

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Penelitian

Internet telah menjadi bagian kehidupan manusia yang tidak terpisahkan. Banyak versi yang mengatakan kapan persisnya internet lahir. Salah satu yang paling terkenal adalah ketika 1962 Advance Research Project Agency (ARPA) mulai mengembangkan jaringan komputer. Kemudian diikuti dengan diluncurkannya ARPAnet secara online (Baran, 2008). Adanya internet membuat proses komunikasi lebih simpel, bahkan lebih pendek. Jika dulu orang harus datang secara tatap muka, hari ini tinggal menggunakan gawai saja. Sistem jaringan ini secara global telah menghubungkan orang di seluruh dunia tanpa perlu bertemu secara fisik.

Internet telah berdampak besar pada umat manusia. Melalui internet, segalanya jadi mudah. Berkat internet apa yang tadinya tidak mungkin menjadi mungkin. Kegiatan yang sedianya dilaksanakan tatap muka kini bisa virtual saja. Belanja, bekerja, belajar, mencari hiburan pun tidak harus keluar rumah. Cukup dengan perangkat gawai dan koneksi internet kita sudah bisa mengakses itu semua. Adanya kemajuan dalam hal internet sejalan pula dengan perubahan pola komunikasi. Seperti yang telah disebutkan di atas, kemudahan dalam hal komunikasi semakin nyata. Bahkan kita kenal pula istilah masyarakat maya. Ini merujuk pada masyarakat berbasis daring yang tempatnya tidak bisa teridentifikasi secara fisik namun interaksinya dapat terlihat secara jelas.

Kemajuan internet ini kemudian dimanfaatkan para pelaku media untuk melakukan konvergensi, bahkan berpindah haluan menjadi “penduduk internet” sepenuhnya. Kita tentu sudah begitu akrab dengan istilah desa global yang dikemukakan oleh McLuhan. Media saat ini telah berkembang sangat pesat, ditandai dengan hadirnya media baru (new media). Dampaknya, segala jenis informasi dapat dengan mudah diakses melalui platform media sosial.

Di Indonesia sendiri media-media mainstream yang dahulu merajai surat kabar macam Kompas, Tempo, kini juga memiliki halaman media daring. Televisi yang pernah berjaya seakan tidak bisa dikalahkan pada masanya juga kini memiliki kanal media daring. Bahkan media yang telat konvergensi pada akhirnya akan mati dilibas oleh zaman.

Fenomena ini bukan tanpa alasan, mengingat kita memasuki era disrupsi teknologi. Istilah disrupsi sendiri sudah ada sejak lama, namun populer belakangan ini. Dalam KBBI disrupsi diartikan sebagai tercabut dari akarnya. Disrupsi kemudian diartikan sebagai era di mana terjadi perubahan yang masif, secara besar-besaran pada suatu fenomena. Maka disrupsi teknologi sendiri disebut perubahan besar di dunia teknologi. Zaman yang semakin canggih karena ditopang internet telah membuat banyak hal menjadi lebih mudah.

Ada satu inovasi di bidang media daring yang bisa dibilang idenya ini cemerlang. Media yang dimaksud di sini adalah Asumsi. Media ini bisa dikatakan menjadi salah satu yang mengawali era baru penyampaian berita. Konsepnya sederhana, Asumsi memberikan akses secara cuma-cuma pada buletin hariannya yang dikirim melalui surat elektronik.

Pada generasi sebelumnya di mana yang booming adalah surat kabar, media promosinya adalah dengan cara berlangganan, kemudian koran akan dikirim setiap pagi ke depan rumah. Di era disrupsi teknologi ini, kegiatan tersebut masih ada. Bedanya cara promosi dengan mengirim berita setiap pagi ini mengalami konvergensi, dengan perbedaan medium yang digunakan. Surat elektronik (Surel/Email) dianggap paling tepat dalam hal promosi berita hari ini.

Proses penyebaran berita melalui surat elektronik ini gratis. Orang hanya tinggal berlangganan dengan memasukkan alamat surel pribadi, kemudian berita dikirim setiap pagi. Selain efektif karena sebagian besar generasi kita hari ini memakai gawai, hal tersebut juga bisa menjadi keunggulan. Mendapatkan update berita-berita terkini hanya melalui genggamannya pribadi.

Melalui penjelasan di atas, sebagai yang berkecimpung di dunia media dan nantinya diproyeksikan terjun langsung ke lapangan, hal ini menarik untuk diteliti. Bagaimana perkembangan dari loper koran konvensional, berubah ke digital. Era jurnalisme baru sudah semakin nampak karena adanya inovasi di bidang media ini. Fenomena baru ini sudah seharusnya masuk dalam kajian mahasiswa jurnalistik.

Posisinya sebagai insan pers, kita juga mesti terbiasa dengan era internet seperti sekarang. Mengikuti perkembangan zaman, kemudian ikut menyesuaikan. Karena tidak bisa dipungkiri akan sulit sebuah media bertahan tanpa bantuan internet hari ini. Ide yang diusung Asumsi perlu kita pelajari, bahkan lebih bagus jika dari ide ini kita melahirkan ide-ide baru yang cemerlang dan bisa lebih bermanfaat untuk kemajuan media nantinya.

Konsep penyebaran berita dengan surat elektronik ini merupakan inovasi yang terbilang baru, namun bukan satu-satunya. Media lain yang juga menggunakan konsep serupa adalah Catch Me Up!. Perbedaan terletak pada konten berita yang disajikan. Catch Me Up! berusaha membuat berita tidak membosankan dengan menggunakan bahasa yang ditulis ulang menggunakan bahasa tutur sehari-hari, sehingga dapat lebih akrab saat dibaca.

