatanan sosial baru, di mana kekuasaan tidak lagi terpusat pada wilayah geografis, melainkan tersebar dalam jejaring komunikasi global.

Sementara itu, Van Dijk (Dijk, 1991) memberikan perspektif yang lebih moderat terhadap konsep masyarakat jaringan. Ia berpendapat bahwa meskipun jaringan menjadi mekanisme utama penghubung antarindividu dan institusi, unit dasar masyarakat masih tetap individu, kelompok, organisasi, dan komunitas. Namun, unit-unit tersebut kini semakin bergantung pada teknologi jaringan untuk bertukar informasi dan mengorganisir aktivitas sosial. Dengan kata lain, Van Dijk melihat masyarakat jaringan sebagai bentuk transisi antara masyarakat informasi dan masyarakat digital, di mana teknologi tidak hanya memediasi komunikasi, tetapi juga membentuk struktur sosial itu sendiri.

Kedua pandangan tersebut menunjukkan bahwa era media baru tidak hanya diwarnai oleh perubahan teknologi, tetapi juga oleh transformasi struktur sosial, ekonomi, dan budaya. Castells menegaskan bahwa faktor budaya, ekonomi, dan politik turut membentuk dinamika masyarakat jaringan, sementara Van Dijk menyoroti pentingnya peran manusia dalam mengendalikan teknologi agar tetap berorientasi pada nilai-nilai sosial. Dalam

konteks ini, new media menjadi ruang interaksi baru yang memadukan dimensi teknologi dan kemanusiaan secara simultan.

Dengan demikian, jejak sejarah new media memperlihatkan kesinambungan yang kuat antara evolusi teknologi komunikasi dan perubahan sosial manusia. Dari era tulisan hingga era digital, setiap fase membawa implikasi terhadap cara manusia berinteraksi, memproduksi pengetahuan, dan membangun jejaring sosial. Pemahaman historis ini menjadi dasar penting untuk menelaah fenomena migrasi jurnalis dari media konvensional ke media digital sebuah fenomena kontemporer yang merefleksikan kelanjutan dari proses panjang transformasi komunikasi manusia.

2.3.4. Sisi Positif dan Negatif Media Konvensional dan New Media

Perkembangan teknologi komunikasi membawa perubahan mendasar terhadap karakter dan fungsi media, baik konvensional maupun digital. Untuk memahami perbedaan keduanya secara komprehensif, perlu dikaji sisi positif dan negatif dari masing-masing jenis media, terutama dalam konteks pengaruhnya terhadap praktik jurnalistik dan pola konsumsi informasi publik.

a. Sisi Positif Media Konvensional

Media massa atau media konvensional, menurut Hafied Cangara (Cangara, 2010), merupakan alat penyebar informasi dari komunikator kepada khalayak melalui sarana seperti radio, televisi, surat kabar, dan media cetak lainnya. Seiring waktu, bentuk media ini dikenal sebagai *media konvensional* karena memiliki standar akurasi berita yang tinggi serta berperan penting sebagai sumber rujukan informasi yang kredibel.

Selain berfungsi menyebarkan informasi, media konvensional juga memiliki kemampuan membentuk opini publik dan memengaruhi cara pandang

masyarakat terhadap isu-isu sosial dan politik. Dengan demikian, sisi positif utama dari media konvensional terletak pada akurasi, validitas, dan tanggung jawab etis dalam proses pemberitaan. Media konvensional menjadi rujukan utama bagi masyarakat karena memiliki mekanisme kerja yang ketat dalam proses verifikasi dan redaksional.

Keunggulan tersebut tidak lepas dari peran jurnalis profesional yang terlatih dan berpendidikan, serta berpedoman pada Kode Etik Jurnalistik. Mereka bekerja berdasarkan prinsip verifikasi, keberimbangan, dan tanggung jawab moral terhadap publik. Oleh sebab itu, media konvensional berfungsi sebagai penjaga kebenaran (*watchdog*) dan garda depan informasi valid bagi masyarakat luas.

Menurut Cangara (2010, p.126), terdapat lima karakteristik utama media konvensional, yaitu: (1) bersifat melembaga dan terikat pada aturan hukum penyiaran; (2) bersifat satu arah tanpa interaksi langsung dengan khalayak; (3) menjangkau wilayah luas secara serempak; (4) menggunakan perangkat teknis seperti frekuensi, satelit, dan peralatan produksi; serta (5) bersifat terbuka bagi semua lapisan masyarakat.

Meskipun dikenal sebagai media tradisional, media konvensional tidak sepenuhnya tertinggal. Sejalan dengan perkembangan teknologi digital, banyak lembaga media konvensional yang mengadopsi platform digital seperti *live streaming*, kanal YouTube, dan media sosial untuk memperluas jangkauan audiens. Strategi ini merupakan bentuk konvergensi media, yaitu penggabungan antara sistem penyiaran tradisional dengan teknologi digital (Permana, 2019).

Kaplan dan Haenlein mengelompokkan enam jenis media sosial yang kini juga digunakan oleh media konvensional dalam memperluas interaksi dengan khalayak, yakni:

1. *Collaborative Projects* (Wikipedia, Reddit, Goodreads),
2. *Blogs and Microblogs* (WordPress, Twitter, Tumblr, Kaskus),
3. *Content Communities* (YouTube, Flickr),
4. *Social Networking Sites* (Facebook, LinkedIn, Instagram),
5. *Virtual Game Worlds* (beragam permainan daring berbasis avatar), dan
6. *Virtual Social Worlds* (platform tiga dimensi untuk interaksi virtual).

Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa media konvensional tetap memiliki sisi positif yang kuat, terutama dalam hal kredibilitas dan tanggung jawab sosial, sekaligus mampu beradaptasi dengan teknologi baru melalui konvergensi digital. (Kaplan, A. M., & Haenlein, 2010)

b. Sisi Negatif Media Konvensional

Walaupun media konvensional memiliki reputasi tinggi dalam hal akurasi dan etika, bukan berarti sepenuhnya bebas dari sisi negatif. Dalam konteks tertentu, media ini dapat menimbulkan kesalahpahaman publik akibat framing berita, bias pemberitaan, atau manipulasi opini yang tidak disadari oleh audiens dengan tingkat literasi media yang rendah.

Selain itu, sifat media konvensional yang satu arah juga dapat membatasi partisipasi publik. Khalayak hanya berperan sebagai penerima informasi tanpa kesempatan untuk merespons secara langsung. Hal ini berbanding terbalik dengan karakter media digital yang bersifat interaktif.

Meskipun demikian, sisi negatif media konvensional cenderung lebih bersifat *keterbatasan struktural* daripada kesalahan sistemik. Dalam hal ini,

media sosial sering kali berperan sebagai pelengkap yang mendistribusikan ulang konten media konvensional agar dapat menjangkau khalayak lebih luas.

c. Dampak Positif Media Digital

Berbeda dengan media konvensional, media digital menawarkan kecepatan, aksesibilitas, dan efisiensi tinggi dalam penyebaran informasi. Teknologi digital melalui perangkat seperti laptop, ponsel, dan tablet memungkinkan pengguna mengakses informasi kapan pun dan di mana pun tanpa batas ruang dan waktu.

Dampak positif media digital antara lain adalah meningkatnya demokratisasi informasi, karena setiap individu kini dapat menjadi produsen sekaligus konsumen berita. Arus informasi global mengalir secara cepat, dan masyarakat memiliki kesempatan yang sama untuk memperoleh pengetahuan dari berbagai belahan dunia.

Selain itu, media digital memfasilitasi interaktivitas antara jurnalis dan audiens. Publik dapat memberikan umpan balik langsung melalui komentar, *likes*, atau *shares*, yang memperkuat hubungan dua arah dalam proses komunikasi massa. Dengan demikian, media digital memperluas ruang partisipasi publik dan memperkaya dinamika komunikasi modern.

d. Sisi Negatif Media Digital

Namun, di balik kemudahan dan kecepatan yang ditawarkan, media digital juga membawa sejumlah dampak negatif yang perlu diwaspadai. Ketika ruang publik dipenuhi oleh informasi tanpa filter, banjir informasi (*information overload*) dan penyebaran berita palsu (*hoaks*) menjadi masalah serius.

