

Mediamorfosis Surat Kabar Ke Surat Kabar Online (Studi Kasus Republika Online)

Ratna Puspita

Universitas Bhayangkara Jakarta Raya

napuspita@gmail.com

Abstrak

Tekanan ekonomi dan teknologi komunikasi memaksa media cetak mengadopsi teknologi digital dengan mengembangkan bisnis dalam jaringan (daring) atau online. Harian Republika mengubah strategi bisnisnya dengan mengembangkan media online (Republika Online). Transformasi media cetak ke media online menunjukkan apa yang disebut oleh Riger Fiddler (1997) sebagai mediamorfosis. Fidler mengajukan enam prinsip mediamorfosisnya, yaitu koevolusi dan koeksistensi, pewarisan, kelangsungan hidup, peluang dan kebutuhan, penundaan adopsi, dan metamorfosis. Penelitian ini menggunakan paradigma konstruktivis, pendekatan kualitatif, dan studi kasus. Penelitian ini memfokuskan pada transformasi media cetak ke media online. Media massa merupakan perusahaan yang fleksibel dan berubah karena tuntutan teknologi. Republika Online merupakan transformasi Harian Republika. Mediamorfosis ditunjukkan lewat bahasa verbal dan non-verbal dalam berita, penggabungan berbagai medium penyajian berita, dan sistem yang mudah beradaptasi, tetapi kompleks.

Kata Kunci: Mediamorfosis, Media Online, Media Massa.

Abstract

Economic and technological determination drive print media to adopt digital technology. Republika Daily changed its business strategy by developing online media called Republika Online (Republika.co.id). The transformation of print media to online media shows what Riger Fiddler (1997) called mediamorphosis. Fidler proposed six principles of mediamorphosis: coexistence and coevolution, propagation of dominant traits, survival, merits and needs, delays adoption, and metamorphosis. This paper focused on the transformation of print media to online media. This paper shows mass media is an organization that keeps changing because of technological determination. Republika Online is a transformation of Republika Daily. Mediamorphosis in Republika Online shown through the use of verbal and non-verbal language in the news, the way news is presented, and systems that easy to adapt but complex. The transformation to online medium does not necessarily make the mass media stop changing. Mass media must keep changing along with the development of communication technology.

Keyword: Mediamorfosis, Online Media, Mass Media.

Diterima: 10 Oktober 2018, Direvisi: 5 Desember 2018, Diterbitkan: 15 Maret 2019

PENDAHULUAN

Tekanan ekonomi dan teknologi komunikasi sekitar satu dekade terakhir mendesak industri komunikasi massa, termasuk media massa, untuk melakukan perubahan baik dari sisi struktur maupun presentasi atau penyajian pesan. Internet memaksa media massa, baik media cetak maupun media penyiaran, mengadopsi teknologi digital dengan mengembangkan bisnis dalam jaringan (*daring*) atau *online*.

Media cetak seperti surat kabar harus memiliki layanan berita *daring* melalui *website* karena meningkatnya penggunaan internet di masyarakat. Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia (APJII) melakukan survei mengenai Penetrasi & Perilaku Pengguna Internet Indonesia tahun 2017.

Hasil survei itu menunjukkan penetrasi pengguna internet di Indonesia meningkat menjadi 143,26 juta jiwa atau 54,68 persen dari 262 juta jiwa penduduk negeri ini. Berdasarkan survei yang dilakukan APJII pada tahun 2016, jumlah pengguna internet Indonesia mencapai 132,7 juta jiwa.

Doogan (2009:2) menerangkan sekarang ini merupakan era di mana nilai mata uang tidak stabil dan meningkatnya penggunaan teknologi komunikasi massa lewat meledaknya *dot.com*. Penulis menyimpulkan perubahan teknologi komunikasi yang berlangsung dengan cepat menuntut pilar perusahaan media cetak, termasuk transformasinya dalam bentuk situs berita, untuk terus beradaptasi dan berinovasi agar tidak ketinggalan tren dan mati.

Roger Fidler (2003:106) menerangkan, koran dan majalah telah sampai pada ujung akhir kemampuan penerbitan tinta-pada-kertas tidak berarti penerbitan-penerbitan tercetak dan kata tertulis sudah punah. Domain dokumen terus berevolusi untuk membaktikan tujuan aslinya-memberikan pesan-pesan terstruktur yang berperantara dengan portabilitas maksimum melintasi ruang dan waktu.

Dalam konteks media cetak, adaptasi dan inovasi *daring* untuk memastikan bisnis tetap berjalan sehingga tidak perlu mengakhiri penerbitan. Tidak hanya itu, peralihan ke bisnis *daring* melalui *website* atau situs berita tidak lantas membuat transformasi media cetak selesai.

Media cetak yang berupaya untuk mempertahankan eksistensi dengan melakukan transformasi bentuk dari media cetak ke situs berita, yakni PT Republika Media Mandiri yang menerbitkan *Harian Republika* dan *Republika Online* (*Republika.co.id*). *Republika Online* merupakan media online tertua di Indonesia, yaitu sejak 1996.

Kendati demikian, *Republika Online* merupakan pemain baru dalam bisnis media online. Pada awal penerbitan, *Republika Online* bertujuan melayani pembaca yang tidak terjangkau distribusi *Harian Republika* dan pembaca yang berada di luar negeri.

Republika Online pun hanya menduplikasi materi berita-berita *Harian Republika* secara lengkap. Namun, sejak 2008, arah bisnis *Republika Online* mengalami perubahan. *Republika Online* mengubah cara penyajian berita untuk bersaing dengan media online yang lebih dulu 'menggelar lapak' bisnis di dunia internet seperti Detikcom. Detikcom

sebagai pemimpin pasar (*market leader*) sudah melayani kebutuhan berita untuk pengguna internet sejak 1998.

Tidak hanya *Detikcom*, *Republika Online* juga harus bersaing dengan situs berita lainnya di Indonesia, yaitu *Kompas.com*, *Vivanews*, *merdeka.com*, *Okezone*, *Tribunnews*, *Tempo.co*, *Antara News*, *MetroTVnews.com*, dan *Beritasatu.com*. Persaingan ini menuntut *Republika Online* untuk menyajikan berita secara cepat, singkat, dan berkelanjutan (*stripping*).

Transformasi penyajian berita, termasuk juga struktur, di *Republika Online* belum selesai dan masih terus berlangsung. Internet memungkinkan *Republika Online* mengembangkan penyajian berita, dan interaktivitas.