Peneliti lebih tertarik meneliti media Asumsi karena sisi keunikannya adalah media ini bagaikan memindahkan halaman koran ke dalam surat elektronik. Setiap *newsletter* yang dikirimkan memiliki konten berupa berita, gambar, bahkan hingga iklan baris. Alasan lainnya adalah penelitian untuk media Catch Me Up! sudah lebih dahulu dilakukan oleh beberapa peneliti lain, sedangkan untuk media Asumsi masih sedikit yang membahasnya, sehingga peneliti bisa fokus meneliti bagian-bagian unik dari Asumsi secara lebih rinci.

B. Fokus Penelitian

Penelitian ini terfokus pada bagaimana inovasi media daring Asumsi menggunakan surat elektronik sebagai media promosinya di era disrupsi digital. Kemudian untuk memperkaya bahasan, kita mengerucutkan penelitian ini pada beberapa pertanyaan penelitian, yakni:

1. Bagaimana strategi mempengaruhi tindakan pembaca untuk memilih media Asumsi sebagai rujukan berita
2. Bagaimana media Asumsi mempengaruhi persepsi dan pengalaman pembaca dengan berita yang dikirim melalui surat elektronik.
3. Bagaimana media Asumsi mengikat pembaca melalui surat elektronik.

C. Tujuan Penelitian

Setelah mengetahui apa saja fokus penelitian ini, di bawah akan diuraikan mengenai tujuan penelitian, di antaranya:

1. Mengetahui strategi yang diterapkan media Asumsi untuk mempengaruhi tindakan pembaca memilih media tersebut sebagai rujukan berita.
2. Mengetahui proses penyebaran berita dengan surat elektronik sehingga bisa mempengaruhi persepsi dan pengalaman pembaca.
3. Mengetahui bagaimana media Asumsi mengikat pembaca dengan berita dari surat elektroniknya.

D. Kegunaan Penelitian

Kegunaan penelitian bisa dilihat dari dua aspek, yaitu secara akademis dan secara praktis. Kegunaan tersebut di antaranya adalah:

1. Secara Akademis

- a. Menjadi bahan kajian jurnalistik yang semakin hari perkembangannya semakin pesat dikarenakan adanya teknologi.
 - b. Berperan dalam pengembangan ilmu jurnalistik online, khususnya dalam strategi promosi media melalui internet.
 - c. Menjadi pijakan untuk peneliti lain jika ingin meneliti hal yang serupa.
- Karena bahasan media tidak akan pernah habis, terlebih teknologi masih terus berkembang, teori dan penelitian ini masih akan terus relevan.

2. Secara Praktis

- a. Membantu menganalisis bagaimana media melakukan promosi pada beritanya, sehingga apabila ada yang dirasa kurang dari sisi konten maupun cara penyampaian bisa ditingkatkan.
- b. Memperkaya bahasan jurnalistik yang dapat digunakan oleh jurusan untuk terus *up to date* dengan kurikulum dan kebutuhan industri media.

E. Kajian Penelitian yang Relevan

Penelitian yang dilakukan memang mencoba mengungkap hal yang baru. Dalam penelitian ini dideskripsikan bagaimana usaha media melakukan inovasi terhadap pesan yang disampaikan dengan bantuan teknologi. Namun secara esensial penelitian ini bukanlah yang pertama apalagi satu-satunya. Beberapa penelitian terdahulu dengan tema serupa telah hadir. Adanya penelitian sebelumnya ini membantu dalam hal penambahan wawasan dan kekayaan referensi.

Misalnya penelitian yang dilakukan oleh Haryati yang membahas mengenai Ekologi Media di Era Konvergensi. Penelitian ini mendekati topik penelitian penulis, namun letak perbedaannya ada di penentuan tema yang umum, sehingga tidak terfokus pada satu media saja. Penelitian dari Haryati ini membahas mengenai media dan upayanya melakukan konvergensi agar menarik audiens dengan memanfaatkan teknologi pada media baru.

Kemudian ada pula penelitian yang dilaksanakan oleh Prasetyawibowo, et al, yaitu Strategi Redaksi Catch Me Up! Dalam Menghadapi Persaingan Industri Media Online. Jurnal ini membahas mengenai media Catch Me Up! yang

menggunakan newsletter untuk penyebaran beritanya. Penelitian ini berfokus pada perencanaan dan pembuatan konten newsletter dari media tersebut.

Penulis telah menghimpun beberapa judul penelitian serupa dalam tabel berikut:

Penulis	Judul Penelitian (Tahun)	Hasil Penelitian	Perbedaan dengan Penelitian Ini
Haryati	Ekologi Media di Era Konvergensi (2012)	Konvergensi mengubah cara kerja penggunaan media. Adanya konvergensi dan digitalisasi membuat media ramai melakukan konglomerasi untuk bertahan dan dapat menguasai pasar media.	Fokus penelitian yang berbeda. Penelitian ini meneliti media secara umum yang melakukan konvergensi dan digitalisasi. Fokus penelitiannya adalah bagaimana media bertahan di era digital dengan strateginya.
Prasetiyawibowo, Aaron Reghananda, et al	Strategi Redaksi Catch Me Up! Dalam Menghadapi Persaingan Industri Media Online (2021)	Catch Me Up! sebagai media yang menggunakan newsletter sebagai cara penyebaran informasinya	Objek penelitian yang berbeda. Penelitian ini menitikberatkan pada manajemen media massa dengan strategi newsletter.

		memiliki beberapa strategi, dari mulai perencanaan konten hingga pembuatan newsletter.	Peneliti menganalisis pengorganisasian media dari sisi unsur manajemennya.
Nurdifa, Afifah Rahmah	Strategi Media Online Catch Me Up! Dalam Menyajikan Berita (2021)	Media Catch Me Up! sebagai media berbasis online menerapkan sistem yang unik dalam penyebaran informasi dengan bahasa yang mudah dicerna.	Fokus penelitian berbeda. Penelitian ini menganalisis strategi redaksi dalam penyajian berita dengan newsletter yang mengedepankan pada sisi bahasa.