Kementerian Komunikasi dan Informatika (Kominfo) mencatat bahwa salah satu dampak terbesar media digital adalah penyebaran informasi palsu (*fake news*) dan informasi keliru (*false news*) yang dapat menimbulkan disinformasi masif di masyarakat. Selain itu, media digital juga menjadi ruang subur bagi tindakan kekerasan daring (*cyberbullying*), penipuan digital (*cyber fraud*), pornografi, ujaran kebencian, hingga perjudian daring (Kominfo.go.id) (dan Informatika Republik Indonesia, 2024).

Kondisi ini memperlihatkan paradoks media digital: di satu sisi mempercepat arus informasi, namun di sisi lain dapat menurunkan kualitas kebenaran informasi akibat lemahnya proses verifikasi. Oleh karena itu, literasi digital menjadi aspek penting dalam mengimbangi kecepatan teknologi agar tidak menimbulkan dampak destruktif bagi masyarakat.

e. Sintesis dan Relevansi

Dari uraian di atas dapat disimpulkan bahwa baik media konvensional maupun media digital memiliki keunggulan dan kelemahan masing-masing. Media konvensional unggul dalam akurasi, etika, dan kredibilitas, sedangkan media digital menonjol dalam kecepatan, jangkauan, dan interaktivitas. Namun, pergeseran ke era digital menuntut adanya keseimbangan antara kecepatan informasi dan tanggung jawab etis, terutama dalam konteks jurnalisme.

Bagi jurnalis masa kini, tantangannya bukan hanya mempertahankan standar profesionalisme seperti yang ada pada media konvensional, tetapi juga mampu beradaptasi dengan logika dan dinamika media digital tanpa kehilangan prinsip kebenaran dan independensi. Inilah tantangan utama yang menjadi fokus penelitian ini, yakni bagaimana jurnalis bermigrasi dan beradaptasi dari media konvensional ke *new media* dalam era disrupsi digital.

2.3.5. Konstruksi New Media

Perkembangan *new media* tidak hanya membawa perubahan dalam hal teknologi dan distribusi informasi, tetapi juga membentuk ulang cara manusia memahami, memaknai, dan mengonstruksi realitas sosial. Dalam konteks inilah, pemahaman mengenai konstruksi media baru menjadi penting untuk menjelaskan bagaimana proses komunikasi digital bekerja dan bagaimana masyarakat meresponsnya.

Menurut Redi Panuju dalam bukunya *Sistem Penyiaran Indonesia: Sebuah Kajian Strukturalisme Fungsional* (Panuju, 2015), karakteristik informasi pada media baru berbeda secara fundamental dari media konvensional. Dalam media baru, tidak ada lagi konsep *real messages* atau pesan yang benar-benar tunggal dan final. Yang ada hanyalah *signal* atau sinyal yang ditangkap oleh penerima, yang kemudian diolah melalui proses *encoding* dan *decoding* sesuai dengan kemampuan dan pengalaman masing-masing individu.

Pandangan ini menandai pergeseran paradigma komunikasi dari model linear menjadi model partisipatif, di mana makna tidak lagi ditentukan secara sepihak oleh pengirim pesan, tetapi dinegosiasikan secara aktif oleh penerima dalam ruang digital yang terbuka.

Lebih lanjut, perkembangan media baru membuat teknologi menjadi bagian integral dari proses penyampaian informasi. Media tidak lagi sekadar sarana penyampai pesan, melainkan juga aktor dalam proses produksi dan penyimpanan informasi. Teknologi digital memungkinkan setiap individu untuk mengakses, menyimpan, dan membagikan informasi kapan pun dan di mana pun melalui perangkat yang terhubung ke jaringan internet.

Akibatnya, fungsi kontrol terhadap informasi menjadi terdistribusi tidak lagi terpusat pada lembaga media besar, melainkan tersebar di antara pengguna individu dalam ekosistem digital yang saling terkoneksi.

Dari sisi *interface* atau antarmuka, media baru juga membawa perubahan dalam pola komunikasi. Jika media konvensional bersifat satu arah (*one-way communication*), maka media baru memungkinkan komunikasi dua arah bahkan multi-arah yang interaktif. Selain menjadi sarana komunikasi, media baru juga berfungsi sebagai ruang penyimpanan (*arsip*) yang dapat diakses secara terbuka oleh publik.

Dengan demikian, media digital mengaburkan batas antara produsen dan konsumen informasi, sekaligus memperluas fungsi media sebagai *arsip sosial* yang dinamis dan inklusif.

Dalam perspektif *new media*, konsep arsip tidak lagi terbatas pada kumpulan teks tertulis, tetapi meluas hingga mencakup berbagai bentuk data seperti gambar, video, dan suara. Interaktivitas yang tinggi memungkinkan individu untuk menghadirkan diri secara virtual melalui fitur teknologi komunikasi seperti *video conference*, *webcam*, atau *live streaming*. Contohnya, pada platform media sosial seperti Instagram, fitur *siaran langsung* memungkinkan komunikator untuk berinteraksi secara real-time dengan audiensnya.

Fenomena ini menunjukkan bahwa batas antara ruang publik dan privat semakin kabur, sementara pengalaman komunikasi menjadi lebih personal dan partisipatif.

Dari sisi simulasi (*simulation*), pandangan Jean Baudrillard memberikan dimensi filosofis dalam memahami realitas media baru. Baudrillard

berpendapat bahwa media bukan lagi sekadar cerminan realitas, melainkan telah menjadi realitas itu sendiri, bahkan dalam beberapa hal lebih nyata daripada dunia nyata (Ritzer & Goodman, 2004).

Artinya, masyarakat kini hidup dalam tatanan *hiperrealitas*, di mana representasi digital mampu menggantikan pengalaman langsung dan membentuk persepsi kolektif baru mengenai kebenaran.

Pemikiran tersebut sejalan dengan pandangan Peter L. Berger dan Thomas Luckmann dalam karya klasik *The Social Construction of Reality* (Peter L. Berger, 1966), yang menyatakan bahwa realitas sosial dibentuk melalui proses interaksi dan negosiasi makna antarmanusia. Realitas tidak bersifat objektif, melainkan hasil konstruksi sosial yang terus berkembang sesuai dengan pengalaman, konteks, dan pengetahuan masyarakat.

Dalam konteks media digital, proses konstruksi ini semakin kompleks karena berlangsung secara simultan di ruang daring (online) dengan jangkauan global dan kecepatan tinggi.

Menafsirkan gagasan Berger dan Luckmann, Eriyanto (Eriyanto, 2001) menjelaskan bahwa pengalaman sosial, pendidikan, dan lingkungan individu sangat memengaruhi cara seseorang menafsirkan realitas. Setiap individu membawa kerangka sosial yang berbeda, sehingga ketika berinteraksi dalam ruang media digital, interpretasi terhadap suatu peristiwa bisa sangat beragam.

Hal ini menunjukkan bahwa media, sebagai kumpulan individu dengan latar belakang sosial yang beragam, tidak bersifat pasif, melainkan menjadi subjek aktif dalam membentuk dan memaknai realitas sosial.

Sebagai representasi masyarakat, media tidak hanya menyalurkan informasi, tetapi juga menciptakan realitas baru sesuai dengan konstruksi

sosial dan ideologinya. Media mengemas realitas dengan cara tertentu untuk mencerminkan kepentingan, nilai, atau sikap sosial tertentu. Oleh karena itu, media baru dapat dipandang sebagai cermin sekaligus pencipta realitas sosial, yang berperan penting dalam membentuk persepsi publik di era digital.

Dengan demikian, konstruksi *new media* tidak sekadar hasil dari kemajuan teknologi, tetapi juga merupakan produk dari interaksi sosial, ekonomi, dan budaya yang terus berkembang. Pemahaman terhadap konstruksi ini menjadi penting untuk melihat bagaimana jurnalis bermigrasi dan menyesuaikan diri dalam ekosistem media yang semakin kompleks dan terhubung secara digital.

2.4. Data Media Konvensional dan New Media

Perkembangan ekosistem media di Indonesia menunjukkan dinamika yang sangat pesat dalam dua dekade terakhir. Indonesia saat ini merupakan salah satu negara dengan jumlah media terbanyak di dunia. Berdasarkan data Kompas (10 Februari 2018, hlm. 15), tercatat terdapat sekitar 47.000 media, terdiri atas 2.000 media cetak, 674 radio, 523 stasiun televisi, dan 43.000 media daring (online). Angka ini memperlihatkan bahwa pertumbuhan media daring meningkat jauh lebih cepat dibandingkan media konvensional, menandakan terjadinya pergeseran besar dalam lanskap komunikasi nasional.

