**Dampak Media Baru terhadap Media Tradisional**

Sekolah Teknik Universitas Anna, Chennai, India

**Abstrak:** Media sosial dan sumber berita online yang juga dikenal dengan “media baru” telah menjadi peran penting dalam masyarakat modern. Kehadiran media baru tersebut terutama media sosial mengancam keberadaan media cetak Koran. Pengaruh dari ancaman ini dirasakan dalam perputaran media cetak Koran khususnya di Amerika. Menurut data teranyar dari Audit Bureau of Circulations, rerata perputaran harian Koran Amerika merosot pada 3 bulan pertama dan terakhir di tahun 2008 dan 2009 berturut-turut. Data menunjukkan perubahan perilaku konsumen telah mendorong orang-orang untuk mendapatkan berita dan informasi secara online (New York Times, April 2009). Tetapi dampak dari media baru terhadap media cetak di India masih bisa dikendalikan. Penelitian ini bertujuan untuk memahami dampak media baru dan media cetak dalam sebuah perwakilan subset populasi di India. Penelitian ini melibatkan sebuah metodologi survey dan wawancara para ahli terkini yang menyeluruh untuk mengidentifikasi media yang lebih diminati untuk membaca berita. Penelitian tersebut juga mengukur perubahan sosial yang dipicu oleh kemunculan media baru dan konten yang menyesuaikan pengguna. Penelitian kami menunjukkan bahwa penurunan dalam perputaran media dapat ditujukan ke populasi generasi muda di India yang lebih memilih pendekatan interaktif media baru dan efisiensi dalam mengakses berita.

**Katakunci:** Media baru ∙ Media tradisional ∙ Situs media sosial ∙ Berita online ∙ Koran

**PENDAHULUAN**

Media sosial dan berita online telah menjadi bagian penting dari masyarakat modern. Kehadiran media baru terutama media sosial menciptakan sebuah tantangan untuk media cetak Koran. Kebiasaan jumlah pembaca menunjukkan perubahan sebagaimana pengguna beralih ke Internet untuk berita dan informasi gratis. Sumber alternatif berita dan informasi tak hanya gratis namun juga bertindak cepat. Fitur instan media sosial dan berita online merupakan salah satu pilihan cermat konsumen yang dapat diterima secara umum. Selain itu, informasi dan berita dalam jumlah besar yang disediakan Internet yang diperbaharui beberapa menit sekali tak pernah disangka lebih diminati daripada Koran yang diterima hanya sehari sekali. Kita bisa melihat kembali berita dan informasi yang sama tanpa perlu repot menyusun kembali Koran di rak yang terdengar sangat melelahkan. Alternatifnya, Internet dapat digunakan kapan saja dan di mana saja tanpa menghabiskan banyak waktu untuk mencari sepotong informasi. Lebih dari satu dekade hampir 90% Koran harian di Amerika secara aktif menggunakan teknologi online untuk mencari artikel dan kebanyakan dari mereka juga membuat situs sendiri untuk meraih pemasaran baru. **Media Baru dan Evolusinya:** Media cetak yang selalu jadi komunikasi massa satu arah telah memberikan jalan untuk media baru berkembang dan membiarkan khalayak bertindak sebagai penerima juga produser. Dalam penelitian ini media baru merujuk pada berita online seperti the Hindu, NDTV, India today dan Times of India, media sosial seperti Facebook dan Twitter. Media baru seolah memberi solusi terhadap setiap kebutuhan. Media baru saat ini menjadi referensi yang