Tabel I.1 Kajian Penelitian yang Relevan

F. Landasan Pemikiran

1. Landasan Teoretis

Hadirnya internet seperti telah disebutkan membuat hadirnya banyak inovasi dari berbagai bidang. Salah satu inovasi yang lahir dari adanya teknologi internet adalah jurnalistik berbasis online (daring). Romli (2020:16) mengatakan jurnalisisme online sebagai proses penyampaian informasi melalui media internet, utamanya website.

Salah satu dari para pemerhati di bidang jurnalisme online adalah Mike Ward. Dalam bukunya *Journalism Online*, Mike membagi unsur-unsur yang membangun jurnalisme online ke dalam empat bagian, yakni digital, online, internet, dan world wide web. Keempat unsur tersebut yang merupakan pilar lahirnya ide penyebaran informasi melalui media berbasis online (Ward, 2002).

Sementara itu, Mike Ward mengemukakan ada beberapa perbedaan yang menjadi ciri khas dari jurnalisme online, di antaranya:

1. **Immediacy (Kesegeraan).** Ini merupakan senjata dari jurnalisme berbasis online. Proses pencarian hingga penyebaran beritanya cenderung cepat. Bahkan kalau diperhatikan, banyak di antaranya yang ketika narasumber baru saja menyelesaikan sesi wawancara, berita sudah terbit di laman web media. Berita yang diunggah pun bisa secara simultan (Langsung banyak berita dalam sekali unggah) dan dapat diunggah berkali-kali.
2. **Multiple Pagination (Terdiri dari banyak halaman).** Hal ini sering kita temukan di media berbasis online, di mana sebuah web terdiri dari banyak halaman terpisah. Bahkan beberapa rubrik bisa memiliki kanal tersendiri yang menjadi sub-domain.
3. **Multimedia (Gabungan dari beberapa jenis media).** Satu berita dalam media online bisa terdiri dari beberapa jenis produk. Ada produk berbentuk tulisan, video, audio, dan gambar. Semuanya bisa masuk dalam satu halaman berita di kanal web.
4. **Flexible Delivery Platform (Plaform pengiriman yang fleksibel).** Sebuah berita dalam media online bisa diunggah di kanal web, disertakan ke dalam mesin

pencari, bahkan bisa masuk ke dalam aplikasi berbasis mobile. Proses unggah ini tidak perlu satu persatu, dengan sekali klik, satu berita tersebut bisa tersebar di banyak platform.

5. Archiving (Pengarsipan). Berita yang diunggah puluhan tahun lalu, hari ini masih bisa dibaca dengan sistem pengarsipan melalui basis data di internet.
6. The Relationship with The Reader (Hubungan dengan pembaca). Audiens pada sebuah berita yang diunggah secara online dapat dengan mudah merespon informasi yang mereka baca dari media.
7. Interactivity (Interaktif). Internet memungkinkan media berinteraksi lebih intens dengan audiens, sehingga menguntungkan untuk keberlangsungan media itu sendiri.
8. Linkage (Tautan). Artinya, ketika sebuah berita diunggah, penulis dapat dengan mudah memberikan tautan ke halaman-halaman tertentu, baik internal maupun eksternal web.

Adanya media berbasis *online* membuat media Asumsi kemudian memunculkan inovasi berupa penggunaan surat elektronik (surel) sebagai strategi promosi dan penyebaran beritanya. Asumsi menggabungkan konsep jurnalisme *online* dengan teknologi surel yang sudah umum digunakan oleh khalayak hari ini. Penggunaan surel ini terbilang masih baru dan belum banyak media yang menerapkan, padahal surel sendiri telah lebih dulu menjadi metode promosi di kalangan marketer.

Upaya untuk mendalami konsep jurnalisme yang diterapkan Asumsi pada penelitian ini menggunakan teori ekologi media. Teori ini cocok untuk dijadikan

pijakan, mengingat penelitian ini menjelaskan mengenai bagaimana pesan dalam media mempengaruhi persepsi manusia serta bagaimana penyampaian pesan tersebut semakin bervariasi ditunjang oleh kemajuan teknologi. Semakin maju teknologi, semakin berkembang pula media. Adanya teknologi tidak bisa dipisahkan dari manusia, karena manusia sendiri yang melahirkan teknologi. Melalui teknologi pula inovasi di bidang media terus muncul.

Salah satu dari banyaknya peneliti yang peduli akan media dan perkembangan teknologi adalah Marshall McLuhan. Peneliti yang terkenal dengan slogannya “Medium is the message” itu sudah memprediksi bagaimana teknologi berpengaruh terutama dalam hal komunikasi sejak tahun 1960an melalui bukunya *Understanding New Media*. McLuhan (dalam West dan Turner, 2010:429) mengatakan:

Society has evolved as its technology has evolved. From the alphabet to the Internet, we have been affected by, and affect, electronic media. In other words, the medium is the message. The laws of media—enhancement, obsolescence, retrieval, and reversal—demonstrate that technology affects communication through new technology. Media Ecology Theory centers on the principles that society cannot escape the influence of technology and that technology will remain central to virtually all walks of life.