Namun, di tengah maraknya media daring, media konvensional tetap menghadapi tantangan serius dalam mempertahankan eksistensi dan kredibilitasnya di mata publik.

Menurut Mudjiyanto (Mudjiyanto, 2020), meskipun pers, terutama media cetak, menghadapi tekanan berat akibat persaingan dengan media daring, optimisme masih perlu dijaga karena sebagian masyarakat Indonesia masih

memiliki kebiasaan membaca media cetak. Hal ini menunjukkan bahwa peran media konvensional belum sepenuhnya tergantikan oleh media baru.

Dengan demikian, penting untuk memahami bagaimana kedua jenis media ini beroperasi dan saling mempengaruhi dalam memenuhi kebutuhan informasi masyarakat.

Media konvensional, baik yang berbasis cetak maupun elektronik seperti radio dan televisi, masih memiliki kekuatan dalam membentuk opini publik. Menurut Oka Prayuda Barsan (Oka Prayuda Barsan, 2020), media konvensional tetap diperhitungkan dalam konteks konsumsi informasi karena kemampuannya memengaruhi pola pikir masyarakat melalui pola komunikasi yang terstruktur.

Walau demikian, fenomena globalisasi informasi dan kemajuan teknologi komunikasi telah mempercepat pergeseran preferensi khalayak, terutama generasi muda, terhadap media digital.

Data survei yang dilakukan oleh Tirto.id (Tirto, 2017) menunjukkan bahwa di kalangan generasi Z yakni mereka yang lahir antara tahun 1997 hingga 2012 terdapat perubahan signifikan dalam pola konsumsi berita. Hanya 14,4% responden yang mengakses informasi melalui televisi (media arus utama), sementara 83,6% memperoleh berita dari internet (media digital), dan hanya 1,7% yang membaca koran.

Fakta ini menunjukkan bahwa perubahan perilaku audiens berbasis generasi telah menjadi pendorong utama transformasi media dari bentuk konvensional ke digital.

Meskipun demikian, hingga saat ini media arus utama (mainstream media) masih dianggap sebagai sumber informasi paling valid dan kredibel. Hal

ini dikarenakan media konvensional memiliki sistem verifikasi berita yang ketat dan melalui proses redaksional panjang sebelum sebuah berita dipublikasikan. Proses tersebut memastikan akurasi, objektivitas, dan tanggung jawab etis dalam penyajian informasi kepada publik.

Keunggulan inilah yang membedakan media konvensional dari media digital, yang sering kali menekankan kecepatan di atas akurasi.

Para jurnalis yang bekerja di media konvensional umumnya adalah profesional dengan pendidikan dan pelatihan jurnalistik yang memadai, baik dalam aspek teknis maupun etika. Mereka menjalankan tugas peliputan, pengolahan, dan penyebaran informasi berdasarkan kerangka etis dan standar verifikasi yang ketat. Dengan demikian, jurnalis media arus utama berfungsi sebagai penyampai informasi faktual, bukan spekulatif, kepada publik.

Namun, dalam konteks korporasi media, tantangan modern menuntut media konvensional untuk tidak hanya mengandalkan keunggulan tradisional, tetapi juga berinovasi mengikuti perkembangan teknologi komunikasi.

Sebagai langkah adaptasi, banyak lembaga media konvensional kini mengadopsi konsep konvergensi media, yaitu penggabungan antara media tradisional dan teknologi digital. Misalnya, surat kabar yang memperluas jangkauannya melalui portal berita daring, televisi yang menyiarkan programnya secara *live streaming* melalui situs web, dan radio yang terkoneksi dengan berbagai aplikasi digital.

Strategi ini bukan hanya bertujuan untuk mempertahankan audiens lama, tetapi juga untuk menarik khalayak baru dari generasi digital yang lebih aktif di dunia maya.

Sementara itu, media digital atau new media hadir sebagai hasil evolusi dari media elektronik yang terdahulu. Menurut McQuail, media baru merupakan perangkat teknologi elektronik yang memiliki sistem transmisi berbasis kabel atau satelit, sistem miniaturisasi, sistem penyimpanan informasi, serta kemampuan penyajian gambar, teks, dan grafik secara fleksibel. Dengan demikian, media digital merupakan bentuk konvergensi teknologi komunikasi yang memungkinkan interaksi manusia dan mesin secara simultan. (McQuail, 2011)

Hal ini menunjukkan bahwa media digital bukan sekadar alat distribusi informasi, tetapi juga ruang baru bagi pembentukan interaksi sosial dan budaya secara virtual.

Lebih jauh, media digital merepresentasikan transformasi besar dalam cara masyarakat mengakses dan mendistribusikan informasi. Jika pada masa lalu informasi hanya bisa diperoleh melalui koran, majalah, televisi, atau radio, kini berita dapat diakses secara cepat melalui perangkat yang terhubung ke internet. Perubahan ini menandai lahirnya masyarakat tanpa batas (*borderless society*), di mana waktu dan ruang tidak lagi menjadi hambatan dalam pertukaran informasi.

Kondisi tersebut juga menjadi penjelasan mengapa media digital semakin mendominasi lanskap komunikasi modern, karena efisiensi dan kecepatan distribusinya tidak dapat disaingi oleh media konvensional.

Menurut Ginting (2021), kehadiran media baru menciptakan peluang sekaligus tantangan. Di satu sisi, media digital memungkinkan penyebaran informasi secara cepat, efisien, dan global. Namun di sisi lain, kemudahan akses tersebut menimbulkan konsekuensi berupa banjir informasi (*information*

overload) dan menurunnya kontrol terhadap validitas berita. (Ginting et al., 2021)

Dengan demikian, dampak media digital dapat dikategorikan menjadi dua sisi utama: positif dan negatif. Dampak positif media digital antara lain adalah kemampuan menghubungkan individu di seluruh dunia secara instan, mempercepat arus komunikasi lintas negara, serta mendorong munculnya berbagai inovasi seperti media sosial, berbagi file daring, dan platform pendidikan digital. Selain itu, media digital juga berkontribusi terhadap peningkatan literasi, kreativitas, dan efisiensi dalam berbagai bidang kehidupan, termasuk pendidikan dan bisnis.

Namun, di balik manfaat tersebut, terdapat pula dampak negatif yang perlu diperhatikan dalam konteks sosial dan etika komunikasi. Dampak negatif media digital mencakup munculnya kebiasaan *copy-paste* yang mengurangi orisinalitas karya, meningkatnya tindak kejahatan siber (cybercrime) dan perundungan daring (cyberbullying), serta maraknya penyebaran berita bohong (hoaks) dan konten bermuatan pornografi atau kekerasan. Semua ini menjadi tantangan serius bagi masyarakat digital modern, karena penyebarannya yang cepat dapat menimbulkan disinformasi dan degradasi moral publik (*Kominfo.go.id*).

Oleh sebab itu, literasi digital dan kemampuan berpikir kritis menjadi kunci utama untuk menavigasi kompleksitas ekosistem komunikasi modern.

Secara umum, digitalisasi komunikasi dapat dipahami sebagai proses pertukaran pesan yang memanfaatkan teknologi digital dalam berbagai bentuk interaksi. Bentuk komunikasi digital meliputi pengiriman berita melalui portal

daring, pertukaran pesan melalui *email* dan media sosial, serta interaksi audio-visual melalui *video conference*.

Pola komunikasi baru ini bukan hanya mempercepat arus informasi, tetapi juga mengubah struktur sosial dan budaya komunikasi masyarakat modern menjadi lebih terbuka, interaktif, dan berbasis jaringan (*network society*), yang menjadi ciri utama era *new media* saat ini.

2.5. Adaptasi Jurnalis

Perkembangan teknologi komunikasi yang berlangsung sangat cepat telah membawa perubahan besar dalam dunia media. Dalam konteks komunikasi massa, adaptasi dapat diartikan sebagai kemampuan individu atau institusi untuk menyesuaikan diri terhadap perubahan lingkungan, terutama yang disebabkan oleh kemajuan teknologi dan transformasi media. Proses adaptasi ini menjadi hal yang tidak dapat dihindari bagi pelaku media dan jurnalis yang ingin tetap relevan di era digital.

Dengan demikian, keberhasilan media dan jurnalis dalam mempertahankan eksistensinya sangat bergantung pada sejauh mana mereka mampu menyesuaikan diri dengan perubahan ekosistem komunikasi modern.