JR Dominick (2009:89) menyebutkan beberapa keuntungan dari penyajian berita pada media online, di antaranya adalah media online yang cenderung tidak memiliki batasan. Dengan demikian, media online dapat memfasilitasi tulisan yang panjang, dan transkrip dari wawancara dengan narasumber.

Tidak hanya itu, JR Dominick (2009:89) menyebutkan media online dapat menyajikan pesan lewat format multimedia, misalnya menampilkan tabel maupun grafis dalam teks berita dengan mudah, menyajikan berita dengan foto, video, dan cuplikan audio.

Selain itu, karakter interaktivitas internet memungkinkan media online mengembangkan jaringan sosial pembaca mereka. Media online dapat menyediakan fitur dari konten yang juga dapat dibuat oleh penggunanya.

Transformasi media cetak ke media online menunjukkan apa yang disebut oleh Riger Fiddler (1997) sebagai mediamorfosis. Akinwale Olusola, Seriki Ibrahim & Gutura Priscilla (2017) mengatakan mediamorfosis ini terkait dengan perubahan proses pengumpulan berita, prosedur pemrosesan dan metode diseminasi yang melibatkan teknologi media. Fiddler (dalam Olusola dkk, 2017) berpendapat kebutuhan akan hubungan yang rumit antara tekanan sosio-politik dan inovasi teknologi menuntut transformasi media. Fiddler melihat mediamorfosis sebagai metode penyatuan evolusi teknologi di media komunikasi.

Karena itu, penulis tertarik untuk melakukan penelitian untuk mendeskripsikan transformasi medium atau mediamorfosis di *Republika Online*. Penelitian mediamorfosis ini pernah dilakukan oleh Fransisca Hana dan Cici Eka Iswahyuningtyas yang berjudul *Konvergensi Media dan Mediamorfosis: Evaluasi Strategi Digitalisasi Media Cetak di Majalah Tempo*.

Penelitian Fransisca dan Cici mengacu pada konsep strategi konvergensi media dan mediamorfosis. Temuan penelitian menunjukkan media cetak melakukan mediamorfosis dengan memperluas platform ke digital. Mediamorfosis dilakukan melalui koevolusi, konvergensi dan kompleksitas. Untuk mewujudkan konvergensi, media cetak menggunakan strategi *single newsroom melalui tactical convergence, redesign*

jobdesc, structural convergence, information gathering convergence, dan storytelling convergence

Perbedaan penelitian ini dengan penelitian yang dilakukan oleh Fransica dan Hana, yakni penelitian ini memfokuskan pada transformasi media cetak ke media online. Transformasi ke laman daring berupa media online tidak lantas membuat perubahan berhenti. Sebaliknya, perubahan masih terus terjadi sehingga memunculkan karakteristik jurnalisisme online yang berbeda dengan jurnalisisme media cetak.

Penulis ingin melihat beberapa hal yang dirumuskan melalui pertanyaan berikut ini: **Bagaimana mediamorfosis atau transformasi media massa dari media cetak ke media online di Indonesia?** Beranjak dari rumusan masalah itu, penelitian ini bertujuan mendeskripsikan mediamorfosis atau transformasi media mssa dari media cetak ke media online di Indonesia.

Penelitian ini diharapkan memberikan gambaran perubahan teknologi terhadap keberadaan media cetak, transformasi digital di media massa. Penulis juga berharap penelitian ini bisa memperkaya pertumbuhan dan perkembangan pengetahuan, khususnya kajian masalah komunikasi mengenai media massa. Penelitian ini menghasilkan analisis relevan yang memberikan kontribusi terhadap studi komunikasi mengenai jurnalisisme dan media massa online. Penelitian ini juga diharapkan bisa menjadi referensi bagi peneliti berikutnya yang berminat menganalisis mengenai media massa, media online, dan jurnalisisme online.

Penelitian ini diharapkan bermanfaat bagi wartawan, pekerja media, dan praktisi komunikasi, dalam melaksanakan pekerjaannya untuk agar media online tidak lagi dianggap sebagai jurnalisisme kelas dua. Dalam bidang sosial, khususnya bagi masyarakat, hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan gambaran praktik media massa sehingga menumbuhkan pemikiran khalayak dalam melihat teks media massa.

TINJAUAN PUSTAKA

Surat Kabar Online

Media online merupakan surat kabar dalam bentuk digital. Roger Fidler membagi komunikasi menjadi tiga domain, yakni penyiaran, dokumen, dan antarpersonal. Fidler (2003:106) menerangkan, koran dan majalah telah sampai pada ujung akhir kemampuan penerbitan tinta-pada-kertas. ...tidak berarti penerbitan-penerbitan tercetak dan kata tertulis sudah punah. Domain dokumen terus berevolusi untuk membaktikan tujuan aslinya-memberikan pesan-pesan terstruktur yang berperantara dengan portabilitas maksimum melintasi ruang dan waktu.

Domain dokumen muncul bersamaan dengan perkembangan bahasa tulisan. Ciri utama domain dokumen, yaitu bentuk-bentuk dokumen bisa dibawa ke mana-mana, kemudahan, kesederhanaan, dan keandalannya. Namun karena waktu yang diperlukan untuk mengarang dan menyampaikan dokumen-dokumen tertulis maka semua

komunikasi di dalam domain ini sejak dulu merupakan komunikasi tertunda (Fidler, 2003:62-63).

Dalam domain dokumen, isi dan konteks disampaikan secara abstrak melalui alfabet fonetik atau huruf-huruf piktografik, bukannya melalui suara-suara atau gambar-gambar alami. Para pembaca harus menafsirkan kata-kata dan simbol-simbol tertulis dan memberinya makna. Akibatnya, membaca dan mengilas informasi tertulis mengharuskan penerima untuk melakukan pemrosesan analitis yang lebih besar dibandingkan dengan kebanyakan bentuk penyiaran (Fidler, 2003:64).

Penulis memahami bahwa penyajian berita yang memfokuskan pada susunan huruf atar tulisan menunjukkan domain dokumen. Domain dokumen ini berkembang lewat penerbitan atau tercetak seperti surat kabar. Surat kabar menyajikan berita lewat susunan huruf-huruf atar tulisan. Namun, domain dokumen ini terus berevolusi. Pada era digital sekarang ini, domain dokumen berevolusi dalam bentuk *website*. Media lama membuat *website* agar tetap bertahan pada bisnis yang menyajikan berita.