Teori ekologi media atau dikenal juga dengan determinasi teknologi mencoba menjelaskan bagaimana pengaruh teknologi terhadap pola komunikasi masyarakat. Semakin pesatnya kemajuan dalam teknologi, semakin banyak pula opsi dalam berkomunikasi. Kaitannya dengan konvergensi, dengan terintegrasinya semua kanal, industri media dapat mengoptimalkan konten melalui berbagai platform, sehingga audiens bisa mendapatkan berita dari perusahaan media yang sama melalui kanal yang berbeda (Hayati, 2012:149).

Asumsi dari teori ini adalah (1) media mempengaruhi setiap perbuatan dan tindakan di masyarakat; (2) media mempengaruhi persepsi dan mengatur pengalaman; (3) media mengikat dunia bersama; (West dan Turner, 2010:430). Secara sederhana dapat dikatakan bahwa media memang masih mempengaruhi tindakan-tindakan masyarakat. Bervariasinya teknologi membuat semakin bervariasi pula bagaimana media menyampaikan pesannya.

Asumsi pertama mengatakan media mempengaruhi setiap perbuatan dan tindakan di masyarakat. Hari ini, di era kemudahan mendapatkan informasi melalui pesatnya teknologi, media memegang peranan penting dalam distribusi informasi pada masyarakat. Apa yang terjadi di masyarakat banyak dipengaruhi oleh pesan apa yang dibacanya di media. Misalnya ketika media menayangkan prediksi cuaca dari BMKG bahwa hari ini terjadi hujan, maka masyarakat cenderung akan melakukan persiapan dengan membawa payung atau jas hujan untuk berjaga-jaga.

Media juga mengatur pengalaman. Di masa kebebasan pers seperti sekarang, media sudah tidak lagi hanya ada satu atau dua, melainkan ratusan. Salah satu cara menarik minat khalayak adalah dengan memberikan pengalaman terbaik ketika menerima berita. Setelah bisa menarik khalayak, media kemudian menawarkan pengalaman menarik dalam halnya masyarakat memandang dunia. Terkadang kita bertindak sesuai dengan media dan konten apa yang kita lihat.

Terakhir, media mengikat dunia bersama. Media telah berperan aktif menghubungkan dunia. Meminjam istilah McLuhan, hari ini manusia telah berada di desa global (*global village*). Desa global ini adalah sebuah wilayah yang entah di mana batasnya, siapa kepalanya, bagaimana strukturnya. Melalui desa global

yang difasilitasi oleh media ini manusia bisa mengetahui keadaan manusia di belahan bumi lain tanpa perlu datang ke daerah tersebut. Seakan mempersempit jalur komunikasi dengan orang yang secara lokasi geografis sangat jauh.

Penemuan teknologi telah ikut membentuk budaya pada manusia. Pada setiap era lahirnya teknologi baru, terdapat pula kekhasan bagaimana penggunaan media. McLuhan sendiri mencontohkan bagaimana ketika era kesukuan, era tulisan, era cetak, dan era elektronik telah membantu cara manusia menggunakan media. Ketika dahulu buku menjadi sumber rujukan utama dalam hal penyebaran informasi, maka di era ini kita mengenal televisi dan internet. Hal ini pula yang mempengaruhi pengalaman dan persepsi manusia dalam menggunakan teknologi untuk konsumsi media (Morissan, 2010).

McLuhan (dalam Hayati, 2012:157) mengatakan teknologi media telah mengubah paradigma kehidupan baru secara dramatis di tengah masyarakat karena masyarakat sudah sangat bergantung pada teknologi dan tatanan masyarakat terbentuk berdasarkan pada kemampuan masyarakat menggunakan teknologi. Pemikiran inilah yang kemudian kita kenal dengan ekologi media. Teknologi berperan sangat penting dalam proses berubahnya media.

Kedigayaan koran yang hari ini terhempas oleh silaunya kekuatan media berbasis daring adalah salah satu contoh bagaimana media berevolusi. Mungkin 20-30 tahun lalu tidak ada yang menyangka bahwa untuk mencari informasi akan semudah di zaman ini. Dahulu untuk mendapat sebuah berita harus repot mencari koran. Media korannya pun tidak bisa instan memberitakan. Ada proses pencarian berita oleh wartawan, penulisan, pembuatan tata letak, hingga pencetakan, baru lah

koran layak untuk didistribusikan. Hari ini, kita bisa memilih ingin melihat informasi apa, dari media mana, melalui platform apa.

2. Kerangka Konseptual

a. Inovasi Media

Penelitian ini membahas bagaimana Asumsi sebagai media yang cukup baru, memiliki gagasan yang baru pula dalam dunia jurnalisme. Ide yang dicetuskan Asumsi ini cenderung belum banyak dipikirkan orang. Kemudian hubungannya dengan teori ekologi media, Asumsi memanfaatkan teknologi dalam hal penyampaian pesan. Meskipun memang media baru (New media) ini masih jadi perdebatan di kalangan peneliti jurnalistik.

Inovasi dalam Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI) diartikan sebagai pemasukan atau pengenalan hal-hal yang baru. Di era disrupsi, masa di mana terjadi perubahan besar-besaran pada suatu hal sudah pasti ada inovasi. Media terus berupaya untuk memunculkan ide-ide atau inovasi yang segar dalam usahanya membuat media promosi yang efektif. Mengingat, persaingan media semakin ketat, maka satu-satunya yang akan diingat oleh khalayak adalah ketika media tersebut berinovasi.