Seiring munculnya *new media*, jurnalis dituntut untuk beradaptasi bukan hanya dalam hal teknis, tetapi juga dalam pola pikir dan budaya kerja. Media tidak lagi sekadar berperan sebagai penyampai informasi, melainkan menjadi bagian dari jaringan interaktif yang memfasilitasi pertukaran pesan dua arah. Oleh karena itu, adaptasi jurnalis terhadap teknologi digital mencakup pemahaman tentang karakter media baru, penggunaan perangkat digital, serta kemampuan mengelola konten lintas platform.

Adaptasi ini menandai pergeseran paradigma jurnalistik dari model kerja tradisional yang statis menuju model kerja dinamis yang menuntut kecepatan, kreativitas, dan kolaborasi.

Dalam era digital, kecepatan adaptasi menjadi faktor penentu utama eksistensi media dan jurnalis. Ketika teknologi komunikasi berkembang dalam hitungan bulan, bahkan minggu, media yang lamban beradaptasi akan tertinggal dari kompetitornya. Hal ini sesuai dengan pandangan Kuen (2019) yang menegaskan bahwa jurnalis harus siap bertransformasi dari sistem kerja konvensional menuju sistem kerja berbasis digital yang menuntut fleksibilitas dan keterampilan multiformat. (Kuen, 2019)

Akibatnya, ruang redaksi (*newsroom*) juga mengalami transformasi signifikan dari sistem tunggal yang fokus pada satu medium, menjadi sistem terpadu yang mengelola beragam platform secara simultan.

Perubahan mekanisme kerja ini menuntut jurnalis untuk beralih dari monotalenta menjadi multitalenta. Jika sebelumnya jurnalis hanya berperan sebagai penulis berita, kini mereka juga dituntut untuk mampu mengambil gambar, melakukan editing video, menulis naskah digital, mengelola media sosial, hingga menganalisis data audiens. Dengan kata lain, jurnalis modern berperan ganda sebagai produser konten digital, yang meramu informasi agar sesuai dengan karakteristik setiap platform baik dalam bentuk teks, audio, maupun visual.

Transisi pada pergeseran ini memperkuat posisi jurnalis bukan hanya sebagai penyampai berita, tetapi juga sebagai pengelola narasi yang adaptif terhadap perilaku audiens di era digital.

Selain perubahan pada keterampilan, adaptasi jurnalis juga mencakup pergeseran nilai profesionalisme. Prinsip-prinsip jurnalistik seperti akurasi, verifikasi, dan keberimbangan tetap menjadi fondasi utama, namun kini dituntut berjalan beriringan dengan kebutuhan akan kecepatan penyajian berita di ruang publik digital. Persaingan antar-media tidak lagi hanya bertumpu pada siapa yang paling akurat, tetapi juga pada siapa yang paling cepat dan paling relevan dalam menyampaikan informasi.

Dalam konteks ini, adaptasi jurnalis bukan hanya sekadar perubahan teknis, tetapi juga transformasi paradigma kerja yang memadukan etika jurnalistik dengan inovasi teknologi.

Dengan demikian, adaptasi jurnalis terhadap era digital dapat dipahami sebagai proses transformasi berkelanjutan baik dari sisi individu, organisasi, maupun sistem kerja media. Adaptasi bukanlah pilihan, melainkan keharusan strategis agar media tetap hidup di tengah derasnya arus disrupsi digital. Seorang jurnalis yang mampu beradaptasi dengan perkembangan teknologi dan memahami perilaku audiens akan tetap memiliki relevansi, bahkan ketika batas antara media konvensional dan media baru semakin kabur.

Oleh karena itu, pembahasan mengenai adaptasi jurnalis menjadi landasan penting untuk memahami fenomena yang lebih luas, yakni migrasi jurnalis dari media konvensional ke new media, yang akan dijelaskan pada subbab berikutnya.

2.6. Teori Pendukung

2.6.1. Disrupsi Digital

Perkembangan teknologi digital dalam dua dekade terakhir telah memunculkan fenomena besar yang disebut sebagai disrupsi digital. Istilah ini

mengacu pada kondisi ketika inovasi teknologi menyebabkan perubahan fundamental terhadap sistem, pola kerja, serta cara berpikir manusia di berbagai bidang kehidupan. Menurut Saragih 2023, disrupsi digital merupakan perubahan besar-besaran yang terjadi akibat hadirnya teknologi baru yang menggantikan cara lama, baik dalam konteks personal, sosial, ekonomi, hingga pemerintahan. Dengan kata lain, disrupsi digital bukan sekadar fenomena teknologis, melainkan transformasi struktural yang menyentuh seluruh dimensi kehidupan modern. (Erick Saragih, Vip Paramarta, Grace Imelda Thungari, Beauty Kalangi, 2023)

Dari konteks ini, dapat dipahami bahwa disrupsi digital tidak hanya memengaruhi perilaku individu dalam menggunakan teknologi, tetapi juga memaksa berbagai sektor, termasuk media massa dan jurnalisme, untuk melakukan penyesuaian cepat.

Konsep disrupsi sendiri pertama kali dipopulerkan oleh Clayton M. Christensen (2006) melalui teori *Disruptive Innovation*. Menurut Christensen, disrupsi tidak hanya berarti perubahan (*change*), tetapi juga pergeseran tatanan yang secara radikal mengubah sistem yang telah mapan. Dalam pandangan ini, disrupsi bukanlah sekadar kemajuan teknologi, melainkan mekanisme inovatif yang menciptakan paradigma baru, sering kali dengan cara menggantikan model lama yang sudah tidak relevan (Christensen, 2016b). Hal ini ditegaskan oleh Marhamah (2021) yang menyatakan bahwa disrupsi mengacu pada proses transformasi mendasar yang menantang struktur lama dan memperkenalkan bentuk baru yang lebih efisien, fleksibel, dan berorientasi digital. (Marhamah, 2021)

Dengan demikian, teori disrupsi digital menjadi kerangka penting untuk memahami bagaimana perubahan teknologi mampu mengguncang dan membentuk ulang sistem media serta praktik jurnalistik.

Dalam konteks komunikasi massa, teori disrupsi digital menjelaskan bahwa transformasi media merupakan bagian dari proses inovasi yang menggeser pola konsumsi dan produksi informasi. Teknologi digital tidak hanya mempercepat proses penyebaran informasi, tetapi juga mengubah karakter khalayak, yang kini lebih aktif, partisipatif, dan kritis. Christensen (2006) menekankan bahwa inovasi disruptif dalam bidang komunikasi telah menciptakan dinamika baru dalam hubungan antara media dan audiens, di mana batas antara produsen dan konsumen informasi semakin kabur.

Konsekuensi logis dari perubahan ini adalah munculnya kebutuhan adaptasi besar-besaran oleh para pelaku media, terutama jurnalis, agar tetap relevan dan kompetitif di tengah lanskap komunikasi baru yang serba digital.

Dalam konteks penelitian ini, fenomena disrupsi digital berperan penting dalam menjelaskan pergeseran jurnalis dari media konvensional ke media digital (new media). Perubahan perilaku khalayak yang kini lebih banyak mengakses informasi melalui platform digital menuntut jurnalis untuk menyesuaikan bentuk penyajian program dan kontennya. Jurnalis senior yang sebelumnya bekerja di media konvensional kini memanfaatkan media digital untuk mengekspresikan diri secara lebih bebas tanpa terlalu terikat oleh aturan kelembagaan media arus utama.

Fenomena ini menunjukkan bahwa disrupsi digital tidak hanya mengubah alat atau medium komunikasi, tetapi juga menggeser kultur kerja dan identitas profesional jurnalis itu sendiri.

Lebih lanjut, peralihan jurnalis ke media digital juga menandai terbentuknya kebebasan baru dalam produksi dan distribusi konten. Dalam ruang digital, jurnalis dapat mengelola kepemilikan kontennya secara mandiri, menentukan gaya penyajian informasi, serta mengatur strategi komunikasi sesuai dengan karakteristik audiens media sosial. Situasi ini sejalan dengan pandangan Marhamah (2021) yang menegaskan bahwa inovasi disruptif tidak hanya tentang penggunaan teknologi, tetapi juga tentang kemampuan untuk memadukan ide, kreativitas, dan riset guna menciptakan cara-cara baru dalam menghasilkan informasi yang lebih berkualitas dan relevan.

Dengan demikian, teori disrupsi digital menjadi dasar konseptual penting dalam memahami bagaimana transformasi teknologi mendorong evolusi jurnanisme ke arah yang lebih adaptif, mandiri, dan partisipatif.