Fidler (2003:35) menjelaskan media baru tidak muncul begitu saja. Ketika bentuk-bentuk media komunikasi yang lebih baru muncul, bentuk-bentuk yang terdahulu biasanya tidak mati-terus berkembang dan beradaptasi.

Straubhaar, LaRose, dan Davenport (2012:21-24) menjelaskan media lama berupaya mengambil ceruk di media baru. Straubhaar, LaRose, dan Davenport (2012:102) mengatakan surat kabar online berkembang karena ada pemotongan biaya mahal yang harus dikeluarkan untuk tinta, kertas, dan distribusi (truk dan personil). Ribuan surat kabar eksis di internet dengan memiliki situs.

Penulis memahami bahwa media massa, termasuk media cetak, akan berupaya mengatasi hambatan jarak, ruang, dan waktu untuk menyampaikan berita kepada masyarakat. Media cetak juga mengatasi tantangan zaman, yakni digitalisasi, dengan mask ke media baru. Media 'baru' akan terus bermunculan di masa mendatang. Informasi yang disajikan oleh media online meneruskan ide-ide manusia mengenai praktik jurnalistik yang sudah dimulai oleh *Acta Diurna* (Jurnal Harian) pada 59 sebelum masehi hingga kemudian dilanggengkan oleh media cetak.

Penulis juga menyimpulkan media online merupakan surat kabar online. Media online mengatasi persoalan surat kabar dalam penyampaian pesan. Pesan dalam media online memang merupakan pesan tertunda karena tersusun dalam alfabet sehingga pengirim pesan harus menuliskannya. Namun, media online menyampaikan pesan tersebut lebih cepat dibandingkan media cetak. Kendati demikian, media online tetap memiliki fungsi serupa media cetak sebagai media baca.

Jika dikaitkan dengan penelitian ini maka *Republika Online* merupakan bentuk surat kabar online dari *Harian Republika*. *Republika online* merupakan menyampaikan berita dalam bentuk alfabet atau tulisan lebih cepat dibandingkan *Harian Republika*. Kendati demikian, *Republika Online* tetap memiliki fungsi serupa media cetak sebagai media baca.

Mediamorfosis

Fidler (1997) melihat mediamorfosis sebagai metode penyatuan evolusi teknologi di media komunikasi. Fidler mendefinisikan mediamorfosis sebagai transformasi media komunikasi yang biasanya ditimbulkan akibat hubungan timbal balik yang rumit antara berbagai kebutuhan yang dirasakan, tekanan persaingan dan politik, serta berbagai inovasi sosial dan teknologi (Olusola dkk, 2017; Fidler, 2003:35).

Dalam mediamorfosis, Fidler menyebutkan tiga konsep, yakni kompleksitas, konvergensi dan koevolusi. Koevolusi adalah perubahan dari penggunaan bahasa lisan dan tulisan sebagai bahasa sehari-hari berevolusi membangun kelas baru dalam bahasa yang dikenal dengan bahasa digital. Bahasa ini merupakan lingua franca komputer dan berbagai jaringan telekomunikasi global. Konvergensi adalah proses akibat adanya sedikit kesamaan antara penyiaran, film, percetakan, dan industri komputer. Konvergensi adalah persilangan alur atau kombinasi yang menghasilkan transformasi pada setiap pemusatan atau penyatuan teknologi, seperti penciptaan teknologi dan penyatuan baru. Kompleksitas merupakan akibat proses konvergensi. (Olusola dkk, 2017; Asa Briggs dan Peter Burke, 2006; Fidler, 2003:429).

Olusola dkk (2017) mengatakan konsep tersebut merupakan ampul di mana Fidler mengajukan enam prinsip mediamorfosisnya. Enam karakteristik fundamental dari mediamorfosis memandu pemikiran transformasi media yaitu. koevolusi dan koeksistensi, pewarisan, kelangsungan hidup, peluang dan kebutuhan, penundaan adopsi, dan metamorfosis. Fidler (1997) memberikan kontribusi yang signifikan untuk menghubungkan evolusi, koeksistensi, dan ketahanan bentuk media dengan proses yang disebut mediamorfosis berdasarkan konsep evolusi spesies Darwin. (Olusola, 2017; Dutta-Bergman, 2004; Fidler, 1997: 29).

Fernando Delgado dkk (2009) menjelaskan enam prinsip mediamorfosis Fidler, yakni koevolusi dan koeksistensi, metamorfosis, pewarisan, kelangsungan hidup, peluang dan kebutuhan, dan adopsi yang tertunda. Prinsip koevolusi dan koeksistensi menyatakan bahwa semua bentuk media berkembang bersama-sama dan media baru dibentuk oleh dan, pada gilirannya, membentuk media yang lebih tua. Prinsip metamorfosis menjelaskan bahwa media baru muncul secara bertahap dari metamorfosis media yang lebih tua. Prinsip pewarisan menyatakan bahwa menggabungkan bentuk media membawa sifat dominan dari media yang lebih tua. Prinsip bertahan hidup adalah semua media beradaptasi untuk bertahan hidup. Prinsip peluang dan kebutuhan menyatakan bahwa media baru tidak hanya beruntung atas dasar teknologi tetapi juga atas dasar faktor ekonomi, sosial, dan politik.

Menurut Delgado dkk (2009), Fidler juga menghindari istilah Thomas Kuhn, "paradigma" dan "pergeseran paradigma", tetapi menegaskan bahwa perubahan iklim harus tersedia agar transisi media terjadi. Prinsip adopsi yang tertunda menegaskan

bahwa media baru membutuhkan waktu lebih lama dari yang diharapkan untuk menjadi sukses komersial.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan paradigma konstruktivis. Menurut Patton (2002:96-97), para peneliti konstruktivis mempelajari beragam realita yang terkonstruksi oleh individu dan implikasi dari konstruksi tersebut bagi kehidupan mereka dengan yang lain.

Penelitian ini menggunakan metode kualitatif yang memberi peluang yang besar bagi dibuatnya interpretasi-interpretasi alternatif. Penggunaan metode kualitatif juga sejalan dengan paradigma konstruktivis. John W Creswell (2010:4-5) menjelaskan proses penelitian kualitatif melibatkan upaya-upaya penting, seperti mengajukan pertanyaan-pertanyaan dan prosedur-prosedur, mengumpulkan data yang spesifik dari partisipan, menganalisis data secara induktif mulai dari tema khusus ke tema umum, dan menafsirkan data.