Hari ini yang cenderung gencar melakukan inovasi adalah media baru. Seperti yang didefinisikan Croteau (dalam Kurnia 2005:292) media baru adalah media yang muncul akibat inovasi teknologi dalam bidang media meliputi televisi kabel, satelites, teknologi optic fiber, dan komputer. Jika kita merujuk pada definisi ini maka yang dikatakan media baru tidak hanya komputer, melainkan televisi juga.

Namun bisa disimpulkan bahwa teknologi yang disebutkan di atas berbasis satelit dan internet.

b. Disrupsi Teknologi

Disrupsi menurut KBBI adalah tercabut dari akar. Maksudnya, ada pergerakan masif yang mengubah suatu sistem. Disrupsi teknologi diartikan sebagai sebuah fenomena adanya perubahan besar-besaran dalam hal teknologi. Tentunya, teknologi yang kita bicarakan di sini adalah teknologi informasi. Dari penyebaran informasi masa surat kabar kemudian berubah secara besar-besaran ke masa internet.

Menurut Millar, et al (2018) ada beberapa faktor yang menyebabkan adanya disrupsi, di antaranya:

1. Biaya – teknologi baru dan atau prosesnya membuat yang lebih tua tidak kompetitif dalam hal biaya, karena dirasa yang lebih baru akan lebih murah.
2. Kualitas – teknologi baru dan atau prosesnya meningkatkan kualitas dari sebuah produk atau jasa.
3. Pelanggan – perubahan signifikan pada preferensi pelanggan atau bisnis.
4. Regulasi – hukum atau regulasi yang baru tidak lagi mengizinkan cara kerja yang lama.
5. Sumber – sumber penting yang sebelumnya tidak lagi tersedia karena beberapa alasan.

Berdasarkan kelima faktor tersebut, yang paling berkaitan dengan disrupsi teknologi pada penelitian ini adalah adanya perubahan pada preferensi pelanggan dan minimnya biaya yang dikeluarkan. Era internet yang sudah semakin maju

membuat pelanggan pada akhirnya memilih menggunakan produk dari internet. Selain itu, biaya yang dikeluarkan oleh media sebagai penyedia informasi juga relatif bisa dipangkas karena tidak lagi harus mengeluarkan biaya untuk cetak koran dan distribusi ke pelanggan dalam bentuk fisik.

c. Surat Elektronik

Surat elektronik (Surel) atau yang biasa kita kenal *email* adalah salah satu dari cara baru manusia berkomunikasi, dengan menggunakan alamat yang unik layaknya nomor telepon. Prinsipnya sama dengan surat berbasis kertas, namun surel menggunakan medium internet. Ketika berselancar di internet hampir semua orang memiliki alamat surel. Teknologi pesan yang semakin berkembang hari ini tidak lepas dari penemuan surel. Bahkan menurut Baran (2008) teknologi instant messaging yang marak dipakai masih merupakan produk dari surel dengan versi yang lebih *realtime*.

Surel sendiri dapat dikembangkan menjadi strategi-strategi promosi, salah satunya dengan mendaftarkan diri pada mailing list. Adanya fitur tersebut memungkinkan banyak perusahaan lebih mudah menjangkau audiens untuk keperluan promosi produk. Lebih jauh lagi, media hari ini mulai menggunakan mailing list sebagai strategi promosi penyebaran berita. Biasanya ketika user/pelanggan sebuah perusahaan atau media mendaftar untuk mailing list maka secara otomatis mereka akan mendapatkan update mengenai berita terbaru langsung dari surel pribadi.

B. Langkah Penelitian

1. Lokasi Penelitian

Lokasi penelitian ada di media Asumsi, dikarenakan memang bahasan pada penelitian ini bertumpu di sana. Asumsi sendiri merupakan media yang bergerak melalui platform media digital di kanal web *asumsi.com*, serta memiliki *channel* promosi di media sosial dan surel. Upaya untuk mengetahui bagaimana inovasi yang diterapkan, maka penelitiannya pun langsung pada media bersangkutan.

Media Asumsi memiliki inovasi yang tidak biasa dan cukup baru. Memadukan konsep koran digital dengan surat elektronik, penyebaran berita oleh Asumsi terbilang berbeda dari yang lain. Melihat inovasi di bidang media seperti ini, maka perlu ada penelitian untuk mengetahui sejauh mana pengaruhnya terhadap berita yang disebar, serta dampaknya terhadap media bersangkutan.

2. Paradigma dan Pendekatan

Paradigma yang digunakan dalam penelitian ini adalah konstruktivisme (Dikenal pula dengan interpretivisme), di mana memang paradigma ini menekankan bagaimana manusia membangun makna ketika berhubungan dengan realitas. Konstruktivisme bertumpu pada pandangan yang diteliti di lapangan. Interpretasinya bisa bermacam-macam, bahkan pandangannya bisa lebih kompleks. Berbeda dengan post positivisme yang menginterpretasikan berdasar data berupa angka, konstruktivisme lebih kepada eksplorasi makna dari jawaban atas setiap pertanyaan wawancara. (Rakhmat dan Ibrahim, 2017)

Interpretasi dari hasil penelitian dengan paradigma konstruktivisme bisa dipengaruhi oleh berbagai aspek. Hal-hal seperti pengalaman pribadi, kultural, dan

historis menjadi latar belakang yang mempengaruhi penafsiran (Creswell, 2013). Paradigma konstruktivisme sendiri bersifat induktif. Jika dalam post positivisme teori sangat penting adanya, maka dalam konstruktivisme posisi teori bisa dimodifikasi seiring penelitian berjalan.