2.6.2. Teori Konvergensi Media

Dalam era digital yang semakin kompleks, muncul kebutuhan bagi media dan jurnalis untuk mengintegrasikan berbagai platform dalam menyampaikan informasi. Fenomena ini dijelaskan melalui teori konvergensi media, yang menyoroti penyatuan teknologi, isi, dan audiens dalam satu ekosistem komunikasi. Menurut Pryor dalam Quinn & Filak (2005), konvergensi terjadi di ruang redaksi ketika anggota staf editorial bekerja sama untuk menghasilkan berbagai produk jurnalistik di banyak platform dengan tujuan menjangkau khalayak luas melalui konten yang lebih interaktif dan menarik. Dengan kata lain, konvergensi bukan sekadar penggabungan teknologi, tetapi juga transformasi cara kerja dan strategi penyampaian pesan jurnalistik.

Pandangan ini menegaskan bahwa konvergensi media tidak hanya bersifat teknis, tetapi juga membawa perubahan dalam pola kolaborasi, budaya organisasi, serta orientasi media terhadap audiens digital.

Lebih lanjut, Henry Jenkins (2006) dalam Haryanto (2014, p. 210) memperluas makna konvergensi dengan menegaskan bahwa istilah tersebut menggambarkan perubahan teknologi, industri, budaya, dan sosial yang mengubah cara media bersirkulasi dalam kehidupan masyarakat. Menurut Jenkins, konvergensi adalah sebuah proses budaya di mana khalayak tidak hanya menjadi penerima pesan, tetapi juga menjadi bagian dari aliran informasi yang berinteraksi dengan berbagai media. Artinya, konvergensi juga merupakan bentuk partisipasi aktif masyarakat dalam produksi dan distribusi konten, bukan sekadar hasil dari kemajuan teknologi.

Dengan demikian, teori konvergensi berfungsi untuk menjelaskan bagaimana batas antara produsen dan konsumen informasi menjadi semakin kabur dalam ekosistem digital yang saling terhubung.

Dalam konteks industri media, Griffiths dan Light (2008) dalam Friedrichsen & Kamalipour (2017, p. 78) mendefinisikan konvergensi media sebagai kombinasi dari berbagai produk dan fungsi yang berbeda menjadi satu kesatuan terpadu. Pandangan ini memperlihatkan bahwa konvergensi tidak hanya terjadi di level produksi konten, tetapi juga pada aspek distribusi, pemasaran, dan interaksi dengan pengguna. Sementara itu, Kolodzy dalam Friedrichsen & Kamalipour (Mike Friedrichsen, 2017) menggambarkan konvergensi sebagai proses berkelanjutan di mana konten, teknologi, audiens, dan industri saling berpotongan layaknya lingkaran-lingkaran dalam diagram *Venn*. Titik temu dari lingkaran tersebut merupakan ruang interaksi tempat

media tradisional dan media baru saling berbaur dan menciptakan pengalaman baru bagi khalayak.

Pemahaman ini memperkuat pandangan bahwa konvergensi media merupakan fenomena dinamis yang terus berkembang seiring perubahan teknologi dan perilaku konsumsi informasi masyarakat.

Selanjutnya, Jenkins (Jenkins, 2006) juga menekankan bahwa konvergensi bukanlah titik akhir, melainkan proses yang terus-menerus (*an ongoing process*) di mana batas-batas antara media lama dan baru semakin kabur. Dalam konteks ini, media tidak lagi beroperasi secara terpisah, melainkan membangun keterhubungan lintas platform yang memungkinkan informasi disebarluaskan secara simultan di berbagai kanal digital. Proses ini tidak hanya mengubah cara media memproduksi berita, tetapi juga memengaruhi cara jurnalis berinteraksi dengan audiens dan mengelola identitas profesionalnya di ruang digital.

Oleh karena itu, teori konvergensi media dapat dipahami sebagai kerangka yang menjelaskan keterpaduan teknologi, konten, dan partisipasi audiens dalam membentuk ekosistem komunikasi yang baru.

Dalam konteks penelitian ini, teori konvergensi menjadi sangat relevan karena menggambarkan bagaimana jurnalis senior melakukan adaptasi melalui integrasi berbagai platform digital dalam karya jurnalistiknya. Para jurnalis tersebut tidak hanya bermigrasi dari media konvensional ke media digital, tetapi juga menciptakan sistem kerja yang menggabungkan unsur televisi, radio, media sosial, dan portal berita online dalam satu kesatuan strategi komunikasi. Melalui media digital yang mereka bangun sendiri, jurnalis mampu mengonvergensi konten berita, wawancara, dan opini ke dalam

berbagai format seperti teks, audio, dan video, yang disesuaikan dengan karakteristik setiap platform.

Dengan demikian, konvergensi media menjadi strategi adaptif yang memungkinkan jurnalis mempertahankan profesionalismenya sekaligus menjawab tantangan disrupsi digital dalam lanskap komunikasi modern.

2.6.3. Media Dependency Theory

Dalam konteks perkembangan media modern, teori *Media Dependency* menjadi salah satu kerangka penting yang menjelaskan hubungan saling ketergantungan antara media, khalayak, dan sistem sosial. Teori ini pertama kali dikemukakan oleh Sandra Ball-Rokeach dan Melvin DeFleur (1976) yang berangkat dari pandangan bahwa media, masyarakat, audiens, dan efek komunikasi memiliki keterkaitan yang bersifat timbal balik. Menurut teori ini, media tidak berdiri sendiri, melainkan merupakan bagian integral dari sistem sosial yang selalu berubah dan saling memengaruhi. Artinya, perubahan yang terjadi dalam Masyarakat baik dalam aspek sosial, ekonomi, maupun teknologi akan berdampak langsung pada bagaimana media berfungsi, beradaptasi, dan membentuk pola konsumsi informasi.

Dengan demikian, teori ini menempatkan media sebagai bagian dari jaringan sosial yang dinamis, di mana peran dan pengaruhnya selalu disesuaikan dengan kebutuhan serta kondisi masyarakat tempat media tersebut beroperasi.

Lebih lanjut, Miller (2001, p. 237) menjelaskan bahwa model *Media Dependency* menggambarkan hubungan yang kompleks antara media dan masyarakat, di mana media bergantung pada masyarakat untuk dukungan,

legitimasi, dan audiens, sementara masyarakat bergantung pada media untuk memperoleh informasi, hiburan, dan orientasi sosial. Dalam hubungan yang bersifat simbiotik ini, media akan berubah mengikuti kebutuhan dan preferensi sosial audiensnya, sementara khalayak juga membentuk persepsi dan perilaku sosial berdasarkan informasi yang disediakan oleh media.

Dengan kata lain, teori ini menekankan adanya proses saling memengaruhi yang berkelanjutan antara media dan audiens, di mana kekuatan media terletak pada sejauh mana masyarakat bergantung padanya untuk memenuhi kebutuhan informasionalnya.

Dalam konteks penelitian ini, teori *Media Dependency* memberikan pemahaman yang relevan terhadap fenomena migrasi jurnalis dari media konvensional ke media digital (new media). Ketergantungan yang semakin tinggi dari masyarakat terhadap media digital baik dalam bentuk portal berita daring, *YouTube*, *podcast*, maupun media sosial mendorong para jurnalis untuk beradaptasi dan berpindah dari media arus utama menuju platform digital yang lebih fleksibel dan menjangkau audiens yang lebih luas. Hal ini menunjukkan bahwa pergeseran media tidak hanya didorong oleh faktor teknologi, tetapi juga oleh kebutuhan sosial audiens yang semakin bergantung pada kecepatan, interaktivitas, dan aksesibilitas informasi di ruang digital.

Dengan demikian, migrasi ini mencerminkan mekanisme adaptasi jurnalis terhadap perubahan sistem ketergantungan media di era digital, di mana audiens kini menjadi faktor utama dalam menentukan arah dan bentuk transformasi media.

Selain itu, dalam kerangka *Media Dependency Theory*, fenomena migrasi jurnalis juga dapat dipahami sebagai bentuk penyesuaian struktural terhadap

pergeseran pusat kekuasaan media dari institusi ke individu. Jurnalis yang bermigrasi ke platform digital tidak lagi sepenuhnya bergantung pada struktur organisasi media besar, melainkan mampu menciptakan sistem komunikasi sendiri yang langsung terhubung dengan audiensnya. Ketergantungan audiens terhadap media digital yang lebih personal dan interaktif memberikan ruang bagi jurnalis untuk membangun hubungan yang lebih dekat, autentik, dan partisipatif dengan publik.