banyak dipakai karena fitur fleksibel yang

ditawarkan semenjak awal kemunculannya hingga saat ini(1). **Media Tradisional:** Paradigma media cetak dikembangkan pada era awal internet dimana akses cepat untuk berita, penggunaan ponsel pintar, dan pembuat berita online tidak mudah diakses kebanyakan orang. Dinamika akses informasi telah berubah secara signifikan di tiap tahun dengan melihat pengguna ponsel pintar melebihi 20 juta di India sendiri. Mencoba untuk menyajikan berita pada generasi melek teknologi dalam populasi di India saat ini tampak sia-sia karena proses tersebut melibatkan banyak cara dan juga tidak sebanding dengan media baru yang interaktif dan cepat. Menurut laporan statistic Capstone tahun 2011, perputaran media cetak sudah lama ditolak semenjak beberapa tahun yang lalu. Luasnya informasi yang tersedia online dan kesempatan untuk mengatur konsumsi berita sesuai dengan minat tiap individu ditambah dengan kemudahan mendapatkan berita terbaru beberapa kali dalam sehari mendorong pembaca untuk melihat berita online. Media sosial terlebih lagi membebaskan pengguna untuk memberi timbal balik yang sebaliknya digunakan untuk menambah pengalaman pengguna. Koran berhak menerima kredit atas pekerjaan mereka yang lebih baik dalam meliput cerita lokal yang sering diabaikan publikasi online dalam konteks politik dan nasional. Jika seseorang bisa melewati halaman utama The Star tanpa mengalami penyesalan, orang lainnya akan membaca bagian Metro dimana ia tetap mendapatkan informasi hal-hal kecil yang terjadi di lingkungan tempat tinggal, kota, dan negara bagian. (Yap, 2009).

Infrastruktur media online mendapat penghasilan dari pajak iklan dan sponsor artikel berita. Model bisnis ini telah terbukti lebih menguntungkan daripada yang berbasis cetak dan telah memengaruhi skala minat media cetak. Tujuan utama penelitian kami adalah untuk menilai pengaruh dari media sosial dan sumber berita online lain terhadap media cetak tradisional. Laporan ini juga akan meneliti dampak dari media cetak dan media baru terhadap populasi. Adanya progress peningkatan pada perputaran Daily in India dengan TOI mencapai 20.5% dari tahun 2010 ke 2011 tetapi mengingat The Hindu menunjukkan penurunan sebesar 1.01% di tahun 2011. Bagaimanapun rerata perputaran media cetak menurun secara umum, maka dari itu dampak tersebut dibuat oleh media baru untu dipelajari dan hasilnya akan berguna untuk media tradisional di masa mendatang (2).

**Tinjauan kesusasteraan:** Media baru adalah inti dari sebuah penggabungan dari berbagai bentuk media yang telah ada saat ini. Hal ini adalah contoh nyata untuk demokratisasi penerbitan dan distribusi. Kelebihan dari media baru terletak pada konten ‘arsip’ yang bisa diakses dengan cepat sekaligus memberi keamanan oleh para pencari informasi. Walaupun yang dicari adalah informasi lama, hal ini menunjukkan setiap pengguna bahwa media bisa diakses kapan saja. Media baru sangat interaktif. Media baru memiliki potensi untuk menjadi perantara baik antara pemerintah dan masyarakat. Banyak contoh bahwa media baru membantu pemerintahan mandiri lokal jadi lebih baik. Ada batasan seperti pengintaian, wiki-leaks, dll tetapi Koran tradisional juga memihak kepentingan politik (berita bayaran) dan kredibilitasnya menurun semakin hari sementara kepercayaan informasi dalam Media baru sedang meningkat. Bahkan situs pemerintah juga menjadi populer (Dr.B.K.Ravi, 2011) **Kelahiran Media Baru:** Ada peningkatan membludak pada angka pengguna Internet sejak tahun 1995 yang disebut “Tahunnya Internet”. Komputer pribadi yang terjangkau, tingkat akses tak terbatas dan koneksi internet kecepatan tinggi digabungkan dengan perekonomian yang kuat di akhir tahun 1990an dan awal 2000an menyokong Internet menjadi pertumbuhan fenomenal di Amerika. Waktu yang dihabiskan orang-orang membaca berita online bertambah lebih dari dua kali lipatnya di antara tahun 1998 dan 2006 (Willnat, 2006).  
 Dalam menyelidiki perbedaan dan hal yang mengimbangi media baru dan media massa pada umumnya, media massa secara tipikal sangat memusatkan dan mengharuskan investasi dan sumber daya penting dan bisa sangat dipengaruhi oleh pemerintahan melalui berbagai mekanisme dan bentuk dari kontrol dimana desentralisasi media baru membutuhkan investasi yang sangat rendah, menyediakan kegiatan interaktif yang lebih baik dan partisipasi public juga lebih sulit dikontrol (Banarjee, 2008). Parameter ruang dan kebebasan yang ditemukan pada media pada umumnya secara langsung atau tidak langsung ditentukan oleh pemerintah. Maka dari itu lingkungan media tradisional juga membawa sebuah budaya mengkhawatirkan tentang penyensoran mandiri dalam komunitas jurnalistik (Mohd Safar Hasim, 2002; Mustafa K Anuar, 2007). Dengan kasus ini tidak heran jika media baru untuk menambah popularitas dan penerimaan di masyarakat sipil. Saat ini orang-orang bebas dan mempunyai kesempatan untuk membuat berita dan juga melihat sisi lain cerita dengan mendapat berita dari Internet yang dilihat sebagai kebebasan kontrol (Rosenstiel, 2005). Setiap orang yang mempunyai blog bisa menjadi reporter, orang yang mempunyai telepon selular bisa menjadi videografer begitu pula orang dengan akun Facebook, Twitter atau ribuan platform lainnya bisa menjadi editor berita atau setidaknya kurator. (Rich Brooks 2011).  
 Melihat media baru menjadi media instan, kasus vinodini, seorang korban yang kehilangan penglihatannya karena terkena cairan asam, juga Suresh, laki-laki berumur 33 tahun yang menyiram asam sulfat ke wajah perempuan tersebut trauma dan terganggu jiwanya. Masalah ini sempat menjadi viral di media terutama sosial media yang meminta khalayak ramai untuk merespon insiden tersebut dengan donasi untuk perempuan tersebut. Tidak seperti sebuah foto biasa atau status yang mendapatkan ‘likes’ dan ‘comments’, tautan viral di Facebook, Twitter, dan portal berita online ini diakhiri dengan 1 lakh deposit sampai sekarang. Sebuah media untuk berbagi berita dan Informasi juga menjadi media untuk menyelamatkan hidup seseorang(3).