Penulis akan melakukan wawancara bertipe *open-ended* atau terbuka untuk mengumpulkan data. Yin (2002:108) mengatakan, wawancara bertipe *open-ended* merujuk pada wawancara di mana peneliti dapat bertanya kepada responden kunci tentang fakta suatu peristiwa di samping opini mereka mengenai peristiwa yang ada.

Untuk pengamatan, penulis akan melakukan observasi partisipan. Menurut Yin (2002:114), observasi partisipan merupakan suatu observasi khusus di mana peneliti tidak hanya menjadi pengamat yang pasif, melainkan juga mengambil peran dalam situasi tertentu dan berpartisipasi dalam peristiwa-peristiwa yang akan diteliti.

Penulis akan melakukan wawancara mendalam dengan wartawan *Republika Online* serta observasi di *Republika Online*. Selanjutnya, penulis akan menganalisis wawancara dengan wartawan *Republika Online* dengan enam prinsip mediamorfosis milik Fidler, yakni koevolusi dan koeksistensi, metamorfosis, pewarisan, kemampuan bertahan, peluang dan kebutuhan, pengadopsian yang tertunda. Teknologi teknologi media baru selalu membutuhkan waktu yang lebih lama daripada yang diperkirakan untuk mencapai kesuksesan bisnis.

HASIL PENELITIAN

Republika Online merupakan transformasi media cetak, yakni *Harian Republika*. Transformasi surat kabar menjadi surat kabar online ini sebagai akibat dari berbagai kebutuhan yang dimunculkan dari tekanan persaingan, perubahan khalayak dari konsumen menjadi produsen konten pada era digital, serta tekanan teknologi internet. Teknologi internet mengharuskan surat kabar beralih menjadi surat kabar online dengan menyajikan berita cepat, ringkas, dan berkelanjutan (*stripping*), multimedia (teks, video, dan suara), serta memungkinkan adanya interaktivitas dengan pembaca sebagai pengguna lain di internet.

Sebenarnya kalau kita bicara *Republika Online* itu termasuk online tertua. Sudah ada sejak 1990-an. *Republika Online* ketika itu hanya mempromosikan berita-berita yang ada di koran. Semua berita yang muncul di koran ditempel di media online, tapi tidak ada berita model kecepatan mengikuti peristiwa baru, ada redaktur khusus yang menangani khusus. Tetapi kemudian digarap serius. Dari situ, konten juga sudah mengalami perubahan banyak, dilakukan perubahan banyak. (Wakil Redaktur Pelaksana *Republika Online* Joko Sadewo).

Mediamorfosis *Republika Online* menunjukkan bahwa surat kabar online merupakan bagian dari sistem teknologi, ekonomi, industri komunikasi massa, dan bisnis jurnalistik yang saling terkait. Mediamorfosis *Republika Online* memperlihatkan adanya kesamaan dan hubungan antara bentuk *Harian Republika* sebagai media cetak tradisional dan *Republika.co.id* sebagai media baru. Kesamaan dan hubungan ini juga akan terlihat pada bentuk-bentuk penyajian pesan lainnya yang sedang dikembangkan oleh *Republika Online*, yakni media sosial (*Facebook, Twitter, Youtube, dan Instagram*) serta *Republika TV* sebagai kanal televisi *streaming* di *Republika.co.id*.

Mediamorfosis *Republika* memperlihatkan kemunculan *Republika Online* tidak lantas menghapus penyajian berita yang memfokuskan pada tulisan, desain, dan foto. Sebaliknya, bentuk-bentuk penyajian berita pada *Harian Republika* lewat teks berita, foto, dan desain terus berkembang dan beradaptasi pada media online sebagai media baru.

Joko Sadewo (2018) mengatakan konten berita koran dan online sebenarnya sama. Kedua medium menyajikan berita dalam bentuk tulisan, desain, gambar. Khusus gambar, di koran hanya menyajikan gambar diam atau foto, sedangkan online tidak hanya foto melainkan juga menyajikan video. Akan tetapi, ada perbedaan gaya penulisan dan pengemasan isu untuk media online.

Kalau misalnya kita ngomong berita-berita yang menarik di online itu, apakah sama dengan berita yang menarik di koran? Itu yang sangat berbeda. Misalnya berita yang menarik dan bagus di koran belum tentu banyak pembacanya ketika itu dilempar ke online. Dan, satu berita yang sampah di koran, itu kadang jadi satu berita yang sesuatu yang sangat besar dan paling banyak dibaca di online. (Joko Sadewo)

Mediamorfosis *Republika Online* ini ditandai oleh tiga hal, yakni penyajian berita yang menggunakan bahasa verbal, yakni tulisan, dan bahasa non-verbal lewat desain karikatur dan infografis, dan foto; penggabungan berbagai medium penyajian berita, yakni media cetak, media televisi, dan internet; sistem yang mudah beradaptasi, tetapi kompleks dengan melibatkan sejumlah keahlian mulai dari jurnalistik, desain, dan IT.

Bahasa verbal dan non-verbal dalam berita

Pengguna di internet mengonsumsi berita di *Republika Online* dengan cara membaca. Dengan demikian, *Republika Online* menyajikan berita dalam bentuk teks atau tulisan. Format bahasa verbal ini menunjukkan *Republika Online* memiliki presentasi atau penyajian berita yang sama dengan *Harian Republika*.

Karena itu, proses wartawan *Republika Online* melakukan pekerjaan jurnalistik pun hampir sama dengan ketika hanya menyajikan berita melalui *Harian Republika*. Wartawan melakukan peliputan, mewancarai narasumber, dan kemudian menuliskannya.

Jika ada yang kemudian berubah atau bertransformasi dalam proses ini terkait dengan kecepatan penyajian berita. Perbedaan mendasar dari penyajian berita di *Republika Online* dan *Harian Republika*, yakni kecepatan penyajian berita.

Yang penting cepat. Yang penting informasi awalnya ada apa itu harus pertama. Selanjutnya bisa didalami dengan berita selanjutnya. Faktornya kan kecepatan yang lebih diutamakan. Berita juga tidak dalam, bukan analisis, yang penting informasinya apa, *what* dan *when* saja. (Redaktur *Republika Online* Esthi Maharani)

Media online memfokuskan pada penyajian berita cepat. Karena itu, jika pada era *Harian Republika*, wartawan dapat menunda menuliskannya sesuai waktu tenggat berita pada sore hari, maka tidak demikian pada era *Republika Online*. Wartawan harus menulis berita setelah selesai melakukan peliputan dan wawancara narasumber. Dengan demikian, wartawan harus terbiasa berpikir cepat, menentukan *angle* atau sudut pemberitaan dengan cepat, memilah informasi yang penting, menuliskan informasi yang penting tersebut karena berita harus segera ditayangkan.