Oleh karena itu, teori *Media Dependency* tidak hanya menjelaskan hubungan simbiotik antara media dan masyarakat, tetapi juga memberikan dasar konseptual untuk memahami bagaimana transformasi media dan migrasi jurnalis mencerminkan perubahan pola ketergantungan informasi dalam masyarakat digital masa kini.

2.6.4. Paradigma

Pemikiran Thomas S. Kuhn mengenai paradigma ilmiah memberikan dasar konseptual penting dalam memahami bagaimana ilmu pengetahuan berkembang dan mengalami pergeseran dari satu sistem ke sistem lain. Menurut Kuhn (Thomas S. Kuhn., 2012) , krisis adalah prasyarat yang diperlukan untuk munculnya teori-teori baru, sebab krisis memunculkan pertanyaan kritis terhadap teori lama dan membuka ruang bagi cara pandang baru yang lebih mampu menjawab fenomena yang tidak dapat dijelaskan oleh paradigma sebelumnya.

Dengan demikian, paradigma tidak hanya dipahami sebagai seperangkat teori ilmiah, tetapi juga sebagai kerangka berpikir yang membimbing bagaimana ilmuwan melihat, memahami, dan menafsirkan realitas ilmiah.

Lebih lanjut, Kuhn menjelaskan bahwa terdapat dua karakteristik utama dari paradigma, yaitu pertama, paradigma menawarkan unsur baru yang menarik pengikut keluar dari metode ilmiah lama; dan kedua, paradigma membuka ruang bagi persoalan baru yang belum terpecahkan (Kuhn, 2012). Dalam pandangan ini, objektivitas sains tidak bersifat absolut atau otoritatif, melainkan sebatas *a justified final detection* yaitu kebenaran yang bersifat sementara dan dapat digugat

Pandangan ini menandai pergeseran dari paradigma positivistik yang menekankan kepastian empiris menuju paradigma konstruktivistik yang lebih menekankan makna, konteks, dan interpretasi terhadap realitas sosial.

Dalam konteks penelitian ini, peneliti berangkat dari paradigma konstruktivisme, yakni paradigma yang melihat realitas sosial sebagai hasil konstruksi manusia, bukan sesuatu yang objektif dan tetap. Pendekatan ini digunakan untuk memahami transformasi jurnalis dari media konvensional ke media digital, sebagai bentuk realitas baru yang dibentuk oleh interaksi sosial, teknologi komunikasi, dan dinamika kekuasaan media. Paradigma ini menekankan bahwa perubahan perilaku jurnalis, cara produksi berita, dan pola komunikasi publik figur jurnalis bukan hanya hasil dari kemajuan teknologi semata, tetapi merupakan proses sosial dan budaya yang dikonstruksi bersama oleh pelaku media dan audiens.

Dengan cara pandang ini, peneliti melihat migrasi jurnalis ke media digital sebagai fenomena yang dapat melahirkan teori baru tentang jurnalisme independen di era digital.

Selanjutnya, pandangan Kuhn tentang revolusi paradigma dapat dibandingkan dengan gagasan Karl Popper yang menekankan pentingnya

falsifikasi dalam perkembangan ilmu pengetahuan. Menurut Popper (2005), suatu teori tidak dianggap ilmiah karena dapat dibuktikan kebenarannya, melainkan karena teori tersebut dapat diuji dan berpotensi disangkal (*falsifiable*). Bila teori mampu bertahan dari berbagai upaya penyangkalan, maka validitas teori tersebut justru semakin kuat meski tetap bersifat sementara. (Karl, 2005)

Dengan kata lain, Popper menolak pandangan bahwa ilmu berkembang secara akumulatif, dan menegaskan bahwa kemajuan ilmu terjadi melalui proses *error elimination* eliminasi kesalahan yang terus-menerus memperkuat teori baru yang lebih adaptif terhadap realitas.

Pandangan ini menegaskan bahwa ilmu pengetahuan bersifat dinamis dan selalu terbuka terhadap perubahan. Popper berpendapat bahwa setiap teori ilmiah hanyalah hipotesis sementara (*conjecture*) yang sewaktu-waktu dapat digantikan oleh teori lain yang lebih relevan (Muslih, 2005). Misalnya, teori Newton tentang cahaya akhirnya digantikan oleh teori Einstein yang lebih mampu menjelaskan fenomena fisika modern.

Dengan logika yang sama, dalam dunia komunikasi, teori-teori klasik tentang media massa konvensional kini digantikan oleh pendekatan baru tentang media digital dan konvergensi, karena paradigma lama tidak lagi mampu menjelaskan perubahan ekosistem media yang serba interaktif dan terdesentralisasi.

Sejalan dengan itu, dalam penelitian ini penulis berupaya menguji apakah migrasi jurnalis dari media konvensional ke media digital dapat dianggap sebagai bentuk perubahan paradigma dalam praktik jurnanisme. Pertanyaan utamanya adalah apakah peralihan ini melahirkan tipe baru jurnalis digital yang

tetap mempertahankan nilai-nilai profesionalisme klasik, atau justru menciptakan pola kerja baru yang lebih bebas dan kreatif seperti *content creator*.

Dengan demikian, penelitian ini menempatkan migrasi jurnalis bukan sekadar sebagai perubahan teknologis, melainkan sebagai indikasi adanya *anomali* dalam sistem jurnalisme konvensional yang memunculkan “revolusi ilmiah” di ranah media komunikasi.

Kuhn (2012, pp. 170–171) menyebut bahwa akumulasi anomali yang tidak dapat dijelaskan oleh paradigma lama akan menimbulkan krisis epistemologis, yang kemudian memicu lahirnya paradigma baru. Hal ini sejalan dengan kondisi media saat ini, di mana jurnalisme konvensional menghadapi krisis kepercayaan, kecepatan, dan relevansi di tengah dominasi media digital. Para jurnalis yang bermigrasi ke platform digital dapat dipandang sebagai agen perubahan yang memperluas batas-batas paradigma jurnalisme tradisional.

Proses ini menunjukkan bahwa pergeseran paradigma dalam praktik jurnalistik sedang berlangsung dari paradigma industri berita ke paradigma kreatif dan independen yang berbasis media digital.

Dalam konteks kekuasaan dan pengetahuan, pandangan Michel Foucault memberikan dimensi kritis terhadap fenomena ini. Foucault (1979) berpendapat bahwa pengetahuan dan kekuasaan tidak dapat dipisahkan, karena setiap bentuk pengetahuan adalah hasil konstruksi kekuasaan, dan sebaliknya kekuasaan selalu melahirkan bentuk pengetahuan tertentu. Dalam konteks media, kekuasaan tidak hanya dimiliki oleh lembaga besar, tetapi juga oleh individu jurnalis yang mampu mengendalikan produksi dan distribusi informasi melalui media digital miliknya sendiri.

Oleh karena itu, kebebasan jurnalis senior yang berpindah ke media digital dapat dipahami sebagai pergeseran kekuasaan dari struktur media korporat menuju kekuasaan personal, di mana jurnalis memiliki otonomi penuh dalam mengelola konten dan narasi.

Dengan mengacu pada pemikiran Foucault, peneliti memandang bahwa praktik migrasi jurnalis ke media digital juga merupakan bentuk praktik kekuasaan simbolik, di mana kontrol atas produksi pengetahuan berpindah dari institusi media konvensional ke tangan individu. Dalam konteks ini, *content ownership* dan kebebasan berekspresi menjadi bentuk baru kekuasaan yang memengaruhi cara publik memandang kebenaran dan otoritas media.