**Media Sosial dan Dampaknya terhadap Penyampaian Berita:** Media sosial adalah bentuk dari hubungan masyarakat yang paling transparan, menarik dan interaktif saat ini. Media sosial menggabungkan hal menonjol dari konten yang disiarkan secara langsung dengan keindahan komunikasi dua arah otentik. Walaupun ada sudut perspektif yang terperinci pada kegunaan media sosial di kalangan mahasiswa juga menggarisbawahi bahwa hal tersebut menghasilkan konsekuensi positif dan negative, menurut sebuah penelitian dari Nielsen Media Research di bulan Juni 2010, hamper 25% waktu mahasiswa di Internet dihabiskan untuk situs jejaring sosial (Jacobsen, & Forste, 2011).  
 Generasi muda lebih peka pada informasi yang dibagikan di media sosial dan pengaruhnya dua kali lebih besar daripada ke orang tua. Facebook sendiri melaporkan saat ini terdapat 500 juta pengguna aktif dan 50% diantaranya login setiap hari. Hal ini menjadi konsekuensi logis dari fakta bahwa anak muda lebih terikat pada media sosial. Sebelumnya juga telah diprediksi jika informasi yang dibagikan di media sosial akan jauh lebih penting untuk konsumen di masa mendatang. Perubahan ini akan membuat organisasi merasa perlu untuk menginvestasikan lebih ke media baru dalam waktu dekat(4).  
 Seperti yang kita ketahui, Facebook pernah memperlihatkan kemarahan para pendukung yang menuntut kebebasan berpendapat dan berekspresi saat seorang gadis dipenjara. Reaksi di media sosial menunjukkan kemarahan terhadap penangkapan seorang pengguna Facebook yang memperbaharui statusnya untuk mempertanyakan alasan rasional dibalik penutupan Mumbai karena kematian Bal Theracky, seorang Shiv Sena Supremo. Insiden ini berujung pada penulisan surat terbuka oleh Dewan Press India, Markandy Katju yang berkata “Kita hidup dalam demokrasi bukan kediktatoran fasis. Faktanya penangkapan ini adalah tindakan kriminal karena menangkap seseorang yang tidak bersalah adalah tindakan kejahatan”. Tetapi insiden tersebut tidak menjadi halangan bagi masyarakat untuk membagi pandangan mereka terhadap berbagai isu. Insiden di atas membawa kekacauan besar yang memfokuskan pandangan terhadap penangkapan pengguna Facebook di media sosial. Reaksi orang-orang di media sosial menunjukkan gambaran nyata bahwa insiden tersebut bukanlah ancaman untuk public dalam menyampaikan opini dan pandangan mereka(5).