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif, karena lebih cocok dan berkaitan dengan topik yang diteliti. Sumber informasinya diperoleh dari wawancara dengan informan, dalam hal ini pihak media Asumsi. Penelitian kualitatif menempatkan manusia sebagai instrumen penelitian. Seorang peneliti kualitatif harus mampu melihat apa yang menjadi masalah, kemudian mampu diterima narasumber sebagai informan dari peneliti.

Salah satu argumen yang dikedepankan oleh riset kualitatif adalah keunikan manusia atau gejala sosial yang tidak dapat dianalisa dengan metode statistik (Mulyadi, 2011:134). Penelitian kualitatif ini sendiri lebih bertumpu pada jawaban-jawaban narasumber dalam wawancara.

William dalam Hardani, et al (2020:17) mengatakan ada 13 karakteristik penelitian kualitatif, di antaranya:

1. Pengumpulan data dalam latar yang wajar.
2. Peneliti merupakan instrumen utama.
3. Peneliti kualitatif kaya akan deskripsi.
4. Lebih lazim menelaah proses-proses yang terjadi.
5. Kebanyakan menggunakan analisis induktif.
6. Pemaknaan pada tingkah laku manusia jadi esensial.
7. Menuntut untuk melakukan sendiri kegiatan di lapangan.

8. Terdapat triangulasi yang dilakukan secara ekstensif.
9. Partisipan adalah orang yang distudi.
10. Perspektif partisipan sangat diutamakan.
11. Temuan belum dianggap final sebelum ada bukti.
12. Pengambilan sampel biasanya dilakukan secara purposif rasional.
13. Data berbentuk kuantitatif atau kualitatif sama-sama digunakan.

Berdasarkan karakteristik tersebut dapat disimpulkan bahwa pada penelitian kualitatif, data yang berasal dari informan menjadi sangat penting adanya. Penelitian kualitatif ini pada akhirnya menempatkan manusia sebagai subjek penelitian. Artinya, subjek tersebut sangat diutamakan dan dihargai tinggi.

3. Metode Penelitian

Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah studi kasus. Esensi studi kasus, tendensi sentral di antara semua jenis studi kasus, adalah bahwa ia mencoba untuk menjelaskan keputusan atau serangkaian keputusan: mengapa keputusan itu diambil, bagaimana penerapannya, dan dengan hasil apa (Schramm dalam Yin, Robert K:2018:49).

Studi kasus merupakan penelitian dimana peneliti menggali suatu fenomena tertentu (kasus) dalam suatu waktu dan kegiatan (program, even, proses, institusi atau kelompok sosial) serta mengumpulkan informasi secara terinci dan mendalam dengan menggunakan berbagai prosedur pengumpulan data selama periode tertentu (Wahyuningsih, 2013:3).

Metode penelitian ini memiliki beberapa ciri khas. Seperti yang dikatakan Cresswell (2015), peneliti studi kasus harus mengidentifikasi suatu kasus secara

spesifik, kemudian memberikan pemahaman yang mendalam pada topik penelitian tersebut. Sebaiknya, penelitian studi kasus memang memiliki batasan tertentu dari segi bahasan, agar penelitian yang dilaksanakan bisa mengemukakan pemahaman yang lengkap mengenai kasus tersebut.

Di samping itu, penelitian studi kasus dapat mendeskripsikan suatu kasus secara kronologis. Masalah yang ditelitinya mulai dari mana, dan apa batasannya. Kemudian untuk memperoleh bahasan yang mendalam, penelitian studi kasus didukung dengan dokumen, baik berupa teks, gambar, maupun audio visual. Di akhir sesi, semua studi terhadap kasus tersebut kemudian diinterpretasikan oleh peneliti menjadi jawaban atas masalah yang diteliti.

Penelitian yang berbasis studi kasus mencoba mengeksplorasi pengalaman informan mengenai topik yang akan diteliti. Hal ini tentu sesuai dengan tujuan penelitian ini, yakni mengetahui inovasi dari media ini sendiri. Selain itu, jawaban dari informan sangat penting untuk dituliskan secara deskriptif, karena pada proses wawancara dimungkinkan ada informasi-informasi penting yang dapat dieksplorasi kembali lebih jauh.

4. Jenis Data dan Sumber Data

a. Jenis Data

Jenis data yang dikumpulkan dalam penelitian ini adalah data kualitatif. Data kualitatif merupakan data yang didapat dari penjelasan kata verbal yang mana tidak bisa kita analisis dalam bentuk angka atau bilangan (Fariah, 2022). Data kualitatif adalah data yang diolah dari pernyataan narasumber melalui berbagai

metode atau teknik pengumpulan data kualitatif seperti wawancara, *focus group discussion* (FGD), maupun pada studi dokumen.

b. Sumber Data

Sumber data sendiri terbagi ke dalam dua bagian, yakni primer dan sekunder. Jenis data primer sendiri menurut Waluya (dalam Safitri 2020:17) adalah data atau keterangan yang didapat secara langsung dari sumbernya. Terutama dalam penelitian kualitatif yang menitikberatkan manusia sebagai instrumen penelitian, perlu lah mendapat data langsung dari yang bersangkutan (Pelaku industrinya).

1. Sumber Data Primer

Berdasarkan pada apa yang telah dijelaskan di atas, sumber data primer adalah yang langsung berkaitan dengan topik penelitian. Dalam hal ini, pihak Asumsi selaku media yang diteliti adalah sumber data primer. Demi mendapatkan data primer tersebut maka diadakan wawancara dengan perwakilan keredaksian dari Asumsi yang sehari-hari memang bergelut dengan berita-berita yang ditulis.

