

ABSTRAK

Nama : Dian Artika
Program Studi : Ilmu Komunikasi
Judul :
Mediamorfosis : Transformasi New Media CNBC Indonesia

Mediamorfosis telah menjadi fenomena yang mendasari perubahan media komunikasi, bahkan mediamorfosis juga telah menjadi keniscayaan transformasi media komunikasi di era digital informasi saat ini. Transformasi media komunikasi saat ini berusaha menyediakan platform digital, perkembangan teknologi digital telah merubah media konvensional menjadi media digital. Selain itu, perubahan gaya hidup masyarakat pada era digital telah menyebabkan tren penggunaan media konvensional menjadi media digital atau yang akrab disebut dengan media baru (*new media*) yang telah menunjukkan perkembangan yang unik dari media digital. Berbagai perubahan dan perkembangan yang terjadi pada media digital menarik untuk dilakukan penelitian terkait dengan mediamorfosis, dan transformasi media digital, dan juga new media yang sedang mengalami perkembangan begitu cepat di era teknologi digital saat ini.

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan metode penelitian studi kasus. Pengumpulan data penelitian dilakukan dengan wawancara dan observasi untuk memperoleh data primer, serta studi kepustakaan dan dokumentasi sebagai data sekunder. Wawancara mendalam dilakukan terhadap informan yang telah ditentukan dan memahami tema penelitian, yang bertujuan untuk mendapatkan gambaran mediamorfosis dan atau transformasi media CNBC Indonesia sebagai new media.

Berdasarkan data temuan lapangan dan analisa yang telah dilakukan, diketahui bahwa mediamorfosis CNBC Indonesia merupakan suatu proses transformasi adaptif CNBC Indonesia yang juga menunjukkan karakteristik dari *new media* CNBC Indonesia. Mediamorfosis CNBC Indonesia menunjukkan tiga konsep yang menjadi prinsip utamanya, yaitu; Koevolusi, Konvergensi, dan Kompleksitas. Sedangkan transformasi media CNBC Indonesia selalu dilihat melalui beberapa faktor dan juga pengaruh interaksi terus menerus dari beberapa kekuatan eksternal atau kekuatan makro seperti; ekonomi, teknologi, aspek sosial, globalisasi, dan regulasi. Transformasi media CNBC Indonesia juga memunculkan bentuk-bentuk baru yang dapat diidentifikasi sebagai *new media* CNBC Indonesia dengan beberapa istilah utama yang menjadi karakteristik kunci new media yaitu; digital, hipertektual, virtual, simulasi, jaringan dan interaktif.

Kata kunci : Mediamorfosis, Transformasi media, media baru, CNBC Indonesia

ABSTRACT

Name : Dian Artika
Study Program : Communication Studies
Title :
Mediamprfosis : CNBC Indonesia's New Media Transformation

Mediamorphosis has become a phenomenon that underlies changes in communication media, even mediamorphosis has also become a necessity for the transformation of communication media in the current digital information era. The transformation of communication media is currently trying to provide a digital platform, the development of digital technology has changed conventional media into digital media. In addition, changes in people's lifestyles in the digital era have led to the trend of using conventional media to become digital media or what is familiarly called new media which has shown a unique development of digital media. The various changes and developments that occur in digital media are interesting for research related to mediamorphosis, and the transformation of digital media, as well as new media which is experiencing rapid development in the current era of digital technology.

This study uses a qualitative approach with case study research methods. The research data was collected through interviews and observations to obtain primary data, as well as literature and documentation studies as secondary data. In-depth interviews were conducted with the informants who have been determined and understand the research theme, which aims to get an overview of the mediamorphosis and/or transformation of CNBC Indonesia's media as new media.

Based on field findings and analysis, it is known that CNBC Indonesia's mediamorphosis is a process of CNBC Indonesia's adaptive transformation which also shows the characteristics of CNBC Indonesia's new media. CNBC Indonesia's mediamorphosis shows three concepts that become its main principles, namely; Coevolution, Convergence, and Complexity. Meanwhile, the transformation of CNBC Indonesia's media is always seen through several factors and also the influence of continuous interaction from several external forces or macro forces such as; economics, technology, social aspects, globalization, and regulation. The transformation of CNBC Indonesia's media has also led to new forms that can be identified as CNBC Indonesia's new media with several main terms that are key characteristics of new media, namely; digital, hypertextual, virtual, simulated, networked and interactive.

Keywords: Mediamorphosis, Media transformation, New media, CNBC Indonesia