Dengan demikian, paradigma baru jurnalisme digital tidak hanya berbicara tentang transformasi teknologi, tetapi juga tentang pergeseran epistemologis dari sistem kekuasaan media institusional ke bentuk kekuasaan individu yang beroperasi dalam ruang digital yang lebih demokratis dan terbuka. Beberapa hasil penelitian yang pernah mengangkat tentang transformasi, media konvensional, konvergensi dan jurnalis yaitu

NO.	Judul Artikel/Jurnal/Vol /Edisi/Tahun	Penulis	Tujuan / Pertanyaan Penelitian	Hasil/ Kesimpulan
1.	KONVERGENSI PADA MEDIA MASSA (Studi Deskriptif Kualitatif Mengenai Konvergensi Media di Republika) PROSIDING COMNEWS 2019 e-ISSN 2656-730X 404	Annisia Derviana ¹ , Rana Akbari Fitriawan ²	untuk mengetahui pelaksanaan konvergensi yang dilakukan media Republika berdasarkan lima dimensi Rich Gordon (2003), yaitu konvergensi kepemilikan, konvergensi taktik, konvergensi struktur, konvergensi peliputan informasi, dan konvergensi	Republika melakukan konvergensi karena terjadinya transformasi teknologi yang mendorong media untuk masuk ke ranah digital. Ledakan transformasi digital membuat terjadinya perubahan konsumsi informasi di masyarakat, sebagai media yang ingin terus menjaga eksistensinya Republika membaca perubahan tersebut, di mana masyarakat saat ini menginginkan informasi yang serba

			penyajian atau pengisahan cerita.	cepat. Tuntutan industrimembuat Republika tidak hanya menjadikan tulisan sebagai konten unggulan, Republika juga harus mendistribusikan informasi ke dalam berbagai format. Kesimpulan penelitian ini adalah Republika telah mengaplikasikan seluruh dimensi konvergensi walaupun terdapat beberapa kendala yang dialami selama proses konvergensi ini. (Annissa Derviana ¹ , 2019)
2.	Era Disrupsi Digital pada Perkembangan Teknologi di Indonesia Transformasi: Journal of Economics and Business Management Vol. 2 No. 4 December 2023	Erick Saragih ¹ , Vip Paramarta ² , Grace Imelda Thungari ³ , Beauty Kalangi ⁴ , Kezia Marcelina Putri ⁵	mengetahui bagaimana era disrupsi digital pada perkembangan teknologi di Indonesia.	bahwa era disrupsi digital di Indonesia telah berkembang dan sudah memasuki di era modern seperti adanya disrupsi teknologi digital di bidang Kesehatan, keuangan, dan pendidikan. Dapat disimpulkan bahwa disrupsi digital sebagai suatu inovasi yang mengganti cara hidup dan pola pikir masyarakat, mengubah budaya kerja perusahaan, atau bahkan menciptakan pasar baru yang belum pernah ada sebelumnya. Sehingga memiliki dampak positif dan negatif dengan adanya era disrupsi digital. Oleh karena itu apabila tidak dihadapi dengan strategi tepat, disrupsi teknologi dapat mengancam bisnis konvensional serta mengancam pasar

				industri. Dalam menghadapi disrupsi teknologi/digital perusahaan perlu meningkatkan kualitas teknologi yang lebih modern agar tidak tertinggal dan dapat bersaing dengan industri maupun perusahaan serta peningkatan kualitas sumber daya manusia. (Erick Saragih, Era Disrupsi Digital pada Perkembangan Teknologi di Indonesia, 2023)
3.	Transformasi Media Massa Menuju Era Masyarakat Informasi di Indonesia Jurnal BINUS Vol. 5 No. 1 (2014): Humaniora	Wira Respati	Masyarakat Indonesia saat ini tengah berada dalam fase transisi menuju masyarakat era informasi. Dalam proses ini terdapat pergeseran pola masyarakat dalam mengakses dan mendistribusikan informasi.	Masyarakat Indonesia saat ini berada dalam fase transisi menuju masyarakat era informasi. Dalam proses ini terdapat pergeseran pola cara masyarakat mengakses dan mendistribusikan informasi. Hal ini merupakan konsekuensi perubahan gaya hidup mereka saat mengaplikasikan perangkat komunikasi berbasis teknologi informasi. Berkembangnya jaringan sosial virtual menjadi babak selanjutnya dalam era transisi menuju masyarakat informasi. Masyarakat Indonesia kemudian menjalin jaringan untuk berbagi informasi tanpa kendala jarak dan waktu. (Respati, 2014)
4.	Media Baru dalam Konstruksi Jurnalis Media Cetak	Maria Widiyanti Nugu1, Yermia Dj. Manafe2,	mencari tahu bagaimana para jurnalis media	ara jurnalis memaknai media baru sebagai

	Vol 9 No 2 (2020): July Jurnal communio	Maria V.D.P. Swan3	cetak sebagai media konvensional memaknai dan mengalami media baru dalam keseharian mereka sebagai jurnalis dihadapkan dengan kehadiran media baru.	sumber informasi awal, tantangan yang memacu kerja, mitra yang saling melengkapi dan media informasi dan hiburan. Sementara pengalaman para jurnalis di antaranya adalah dituntut bekerja cepat serta menghasilkan laporan yang mendalam, mencari informasi melalui media sosial tanpa meninggalkan agenda liputan dan menggunakan media sosial untuk menyebarluaskan berita, mengedukasi dan partisipasi kolektif. (Maria Widiyanti Nugu, 2020)
--	--	-----------------------	---	--

Tabel 2. transformasi, media konvensional, konvergensi dan jurnalis

2.7. Kerangka Konseptual

Sebagaimana telah diuraikan pada bagian pendahuluan, fokus utama penelitian ini adalah menganalisis migrasi jurnalis dari media konvensional ke new media (media digital) dalam kerangka teori *New Media*. Kajian ini berupaya memahami bagaimana transformasi tersebut tidak hanya sekadar perubahan platform, melainkan juga pergeseran paradigma dalam praktik jurnanisme modern yang menuntut adaptasi terhadap teknologi komunikasi digital.

Dengan dasar ini, diperlukan suatu kerangka konseptual yang berfungsi sebagai peta berpikir (*framework of thought*) untuk menuntun proses analisis agar tetap berada dalam jalur ilmiah dan sesuai dengan tujuan penelitian.

Kerangka konseptual dalam penelitian ini disusun sebagai panduan sistematis (*guidance*) yang menuntun peneliti dalam menafsirkan fenomena migrasi jurnalis melalui perspektif teori-teori yang relevan, seperti teori *disrupsi*

digital, *konvergensi media*, dan *media dependency theory*. Ketiga teori tersebut memberikan fondasi teoretis yang kuat untuk memahami dinamika perubahan yang terjadi mulai dari faktor pendorong migrasi, pola adaptasi jurnalis, hingga dampaknya terhadap ekosistem media dan pola konsumsi informasi publik.

Oleh karena itu, kerangka konseptual ini tidak hanya menjelaskan hubungan antarvariabel dalam penelitian, tetapi juga menggambarkan arah logis dari setiap proses berpikir yang dilakukan peneliti.

Dalam konteks ini, penelitian diarahkan untuk menganalisis praktik migrasi jurnalis senior seperti Dr. Prabunindya Revta Revolusi (Prabu Revolusi), Aiman Witjaksono, dan Forum News Network (FNN.co.id). dan wartawati senior Siti Zulaikha ANTARA TV. Pemilihan figur-figur ini didasarkan pada posisi mereka sebagai representasi jurnalis profesional dari media konvensional yang kemudian beralih ke media digital. Keempatnya menunjukkan model transisi yang berbeda-beda, namun memiliki kesamaan dalam hal penggunaan *multiplatform digital* sebagai sarana penyebaran konten jurnalistik yang lebih mandiri, interaktif, dan berorientasi pada audiens.

Dengan menganalisis kasus-kasus tersebut, peneliti berharap dapat menemukan pola umum dari proses migrasi jurnalis serta bentuk baru praktik jurnanisme digital yang muncul sebagai hasil dari transformasi tersebut.

Lebih lanjut, kerangka konseptual ini juga menghubungkan antara rumusan masalah dan teori-teori yang digunakan. Pertanyaan-pertanyaan penelitian mengenai mekanisme kerja jurnalis era konvensional, bentuk adaptasi mereka terhadap era digital, serta proses migrasi ke *new media* dipetakan ke dalam kerangka analisis teoritis. Dengan demikian, setiap

komponen teori berfungsi sebagai alat untuk menjelaskan faktor-faktor penyebab, dinamika, serta implikasi dari migrasi jurnalis ke media digital.

Pendekatan ini membantu memastikan bahwa penelitian tidak hanya bersifat deskriptif, tetapi juga analitis dan teoritis menguji relevansi teori terhadap fenomena nyata di lapangan.

Pada akhirnya, kerangka konseptual penelitian ini menjadi dasar dalam membangun pemahaman menyeluruh tentang transformasi jurnalisme di era digital.