2. Sumber Data Sekunder

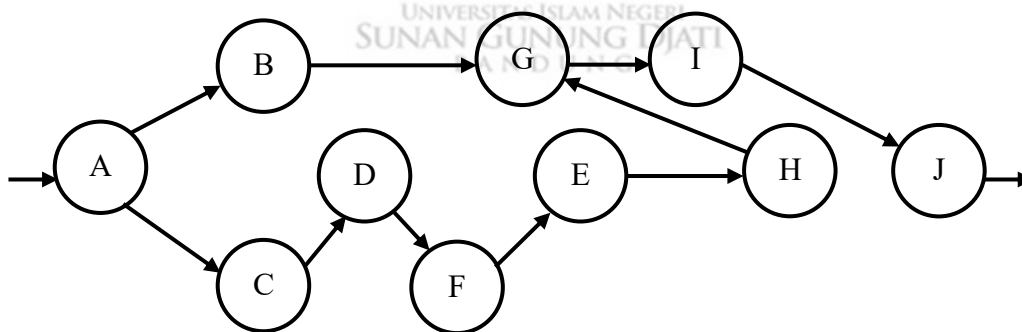
Sumber data sekunder diambil dari beberapa dokumen seperti buku, majalah, dokumen pribadi media, dan lain-lain yang berkaitan dan mendukung topik penelitian. Salah satu yang paling utama adalah buku dari McLuhan dan Lapham berjudul *Understanding Media*. Dalam buku tersebut dijelaskan mengenai teori ekologi media secara komprehensif. Teori tersebut pula yang mengilhami lahirnya penelitian ini.

c. Informan

Penentuan banyaknya informan dalam penelitian kualitatif tidak ada batas minimum. Namun Martha dan Kresno dalam Heryana (n.d.:7) mengatakan setidaknya ada dua syarat yang harus dipenuhi dalam menentukan jumlah informan yaitu kecukupan dan kesesuaian. Artinya jika ada pihak yang sudah memenuhi kriteria tersebut, maka sah dijadikan informan penelitian.

Informan dalam penelitian ini adalah pihak redaksi Asumsi sebagai pelaku media yang diteliti. Mengingat, fokus penelitian ini hanya mempelajari tingkah laku satu media saja, maka pihak redaksi Asumsi adalah informan kunci dalam penelitian ini. Pengambilan sampelnya menggunakan teknik *snowball sampling*, yaitu menunjuk satu orang sebagai narasumber kunci, kemudian menggali pihak mana saja yang dapat dijadikan narasumber.

Teknik *snowball sampling* dapat digambarkan dalam diagram berikut:



Gambar I.1 Proses pengambilan sampel sumber data dalam penelitian kualitatif, *purposive* dan *snowball*
(Sugiyono, 2017:98)

Pengumpulan sampel dengan teknik ini menggunakan satu orang sebagai narasumber kunci yang kemudian membuka narasumber lainnya. Daftar narasumber yang akan diwawancara pada penelitian ini adalah:

1. Pemimpin Redaksi Media Asumsi (Narasumber kunci)
2. Wartawan atau penulis berita
3. Staff Sosial Media
4. Admin *website* atau Staff IT Media Asumsi

d. Teknik Pengumpulan Data

Pengumpulan data dalam penelitian kualitatif bisa dibilang cukup menantang. Karena tidak seperti kuantitatif yang sejak awal instrumen penelitiannya sudah jelas, penelitian kualitatif mengandalkan interpretasi atas data di lapangan. Jika kuantitatif lebih menekankan pada hasil yang bentuknya matematis, penelitian kualitatif lebih ke deskriptif. Di sini lah ketajaman analisis peneliti diuji, karena harus menerjemahkan data yang telah diambil menjadi sebuah kesimpulan penelitian.

Ketika melakukan pengumpulan data, penulis menggunakan tiga metode, yakni:

1. Wawancara

Teknik ini yang paling umum dilakukan dalam penelitian kualitatif. Wawancara dilakukan dengan cara menggali informasi secara langsung kepada narasumber/informan. Penulis mengajukan pertanyaan yang dijawab langsung oleh informan. Kemudian dari jawaban-jawaban tersebut didefinisikan ke dalam laporan

penelitian. Wawancara digunakan untuk mengumpulkan beberapa data penting yang menjadi pokok bahasan pada penelitian ini, di antaranya:

- A. Strategi yang diterapkan media Asumsi untuk mempengaruhi tindakan pembaca memilih media tersebut sebagai rujukan berita.
- B. Proses penyebaran berita dengan surat elektronik sehingga bisa mempengaruhi persepsi dan pengalaman pembaca.
- C. Metode yang diterapkan media Asumsi dalam mengikat pembaca dengan langganan surat elektroniknya.

2. Studi Pustaka

Seperti yang telah dikatakan sebelumnya, sumber primer tidak begitu lengkap tanpa sumber sekunder. Sumber primer dalam penelitian ini didapatkan melalui wawancara. Sedangkan untuk sumber sekundernya melalui studi pustaka dari berbagai macam literatur seperti buku, jurnal, skripsi, prosiding, dan lain-lain.

3. Observasi

Observasi (pengamatan) merupakan teknik pengumpulan data yang digunakan untuk mengamati secara langsung sasaran (subyek) penelitian dan merekam peristiwa serta perilaku secara wajar, asli, tidak dibuat-buat, dan spontan dalam kurun waktu tertentu, sehingga diperoleh data yang cermat, mendalam, dan rinci. Observasi melibatkan penginderaan peneliti, sehingga peneliti bisa mengamati secara langsung objek penelitiannya.