Proses-proses jurnalistik kan sama-sama dilakukan oleh reporter. Perbedaannya dari sisi kecepatan, cuma dari itu saja. Kalau reporter yang habitnya sudah di koran pasti dia akan menunggu berita dia lengkap. Dia tidak akan puas kalau berita dia belum lengkap. Dia akan mengirim bahan berita itu dalam bentuk yang lengkap. Beda dengan yang habitnya online, dia begitu dapat sebuah peristiwa, dia tidak perlu menunggu *cover both sides*, dia langsung kirim. Orang Online yang namanya *cover both sides* tidak harus menunggu dalam satu berita, dari sisi *runningan*-nya itu yang menjadi *cover both sides* kita. (Joko Sadewo)

Namun, Esthi mengungkapkan, fokus utama pada kecepatan ini memunculkan masalah, yakni akurasi dan ketidadaan latar belakang cerita. Ia mencontohkan kecepatan membuat penulisan nama kurang lengkap, tidka ada latar belakang pada berita. Padahal, tidak semua orang memahami konteks atau latar belakang narasumber berbicara. Alhasil, berita di online kerap hanya berfungsi menginformasikan, bukan

sebagai sarana belajar. Idealnya, berita online mengutamakan kecepatan, akurasi, dan memberikan pelajaran kepada pembacanya.

Persoalan akurasi dan konteks dalam berita ini membuat *Republika* mengubah kebijakannya. Kecepatan pengiriman dan penyajian berita ini mengalami evolusi atau perubahan. Hingga 2016, pengiriman berita cepat atau sedekat mungkin dengan waktu wawancara menjadi sangat penting agar tidak ketinggalan dengan media pesaing. Dua tahun terakhir, atau 2017 dan 2018, kecepatan menayangkan berita ini mengendur hanya pada peristiwa-peristiwa seperti kecelakaan pesawat Lion Air JT 610, peledakan bom di sejumlah gereja di Surabaya, dan penyerangan Rumah Tahanan Salemba cabang Markas Komando Brigade Mobil (Mako Brimob) Mabes Polri di Depok. Pada berita-berita yang memuat opini narasumber atau *talking news*, penayangan berita tidak diburu-buru.

Pada era berita harus cepat, wartawan *Republika* pun terbiasa menayangkan berita dengan singkat, yakni panjang empat sampai delapan paragraf. Pada era ini, penyajian berita ringkas juga membuat *Republika Online* memuat pernyataan dari seorang narasumber dalam beberapa berita berbeda. Dengan kata lain, keterangan dari narasumber tidak dimuat dengan utuh, melainkan terpisah-pisah dengan cara berkelanjutan. Akan tetapi, tidak demikian, pada dua tahun terakhir. *Republika Online* tidak menyajikan semua berita dengan cara ringkas dan berkelanjutan atau *stripping*. *Republika Online* tidak lagi berfokus menyajikan berita singkat. Sebaliknya, penyajian berita harus memenuhi unsur 5W+1H, yakni *Who, What, Where, When, Why, dan How*. Bahkan, *Republika Online* juga melekatkan konteks dan informasi latar belakang pada berita-beritanya. Dengan demikian, penyajian berita di *Republika Online* pun semakin mirip dengan *Harian Republika*.

Redaktur Pelaksana *Republika Online* Elba Damhuri (2018) kerap mengingatkan kepada para redaktur dalam sesi rapat dan percakapan di grup redaktur *Republika Online* untuk menjaga akurasi. Tidak hanya akurasi data, termasuk juga akurasi diksi dan kesalahan pengetikan. Menurut Elba, meski kesalahan bukan di tingkat redaktur, *Republika Online* tetap akan menjadi sasaran protes dari pembaca. Karena itu, Elba menerapkan kebijakan berita mendalam seperti yang termuat pada kanal *news analysis*.

Mulai 2018, *Republika Online* menyajikan kanal *news analysis* untuk menyajikan berita mendalam dari berbagai perspektif mengenai sebuah isu. Dalam satu hari, setidaknya ada delapan hingga sepuluh berita *news analysis* setiap hari. Penyajian berita mendalam dari berbagai perspektif ini dilakukan oleh redaktur pelaksana, asisten redaktur pelaksana, dan sejumlah redaktur.

Sejak 2016, *Republika Online* juga tidak lagi hanya memfokuskan berita pada tulisan. *Republika Online* juga melakukan transformasi dari sisi sajian dengan mewajibkan redaktur untuk menyajikan berita multimedia. Setiap hari, redaktur *Republika Online* wajib membuat tiga berita yang memuat tautan berita lain, dan dua berita yang memadukan teks, foto, video, atau infografis dalam naskah. Di luar

pemuatan video, penyajian yang melibatkan teks, foto, dan desain ini memperlihatkan *Republika Online* sebagai media online merupakan transformasi *Harian Republika* sebagai media cetak.

Dengan demikian, *Republika Online* tidak muncul begitu saja dan terlepas dari media cetak sebagai penyajian berita pada era lama. *Republika Online* muncul secara bertahap dari metamorfosis *Harian Republika*. Meski internet membuat *Republika Online* sebagai medium yang baru, *Harian Republika* yang termuat dalam bentuk tercetak masih tampak pada media baru. Bahkan, *Republika Online* menunjukkan bahwa *Harian Republika* telah beradaptasi dengan teknologi baru dan terus berkembang. Bentuk *Republika Online* pun mewarisi sifat-sifat dominan yang muncul dari *Harian Republika*, yakni teks tulisan, desain, dan foto.

Penggabungan berbagai medium penyajian berita

Konvergensi menjadi esensi dari perubahan *Harian Republika* menjadi *Republika Online*. Konvergensi merupakan proses penggabungan teknologi baru dengan teknologi media yang sudah ada. Konvergensi yang terjadi di *Republika Online* mulai dari proses pencarian berita, penyajian berita, hingga konsumsi berita. Pada proses pencarian berita, wartawan *Republika Online* memanfaatkan berbagai teknologi baru dan lama. Pada teknologi lama, pencarian berita dilakukan dengan cara mendatangi lokasi kejadian, mewawancarai narasumber. Sejumlah narasumber yang lokasinya jauh, wartawan *Republika Online* akan menghubunginya melalui telepon. Bagi berita-berita internasional, wartawan *Republika* juga melakukan proses terjemahan berita dari media asing, khususnya kantor berita asing seperti *Reuters*.