Melalui peta konseptual ini, peneliti dapat memetakan hubungan antara variabel *media konvensional*, *new media*, *migrasi jurnalis*, serta *konvergensi media* sebagai satu kesatuan sistem komunikasi yang saling memengaruhi. Dengan demikian, kerangka konseptual yang disusun ini tidak hanya berfungsi sebagai pedoman teknis penelitian, tetapi juga sebagai dasar berpikir teoritis untuk menjawab pertanyaan utama: *bagaimana jurnalis konvensional bermigrasi dan beradaptasi dalam ekosistem media digital yang konvergen dan disruptif*.

Selanjutnya, untuk memperjelas arah hubungan antarvariabel dan alur logika penelitian, kerangka konseptual divisualisasikan melalui bagan pada gambar berikut, yang menggambarkan keterkaitan antara fenomena migrasi jurnalis, teori yang digunakan, serta tujuan penelitian ini.



Gambar 4. Kerangka Pikir

Pada kerangka pikir di atas, penelitian ini menempatkan titik awal kajian pada mekanisme kerja jurnalis media konvensional. Tahap ini penting karena memberikan gambaran dasar mengenai pola kerja, struktur redaksi, dan prinsip profesionalisme yang menjadi fondasi jurnalisme tradisional. Dengan

memahami mekanisme kerja tersebut, peneliti dapat menilai sejauh mana perubahan terjadi ketika media bertransformasi menuju era digital.

Pemahaman tentang tahap awal ini menjadi kunci untuk menelusuri pergeseran pola kerja dan nilai-nilai jurnalistik yang mungkin mengalami penyesuaian ketika menghadapi kemajuan teknologi komunikasi.

Selanjutnya, penelitian berlanjut pada tahap bagaimana jurnalis beradaptasi dengan new media di era teknologi digital. Pada tahap ini, fokus diarahkan untuk melihat proses penyesuaian diri para jurnalis terhadap lingkungan kerja baru yang ditandai dengan penggunaan platform digital dan praktik jurnalisme multiformat. Adaptasi ini meliputi perubahan dalam cara mencari, mengolah, dan mendistribusikan berita, serta pergeseran paradigma dari kerja berbasis redaksi tertutup menuju kerja kolaboratif dan interaktif.

Dengan demikian, tahap adaptasi ini menjadi jembatan penting antara tradisi jurnalisme konvensional dengan tuntutan jurnalisme digital yang serba cepat dan terbuka.

Melalui dua tahap awal tersebut yakni pemahaman mekanisme kerja konvensional dan analisis adaptasi terhadap media baru peneliti berupaya mengidentifikasi alasan fundamental yang mendorong jurnalis melakukan migrasi ke new media. Faktor-faktor tersebut bisa meliputi efisiensi produksi berita, kebutuhan untuk menjangkau audiens yang lebih luas, keinginan akan kebebasan berekspresi, hingga dorongan untuk mempertahankan eksistensi profesional di tengah disrupsi media.

Identifikasi terhadap alasan migrasi inilah yang kemudian membawa penelitian memasuki tahapan analisis yang lebih mendalam dan spesifik.

Pada tahap berikutnya, penelitian ini berfokus pada analisis fenomena migrasi jurnalis melalui studi kasus beberapa figur jurnalis senior, seperti Prabu Revolusi dan Aiman Witjaksono, serta satu entitas media digital Forum News Network (FNN.co.id) yang di dalamnya terdapat sosok non-jurnalis profesional yang lahir dari peran media dan wartawati senior Siti Zulaikha ANTARA TV. Pemilihan subjek ini didasarkan pada keragaman latar belakang dan pendekatan mereka dalam mengelola konten di media digital, sehingga memungkinkan peneliti untuk melakukan perbandingan yang komprehensif antara jurnalis profesional yang bermigrasi.

Pendekatan perbandingan ini diharapkan dapat memperlihatkan secara lebih jelas bagaimana pergeseran dari media konvensional ke media digital tidak hanya mengubah cara kerja jurnalis, tetapi juga menciptakan tipologi baru dalam praktik jurnalisme modern.

Dengan menganalisis ketiga subjek tersebut, penelitian ini bertujuan untuk menggambarkan implikasi dari migrasi jurnalis terhadap lahirnya jurnalisme independen di era new media. Hasil analisis diharapkan mampu menjawab pertanyaan mendasar: apakah migrasi jurnalis dari media konvensional ke media digital benar-benar menghasilkan bentuk jurnalisme yang lebih bebas, mandiri, dan independen, atau justru menciptakan bentuk ketergantungan baru terhadap algoritma, tren, dan ekonomi platform digital.

Dengan demikian, kerangka pemikiran ini menjadi fondasi konseptual yang mengarahkan penelitian untuk memahami transformasi jurnalisme dalam lanskap digital secara menyeluruh—mulai dari mekanisme konvensional, proses adaptasi, hingga dampaknya terhadap independensi jurnalis di era *new media*.

2.8. Asumsi Dasar

Asumsi atau anggapan dasar dalam penelitian merupakan landasan berpikir yang digunakan peneliti untuk menuntun arah kajian secara sistematis dan terarah. Asumsi menjadi bagian penting karena berfungsi sebagai pondasi konseptual dalam memahami fenomena yang diteliti. Dalam konteks penelitian ini, asumsi dasar dibangun berdasarkan pemahaman terhadap perubahan ekosistem media, dinamika jurnalisme, serta implikasi migrasi jurnalis dari media konvensional ke media digital.

Menurut Arikunto (Arikunto, 2013) , perumusan asumsi dalam penelitian memiliki beberapa tujuan penting. Pertama, agar terdapat dasar pijakan yang kokoh bagi masalah yang sedang diteliti. Kedua, untuk mempertegas variabel utama yang menjadi fokus perhatian peneliti. Ketiga, guna menentukan kesimpulan sementara yang kelak dapat dijadikan acuan dalam pengumpulan dan analisis data.

Berdasarkan pandangan tersebut, peneliti merumuskan sejumlah asumsi yang menjadi dasar pijakan dalam memahami fenomena migrasi jurnalis media konvensional ke new media.

Asumsi pertama, bahwa mekanisme kerja jurnalis pada era konvensional umumnya masih bersifat terbatas, yakni hanya menyiarkan program melalui satu saluran media utama, seperti stasiun televisi. Model kerja ini menempatkan jurnalis dalam struktur organisasi yang hierarkis, dengan sistem penyiaran yang terpusat serta pola komunikasi satu arah dari media kepada audiens.

Namun, seiring dengan munculnya teknologi digital dan perubahan pola konsumsi media, model kerja yang kaku dan linear tersebut mulai mengalami tantangan yang signifikan.

Asumsi kedua, peneliti beranggapan bahwa jurnalis mulai beradaptasi dengan perubahan teknologi komunikasi new media melalui diversifikasi platform. Jurnalis yang sebelumnya hanya bekerja dalam satu stasiun televisi kini mengembangkan peran barunya sebagai pembuat konten di berbagai platform digital seperti YouTube, Instagram, Podcast, TikTok, dan X (Twitter). Adaptasi ini tidak hanya menandakan perubahan teknis, tetapi juga transformasi paradigma kerja yang lebih kreatif, interaktif, dan personal.

Dengan kata lain, adaptasi ini menjadi langkah strategis untuk menjaga relevansi dan memperluas jangkauan audiens dalam lanskap media yang semakin kompetitif.

Asumsi ketiga, peneliti meyakini bahwa migrasi jurnalis senior ke new media akan memberikan dampak terhadap mekanisme kerja dan karakteristik jurnalisme di era digital. Migrasi ini diharapkan mampu melahirkan bentuk baru jurnalisme yang lebih *independen*, di mana jurnalis memiliki kendali penuh terhadap konten, format, serta cara penyampaian pesan. Namun demikian, peneliti juga melihat bahwa keberhasilan proses migrasi atau adaptasi tersebut sangat bergantung pada kemampuan jurnalis dalam membaca perubahan teknologi dan perilaku audiens. Jika tidak mampu menyesuaikan diri, maka media konvensional maupun jurnalisnya berisiko kehilangan daya saing dan pada akhirnya terpinggirkan dalam ekosistem media digital.

Berdasarkan ketiga asumsi dasar tersebut, penelitian ini berpijak pada pandangan bahwa perubahan dari media konvensional ke media digital bukan

hanya soal teknologi, tetapi juga menyangkut transformasi paradigma, profesionalisme, dan kemandirian jurnalis dalam menghadapi tantangan era komunikasi digital.