**MATERI DAN METODE**

Peneliti menggunakan metode survey dan wawancara para ahli untuk mengidentifikasi media yang lebih diminati untuk membaca berita dan mungukur perubahan sosial dalam konteks Media baru dan Media tradisional juga untuk menggambarkan pengaruh dari konten-konten yang menyesuaikan pengguna.

**Alat untuk Pengumpulan Data:** Data primer dikumpulkan dengan sebuah kuesioner dan wawancara terstruktur yang telah diselenggarakan dengan para ahli. Penemuan dan kesimpulan telah didapat berdasarkan hasil survey dan pandangan para ahli terhadap topik.   
**Kuesioner:** Populasi dalam survey ini adalah mereka yang memiliki kebiasaan membaca berita baik online maupun cetak dengan rentang usia 20 sampai 60 tahun. Dengan menggunakan metode sampling terpilih berstratifikasi, 384 sampel telah diseleksi dan disurvei. Ukuran sampel dihitung menggunakan sebuah aplikasi bernama sample size calculator yang berbasis formula. Untuk mengoperasikan formulanya, diwajibkan mengetahui total populasi dalam angka. Di sini total populasi terhitung menjadi 3.17 juta. Formula ini memiliki tiga parameter:

Z – Tingkat kepercayaan (95%)  
P – Ukuran populasi (3.17 juta)  
C – Interval kepercayaan (5%)

Bidang yang lebih dipilih atau paling cocok untuk menargetkan semua kelompok umur yang akan membaca berita dan mempunyai akses internet adalah mereka yang berkerja di sektor perbankan, mahasiswa, sektor IT, reporter, Ibu rumah tangga dan pensiunan.

**Wawancara para ahli:** Para ahli di bidang media cetak dan media baru ditargetkan dan diwawancara dalam penelitian ini untuk memahami jangkauan berita yang menyesuaikan pengguna dan perubahan sosial dalam konteks media baru dan media tradisional diikuti dengan wawancara para ahli(6).

**HASIL**

Konsumsi media baru dan Koran dicatat untuk memahami media yang lebih diminati di kalangan populasi pembaca berita.  
 Ditemukan 4.4% populasi yang berlangganan Koran sedangkan 23.60% berlangganan Internet dan 58.20% berlangganan keduanya juga tercatat 8.8% populasi tidak berlangganan keduanya. Di bawah ini terdapat tabel yang berisi pilihan dan media yang digunakan untuk 8.8% dari populasi yang tidak berlangganan keduanya(7).  
 Dari 8.8% populasi yang tidak berlangganan keduanya, 13.63% menggunakan dan memilih Koran sedangkan 9.09% dari populasi membaca Koran tetapi lebih menyukai online. Lalu 9.09% dari populasi yang menggunakan secara online lebih menyukai Koran sedangkan 54.54% menggunakan dan menyukai keduanya. Dari analisa grafik di atas, persentase dari populasi yang menggunakan media cetak sebenarnya lebih menyukai online yang berarti preferensi bisa berubah kapan saja tergantung penggunaan. Persentase dari populasi menurut penggunaan dan preferensi terhadap media untuk membaca berita yang berlangganan keduanya ditunjukkan dalam gambar 4.2 (8).