Biasanya kalau di ROL, ada grup, diminta *budgeting* isu. Ini mirip sebenarnya dengan di koran, isu-isu unggulan apa yang besok dilimpahkan ke reporter. Di situ, redaktur disuruh *nyebutin*, lalu reporter bisa belanja barang itu. Caranya bisa telepon narasumber atau ke lapangan. (Redaktur *Republika* Erik Purnama Putra)

Pencarian berita pada teknologi baru sebenarnya hanya meluaskan cara-cara yang sudah ada sebelumnya. Misalnya, siaran langsung memungkinkan wartawan lebih dekat dengan lokasi kejadian atau tempat terjadinya peristiwa sehingga wartawan *Republika Online* bisa menulis berita dengan lebih cepat. Telepon telah berevolusi menjadi telepon seluler dan kemudian telepon pintar yang memungkinkan para penggunannya bertukar pesan lewat media sosial jenis percakapan seperti *Whatsapp*. Karena itu, wawancara bisa dilakukan lewat *whatsapp*. Begitupula dengan proses pencarian berita internasional. Kini, pencarian berita asing lebih luas karena internet memungkinkan wartawan mencari berbagai sumber di internet. Bahkan, redaktur *Republika Online* juga harus *melek* dengan media sosial.

Online kan selalu bersinggungan dengan sesuatu yang tidak lepas dari internet, berkaitan dengan internet, berhubungan dengan komunitas yang lain. Jadi kalau suatu redaktur yang bekerja di media online tidak memahami media sosial, entah itu *facebook*, *twitter*, dan segala macam jenisnya, bagaimana mereka memahami yang terjadi di sana. Sebab, wacananya bakal terjadi di sana. Sesuatu yang *rame* di media sosial akan jadi sesuatu yang akan sangat menarik dibicarakan di media online. Begitu juga sebaliknya apa yang dibawa media online itu akan punya efek dan menjadi pembicaraan yang muncul di media sosial. (Joko Sadewo)

Transformasi pada pencarian berita ini juga menyeret perubahan di sisi penulisan dan pengiriman berita. Wartawan tidak lagi tergantung pada komputer meja (*desktop*) untuk mengirimkan berita. Teknologi internet dan telepon pintar membuat wartawan bisa bekerja melalui teleponnya. Proses pengiriman berita pun beragam mulai dari melalui surat elektronik atau surel hingga menggunakan media sosial jenis percakapan. Pada penyajian berita, dari sisi penggunaan gawai, redaktur juga tidak lagi tergantung pada komputer meja (*desktop*) untuk mengedit berita. *Republika Online* menggunakan sistem manajemen konten (*content management system*, disingkat CMS) untuk mengunggah berita. CMS ini bisa diakses melalui telepon selular sehingga memudahkan redaktur untuk mengunggah dari mana saja asalkan ada akses internet. Karena itu, *Republika Online* pun membebaskan redaktornya untuk bekerja dari mana saja pada waktu-waktu tertentu.

Hal lain pada penyajian berita, yakni berita ditayangkan tidak hanya dalam format tulisan, melainkan juga foto, desain berupa infografis, dan video. Penyajian ini menunjukkan konvergensi platform sehingga menghasilkan presentasi multimedia. McNair (dalam Heinrich, 2011:28) mengatakan jurnalisme sekarang dipraktikkan di dalam lingkungan komunikasi dan informasi yang berubah secara dramatis — sebuah lingkungan *multimedia dan multichannel* dengan kompleksitas dan keterhubungan yang belum pernah terjadi sebelumnya.

Pada konsumsi berita, *Republika Online* harus bisa diakses lewat berbagai gawai, mulai dari *mobilephone*, hingga komputer. Transformasi lainnya, yakni interaktivitas pengguna lain di internet yang semakin terbuka. Internet memungkinkan pembaca *Republika Online* bisa langsung berinteraksi dengan berita melalui kolom komentar yang tersedia di setiap berita atau media sosial.

Harus dipahami bahwa paradigma sudah berubah Paradigma bahwa isu dikuasai oleh orang-orang yang berada di media sudah berubah. Kini, isu itu juga dikuasai oleh publik, oleh orang-orang yang menjadi selebritas di media sosial. Koran bukan lagi menjadi satu-satunya atau bukan lagi pemilik isu utama dari sesuatu yang dibicarakan. Koran mau *ngomong* apa tapi kalau publik tidak tertarik itu bakal percuma. Bermain dengan *twitter*, *facebook*,

mereka akan membawa wacana itu. Pembentuk opini itu bukan sekedar koran, kalau kita menafikan media sosial maka kita habis. Publik sekarang membentuk opini, selebritas media sosial yang membentuk opini. (Joko Sadevo)

Keberadaan media sosial sebagai akses ini memunculkan praktik konvergensi lain, yakni pemasaran berita. *Republika Online* juga harus mempromosikan berita tersebut kepada publik. Internet memungkinkan media online melakukan pertukaran informasi dengan pengguna lain seperti media sosial. *Republika Online* menyebarkan tautan (*link*) ke media sosial untuk mempromosikan berita kepada pengguna lain di internet. *Republika Online* memiliki tim media sosial yang memiliki tugas mengelola media sosial seperti *Facebook* dan *Twitter*. Tim ini bertugas mempromosikan konten *Republika Online*. Namun, tim ini tidak hanya memasang tautan berita ke media sosial.

Media sosial lain yang bisa meningkatkan jumlah *viewers*, yaitu blog. Para *blogger* kerap membantu menyebarkan tautan dalam laman pribadi mereka. Setidaknya ada 200 *blogger* yang kerap membagikan tautan dari *Republika Online*. *Republika Online* juga memanfaatkan mesin pencarian Google untuk pemasaran berita. Agar jumlah pembaca lewat mesin pencari meningkat, *Republika Online* memperhatikan pembuatan judul dan *tagging* berita. Judul dan *tagging* berita sangat terkait dengan kemudahan pembaca ketika sedang melakukan pencarian berita. Judul berita harus dibuat dengan kata kunci yang tepat dan disesuaikan dengan *tagging* berita sehingga mengarahkan pembaca ketika melakukan pencarian di mesin pencari.