Nasution (dalam Sugiyono, 2017:106) menyatakan bahwa observasi adalah dasar semua ilmu pengetahuan. Para ilmuwan hanya dapat bekerja berdasarkan

data, yaitu fakta mengenai dunia kenyataan yang diperoleh melalui observasi. Pelaksanaan observasi membuat peneliti dapat melakukan penginderaan secara langsung mengenai objek yang diteliti.

Pengumpulan data menggunakan observasi menjadi penting dalam penelitian berbasis kualitatif, karena peneliti bisa mendapatkan pemahaman mendalam dari objek penelitiannya. Sifat dari penelitian kualitatif yang mengkonstruksi realitas sosial membuat observasi menjadi krusial posisinya manakala peneliti kualitatif terjun ke lapangan.

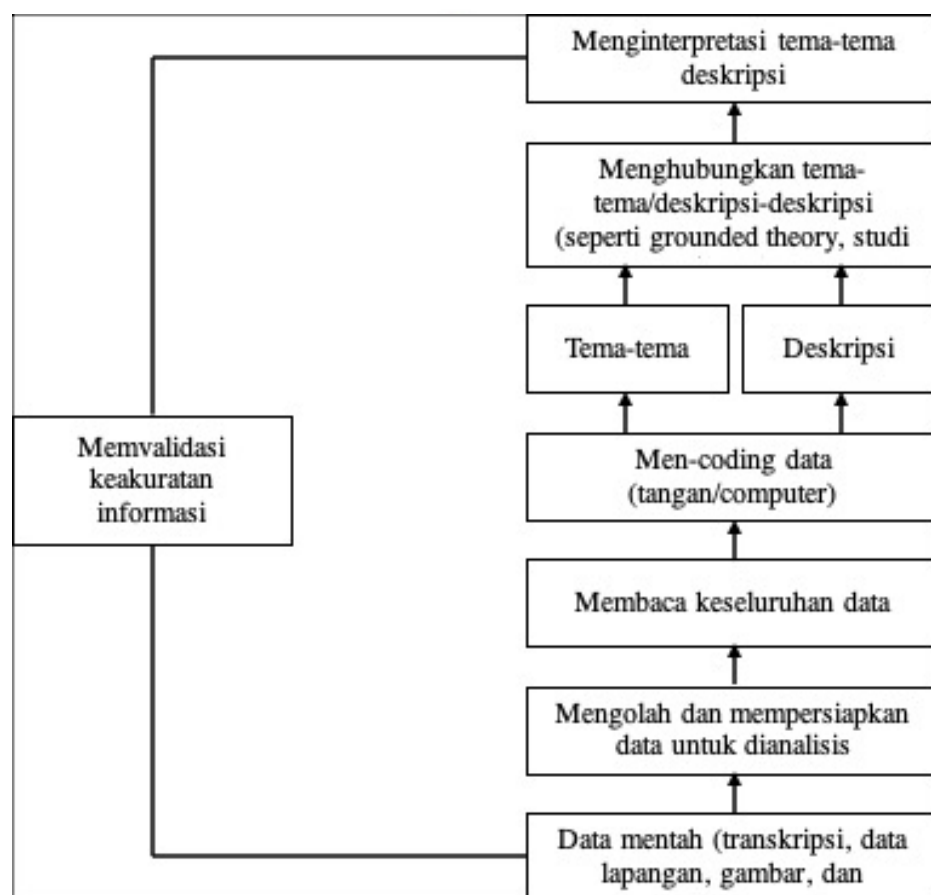
e. Teknik Penentuan Keabsahan Data

Setelah mendapatkan data yang dibutuhkan, kita masih belum mendefinisikan bahwa data itu tepat atau tidak. Diperlukan pengujian atas data-data yang didapat sehingga dapat dikatakan data tersebut valid. Salah satu teknik penentuan keabsahan datanya adalah dengan triangulasi. Menurut Sugiyono dalam DQLab (2021) triangulasi diartikan sebagai teknik yang bersifat menggabungkan dari berbagai teknik pengumpulan data dan sumber data yang telah ada.

Pada penelitian ini digunakan teknik triangulasi sumber data, di mana selain melakukan wawancara, penulis juga melakukan riset dari sumber-sumber kedua seperti studi literatur. Perbandingan hasil wawancara dan studi literatur akan menghasilkan pandangan-pandangan yang kaya mengenai fenomena yang sedang diteliti. Selain itu, hasil observasi juga bisa menjadi salah satu acuan dalam menentukan keabsahan data.

f. Teknik Analisis Data

Bagian ini merupakan tahap di mana dilakukan analisis dan interpretasi atas temuan peneliti dari hasil pengumpulan data. DQLab (2020) mengatakan dalam penelitian kualitatif terdapat empat tahap pengumpulan data, yakni pengumpulan data, reduksi data, penyajian data dan langkah terakhir adalah penarikan kesimpulan dan verifikasi. Selain itu, peneliti ternama John W. Cresswell membuat perincian mengenai bagaimana teknik analisis data pada penelitian kualitatif:



Gambar I.2 Analisis data dalam penelitian kualitatif

(Cresswell, 2013:277)

g. Rencana Jadwal Penelitian

Penelitian mengenai inovasi media daring Asumsi ini direncanakan untuk dimulai pada awal semester genap tahun 2022. Mengingat masa itu sudah masuk semester 8 dan tidak ada lagi beban mata kuliah yang harus diselesaikan, sehingga bisa fokus di penelitian skripsi. Tahap awal akan dilaksanakan observasi lapangan, yang kemudian pengajuan judul kepada dosen pembimbing.