Dari hasil tersebut ditemukan 52% dari populasi membaca Koran sedangkan hanya 44% diantara mereka menyukai Koran. 19% populasi membaca berita online dan hanya 21% yang benar-benar menyukai berita online. Situs media sosial seperti Facebook memiliki persentase 27% yang berarti sebanyak 8% cukup tinggi preferensinya. Walaupun penggunaan Koran tercatat luas, tetapi preferensi terhadap Koran relative rendah dibanding media online. Kedua hal tersebut menghasilkan tabel persentase dari populasi terhadap penggunaan dan preferensi pada media yang berbeda untuk membaca berita di bawah ini (9).  
 Dari populasi yang berlangganan kedua media, sebanyak 27.19% membaca dan memilih Koran sedangkan 12.28% nya membaca Koran tetapi lebih menyukai online. 25% dari populasi yang membaca online lebih menyukai Koran. Dari tabel diatas dapat dianalisis jika persentase dari populasi yang membaca cetak lebih menyukai online yang berarti ada kemungkinan perubahan preferensi tergantung pemakaian.  
 Terlihat jelas bahwa generasi tua masih memilih Koran tetapi dampak media sosial terhadap generasi muda lebih terlihat. Bisa kita lihat bahwa generasi muda login ke situs online untuk kebutuhan informasinya. Adanya persoalan jika generasi tua beralih, media lama lama-lama akan menghilang (10).  
 Gambar diatas menunjukkan rata-rata dari total anggota dari setiap keluarga populasi berjumlah 4.152 sedangkan rata-rata jumlah orang yang menggunakan Internet sebanyak 1.924. Jumlah rata-rata orang yang menggunakan akun Facebook dari total rata-rata anggota keluarga populasi sebanyak 1.952. Hal ini menunjukkan bahwa rata-rata orang yang menggunakan Internet juga menggunakan Facebook. Rata-rata orang yang membaca Koran secara rutin berjumlah 2.516 dan rata-rata orang yang membaca berita online berjumlah 149. Bisa dilihat jika rata-rata orang di keluarga populasi lebih besar dibanding keseluruhan rata-rata yang berarti Koran lebih diminati. Grafik 4.4 menunjukkan saat populasi ditanya tentang reaksi mereka terhadap isu sosial belakangan ini.  
 Ditemukan sekitar 8% reaksi terhadap isu sosial melalui surat pembaca. 46% populasi ditemukan bereaksi dengan menulis blog dan artikel, 48.4% sisanya ditemukan berkomentar di sebuah laman berita online dan 57.2% dari populasi berkomentar dan memposting di situs media sosial seperti Facebook. 10.84% populasi telah membuat atau menjadi bagian kelompok dari sebuah isu sosial. Jumlah besar populasi bereaksi dengan membuat isu sosial menjadi viral baik online maupun dari mulut ke mulut. Dari latar belakang diatas banyak ditemukan populasi yang telah menulis surat pembaca di media cetak sebanyak 8% tetapi 38.20% dari populasi tersebut bereaksi melalui mulut ke mulut hanya dengan membacanya di Koran (11).  
 Sebaliknya, ditemukan sebanyak 57.20% populasi membuat perubahan secara online. Hal ini menunjukkan mayoritas pembuat opini melalui online sedangkan konsumsi berita melalui Koran seperti yang dikatakan Me. Karthigaislevan, Kepala Reporter TOI.

Untuk meneliti kemiripan, sebuah isu sosial dipertimbangkan dan populasi ditanya tentang reaksi mereka terhadap itu dan hasilnya ada di grafik di bawah ini. Populasi ditanya tentang timbal balik terhadap reaksi mereka pada kasus pemerkosaan Delhi dalam gambar 4.5.  
 Dalam gambar di atas tercatat 2% populasi bereaksi melalui Koran, juga ditemukan sebanyak 42% populasi ditemukan bereaksi dengan menyebarkan isu melalui kedua media tersebut sedangkan 54% nya bereaksi secara online. Gambar 4.6 menunjukkan persentase populasi yang berkata artikel di Koran menyesuaikan pembaca.  
 Ditemukan persentase populasi yang setuju jika artikel di Koran kebanyakan menyesuaikan pembaca. Data statistik menunjukkan sebanyak 61.2% populasi setuju jika Koran menyesuaikan pembaca dan 38.8% nya tidak setuju. Gambar 4.7 menunjukkan persentase dari tingkat setuju atau tidak setuju pada sedikit poin penting yang akan membantu pengaruh dari Koran pada populasi.  
 Peneliti menemukan 80.9% populasi setuju terhadap pernyataan Koran lebih terpercaya sedangkan 48.9% nya merasa media baru kurang terpercaya. Tercatat 80.6% populasi percaya berita di media cetak kebanyakan memihak suatu kepentingan politik walaupun masyarakat kebanyakan menganggap hal itu lebih terpercaya. 59.8% merasa sulit kembali membaca Koran sedangkan 76.2% merasa berita yang hanya sekali klik membuat media baru salah satu media terkuat. Media yang diminati populasi adalah media baru walaupun sekitar 60% populasi masih berlangganan Koran dan 52% nya membaca Koran tetapi 55% populasi lebih berminat pada media baru.  
 Saat populasi ditanya jika mereka akan berselancar online dengan tujuan membaca berita, 23% menjawab “iya” dan 65% beralasan karena kecepatan dan instan sedangkan 3.3% merasa Facebook lebih mudah dan31.4% merasa jika berita online sangat interaktif dan memiliki persepsi dan reaksi tiap individu terhadap berbagai berita.