Media online melibatkan media sosial bukan hanya untuk mempromosikan berita. *Republika Online* membagikan tautan berita ke media sosial untuk mengundang lebih banyak pembaca terlibat dengan isu yang diberitakan. Keterlibatan pembaca dengan cara memperbincangkan isu tersebut di akun media sosial miliknya. Media online, seperti media cetak, juga memiliki perhatian terhadap isu tertentu. Adanya perhatian khusus dalam peliputan isu tertentu menunjukkan agenda media. Tujuan media memiliki agenda, yaitu mendapatkan perhatian dari media lain, publik, dan pembuatan kebijakan (McQuail, 2010:513). *Republika Online* memberikan label Topik Terhangat untuk isu-isu yang menjadi agenda atau mendapat perhatian khusus. *Republika Online* menempatkan label Topik Terhangat pada halaman depan (*homepage*).

Sistem yang mudah beradaptasi, tetapi kompleks

Republika Online merupakan situs berita pertama di Indonesia. Selama 13 tahun, *Republika Online* memperluas fungsi distribusi *Harian Republika* sehingga masyarakat yang tidak terjangkau bisa membaca berita-berita yang ditulis oleh wartawan *Republika*. Namun, *Republika Online* tidak memperluas fungsi menyampaikan berita dengan cepat. Determinasi teknologi dan ekonomi membuat *Republika Online* harus mengubah tujuan tersebut. Determinasi teknologi, yaitu meningkatnya penggunaan

teknologi komunikasi. Determinasi ekonomi karena adanya tekanan mendapatkan keuntungan.

Republika harus beradaptasi dengan perkembangan teknologi komunikasi massa, yaitu internet. Ketika banyak orang menggunakan *gadget* maka penetrasi internet meningkat. Ini membuka peluang bisnis bagi perusahaan media cetak untuk melakukan ekspansi ke internet. Perusahaan media cetak harus berekspansi ke internet dengan memiliki media online sebagai adaptasi terhadap kebaruan teknologi komunikasi massa. Perusahaan media cetak yang tidak mengembangkan bisnis online akan tertinggal dan terancam kehilangan keuntungan.

Perusahaan media massa harus mengembangkan media online menjadi entitas bisnis yang menguntungkan. Karena itu, *Republika* pun mengikuti tren media cetak harus mengembangkan media online. Artinya, *Republika Online* tidak bisa lagi hanya memperluas fungsi distribusi *Harian Republika*. *Republika Online* harus pula memperluas fungsi menyampaikan berita dengan cepat.

Struktur organisasi *Republika Online* juga harus beradaptasi dengan perubahan penyajian berita ini. Sebelum pengembangan bisnis, *Republika Online* hanya memiliki dua pekerja untuk memindahkan berita dari *Harian Republika* ke *Republika Online*. Pengembangan *Republika Online* berarti harus ada redaktur khusus yang menggarap konten berita.

Selain itu, *Republika* mendorong reporter mampu menyajikan berita untuk dua *platform* berita berbeda. Tidak ada spesialisasi. Semua reporter harus mampu mengirimkan berita dengan cepat sesuai tuntutan media online dan menganalisis berita sesuai tuntutan media cetak.

Republika pun membuat subdivisi baru untuk memudahkan 'produksi' berita untuk konsep *multiplatform* tersebut, yaitu *Newsroom*. *Newsroom* merupakan perubahan paling signifikan ketika *Republika* memutuskan berekspansi ke media online. Keberadaan *Newsroom* untuk menyiapkan *Republika* dalam konteks *multiplatform*. *Newsroom* bertugas mengoordinasikan peliputan reporter dan memastikan kelancaran pasokan berita dari reporter untuk koran dan online.

Ada kebijakan perubahan drastis ketika menggarap serius online. Kebijakan secara umum waktu itu, ada di jajaran redaksi dengan memunculkan *Newsroom*. Itu yang paling membedakan, paling signifikan. Keberadaan *Newsroom* itu untuk menyiapkan *Republika* dalam konteks *multiplatform*. Jadi mimpinya dulu *Newsroom* itu jadi ruang untuk memasak berita untuk kebutuhan koran, kebutuhan online, kebutuhan radio, televisi, dan lain sebagainya termasuk majalah. Dari situ kan sudah kelihatan dengan adanya *newsroom*, *Republika* secara umum sudah memikirkan online itu sesuatu yang harus digarap serius dengan menyediakan reporter. Jadi reporter itu disiapkan tidak hanya sebagai support untuk kebutuhan konten koran, namun juga

online. Itu yang aku bilang mulai serius menggarap konten online. (Joko Sadewo)

Perubahan tidak akan berhenti melainkan berlangsung terus-menerus di masa mendatang. Karena itu, sistem yang adaptif ini terus melakukan adaptasi sehingga *Republika* tidak ketinggalan zaman (*outdated*). *Republika Online* pun melakukan evaluasi terhadap perubahan yang dilakukan. Evaluasi untuk mengetahui apakah perubahan itu mendatangkan keuntungan atau justru menciptakan inefisiensi untuk perusahaan.

Pada pengembangan tahap awal, *Republika Online* membuat banyak kanal untuk memberikan pembaca variasi berita. Kendati demikian, kanal yang terlalu banyak tidak efisien. Sejak 2013, *Republika Online* mengurangi jumlah kanal karena menyesuaikan dengan strategi pasar. Strategi pasar, yaitu memfokuskan pada konten yang menjadi kekuatan *Republika Online* seperti berita-berita agama dan nasional. *Republika Online* juga mengubah kanal menjadi subdomain, misalnya www.republika.co.id/nasional menjadi www.nasional.republika.co.id.

Tuntutan perubahan karena perusahaan juga harus bersaing dengan perusahaan lainnya. *Republika Online* harus bersaing dengan perusahaan media online lainnya seperti Detik.com, Liputan6.com, Kompas.com, Tribunnews.com, Merdeka.com, Okezone.com, Viva.co.id, Suara.com, Tempo.co, Kapanlagi.com, dan JPNN.com. Jika tidak menunjukkan kebaruan atau kemampuan beradaptasi dengan tren maka *Republika Online* berada dalam ancaman tertinggal oleh kompetitornya yang ditandai oleh penurunan peringkat.

Sistem yang adaptif ini juga memiliki kompleksitas. Kompleksitas ini di antaranya karena melibatkan orang-orang dari latar belakang berbeda. Media massa, baik pada era lama maupun baru, tidak hanya mengandalkan jurnalis atau wartawan dalam menyampaikan berita. Ada dukungan teknis untuk memastikan berita dapat tersampaikan dengan baik. Pada *Harian Republika*, dukungan teknis ini terkait dengan keberadaan desainer halaman atau *lay out*. Desain perwajahan surat kabar telah menjadi bagian dalam proses penyajian berita.

Desain ini bermetamorfosis di media online. *Republika Online* juga memiliki sejumlah desain-desain infografis yang akan membuat presentasi berita tidak hanya berisi teks sehingga membuat pembaca jemu. Namun, desain bukan satu-satunya dukungan teknis di media online. Dukungan teknis yang paling krusial pada era media baru, yakni kemampuan teknologi informasi (IT). Media online sangat mengandalkan internet untuk menjaga pembaca. Karena itu, IT menjadi elemen penentu kesuksesan *Republika Online*.

Tugas IT paling krusial, yakni memastikan keamanan jaringan. Tidak ada gangguan pada penyimpanan berita, pengiriman berita, dan CMS. Meski yang paling krusial, tugas terkait jaringan bukan hanya satu-satunya tugas tim IT di *Republika*

Online. IT juga sangat terkait dengan kemampuan *Republika Online* menyajikan berita multimedia, pengembangan kanal, hingga membaca tren karakteristik pembaca.

Ke depan kita sadar bahwa media online ini menjadi tidak hanya prospektif. Bahwa kebutuhan-kebutuhan media sekarang ini tidak saja akan bertumpu ke media online. Dengan teknologi yang tumbuh cepat, orang akan semakin mudah menggunakan akses teknologi, *gadget* dan segala macam, akses berita akan tumbuh lebih bagus lagi. Media online ke depannya akan mengalami pertumbuhannya, bisnis, kita tidak bisa menafikan itu. Pergeseran dan pertumbuhan iklan di Online itu sudah cukup bagus. Ke depannya akan lebih banyak lagi. Semakin banyak orang melek teknologi, industri itu akan bergeser. Kebutuhannya bagaimana kita semakin memperbaiki teknologi yang kita punya, bagaimana lebih mudah diakses di Android, IOS. (Joko Sadewo)

KESIMPULAN

Transformasi *Harian Republika* ke laman daring berupa *Republika Online* tidak lantas membuat perubahan berhenti. Sebaliknya, perubahan masih terus terjadi sehingga memunculkan karakteristik jurnalisme online yang berbeda dengan jurnalisme media cetak.

Penulis menyimpulkan jurnalisme online telah mengalami evolusi sejak hampir dua dekade terakhir sehingga menghasilkan berbagai produk jurnalistik yang menggabungkan budaya jurnalisme cetak dan teknologi media baru. Jurnalisme online sekarang ini mengarah pada apa yang disebut sebagai jurnalisme multimedia atau menghadirkan berita dengan menggabungkan berbagai format: tulisan, foto, audio, infografis.

Jurnalisme multimedia juga menekankan pada jurnalisme yang memfokuskan presentasi atau penyajian berita pada penggabungan gaya penyajian surat kabar cetak dengan karakteristik media baru. Jurnalisme ini menggunakan teknik visualisasi data, penautan *hypertextual*, dan intergrasi media sosial. Format jurnalisme ini masih terus berkembang.

Pengembangan yang mungkin terjadi pada *Republika Online* pada masa mendatang, yakni konvergensi media sosial. Media sosial sudah selayaknya tidak hanya menjadi sarana menyebarkan *link*. Media sosial merupakan Bagian media baru sehingga data dikembangkan menjadi medium menyampaikan berita atau reportase melalui media sosial.

REFERENSI

- Avilés, José Alberto García, & Miguel Carvajal. 2008. *Two Models of Multimedia News Production – The Cases of Novotécnica and La Verdad Multimedia in Spain*. *Convergence: The International Journal of Research into New Media Technologies*. Sage Publications, Vol 14(2): 221–239
- APJII. *Perilaku Pengguna Internet Indonesia*. Maret 2018. Jakarta: APJII. Diunduh pada 20 April 2018.
- Creswell, John W. Penerjemah Achmad Fawaid. 2009 (Edisi Ketiga). *Research Design: Pendekatan Kualitatif, Kuantitatif, dan Mixed*.
- Delgado, Fernando; William G. Covington Jr., Honey Rand, Kristina K. Horn Sheeler, Jonathan Nichols-Pethick, Mary O'Shea, James J. Tarbox, Michael S. Hanna & William J. Leonhirth (1998) *Book reviews, Southern Communication Journal*, 63:3, 257-270, DOI: 10.1080/10417949809373098. <http://dx.doi.org/10.1080/10417949809373098>
- Denzin, NK, dan Lincoln YS (Ed). 1994. *Handbook of Qualitative Research*. London: Sage Publication.
- Dominick, Joseph R. 2009 (tenth edition). *The Dynamics of Mass Communication: Media in the Digital Age*. New York: McGraw-Hill.
- Doogan, Kevin. 2009. *New Capitalism?: The Transformation of Work*. Cambridge: Polity Press.
- Febriantanto, P. (2018). Implementasi Kebijakan Program Relawan Demokrasi Pada Pemilu 2014 Di KPU Kota Yogyakarta. *Jurnal Kajian Ilmiah*, 18(2), 137-145.
- Fidler, Roger. 2003. Terjemahan Hartono Hadikusumo. *Mediamorfosis: Memahami Media Baru*. Yogyakarta: Bentang Budaya.
- McQuail, Denis. 2010 (Sixth Edition). *Mass Communication Theory*. Sage Publications.
- Ningrum, H. C. S., Jannati, M., Hajar, K., & Kariyam, K. (2018). Penggunaan Information and Communication Technologies Dalam Pembelajaran Jenjang SMP di Yogyakarta. *Jurnal Kajian Ilmiah*, 18(2), 146-154.
- Patton, Michael Quinn. 2002 (Third Edition). *Qualitative Research and Evaluation Methods*. Sage Publication.
- Strubhaar, Joseph. LaRose, Robert. Davenport, Lucinda. 2013 (Seventh Edition). *Media Now: Understanding Media, Culture, and Technology*. Boston: Wadsworth.

Olusola, Akinwale; Seriki Ibrahim, & Gutura Priscilla (2017). *An Era of Journalism Transition in South Africa: Traditional Media versus Online Media*, *Journal of Social Sciences*, 51:1-3, 1-5, DOI: 10.1080/09718923.2017.1305580. <https://doi.org/10.1080/09718923.2017.1305580>

Yin, Robert K. Terjemahan M Djauzi Mudzakir. 1996. *Studi Kasus: Desain dan Metode*. Jakarta: Rajawali Pers.