**Perbandingan Analisa dari Tiga Ahli:**

* Narasumber ditanya tentang temuan media dan bila kemunculan media baru membuat beberapa perubahan pada perputaran Koran dimana Ahli 1 berkata bahwa media baru memberi ruang untuk tiap individu dengan akses kapan saja setiap pembaca butuh. Setiap perantara memiliki fiturnya sendiri. Media cetak memilki keuntungan yaitu keawetannya. Ahli 2 berkata media baru terus berkembang dan tak akan punah tetapi media cetak akan terus ada. Ahli 3 berpendapat media baru adalah perantara tambahan yang akan mendukung media cetak dan bukan berarti media baru akan menggantikan media cetak.
* Saat narasumber ditanya apabila ada cerita sesuai konten pilihan pembaca dan apabila cerita itu memihak suatu kepentingan politik, Ahli 1 berpendapat bahwa ada artikel pilihan pembaca dan tidak akan membutakan perspektif seseorang terhadap sesuatu, kajian yang lebih dalam dan verifikasi dilakukan sebelum percetakan. Hal ini bertindak sebagai salah satu sumber. Ahli 2 berpendapat “Tentu hal itu memihak sebagaimana cerita pilihan pembaca kebanyakan ditolak editor” dan Ahli 3 berpendapat jika terdapat keberadaan cerita pilihan pembaca.
* Saat para ahli ditanya tentang perubahan sosial karena artikel atau situs media sosial, Ahli 1 berpendapat media cetak akan tetap memiliki pengaruh pada populasi dan mengutip contoh saat sekitar 30 artikel tentang penerapan meteran otomatis di sebuah kota didiskusikan yang menyebabkan para pihak berwenang melakukan hal yang sama. Bagaimanapun ia berpendapat jika media sosial bertindak sebagai pembuat opini yaitu alat dasar untuk perubahan. Ahli 2 berpendapat hal itu terdapat pada kedua media. Ahli 3 berpendapat kemarahan masyarakat adalah perubahan bahkan pertukaran informasi dengan bertindak agresif dan emosional adalah bentuk perubahan sosial jangka pendek. Kita tidak pernah membentuk asal sebuah perubahan.

**DISKUSI**

Berdasarkan hasil survey dan wawancara para ahli yang didiskusikan di bagian 4, peneliti menyimpulkan penemuan mereka sebagai berikut.

* Populasi anak muda dan orang dewasa memilih mendapatkan berita dan informasi lain melalui sumber online, sedangkan Koran dan media cetak lainnya popular diantara populasi orang tua
* Kemudahan akses pada informasi, interaktif alami dari media sosial dan ketersediaan setiap saat sebuah berita adalah alasan utama kelompok populasi sebelumnya untuk memilih media baru
* Media baru dan media cetak ada untuk saling melengkapi dan menguatkan satu sama lain. Hampir 80% populasi merasa Koran memihak suatu kepentingan politik dan 80% lainnya merasa Koran lebih terpercaya.
* Koran sekedar menyediakan konsumsi informasi sedangkan media online adalah alat penghubung para pembuat opini untuk membuat perubahan sosial.

**KESIMPULAN**

Kemudahan akses gratis pada berita online tampaknya menjadi sedikit alasan untuk tidak membayar Koran berlangganan. Fenomena ini bukan merupakan akhir dari media cetak tetapi merupakan adaptasi media cetak dan organisasi berita untuk merubah pola konsumen dengan cepat dan pergantian kedudukan pada konten digital yang telah membuat media untuk membuat dampak pada masyarakat dalam arus yang cepat.