

# Mediamorfosis Dari Majalah Cetak Ke Media Online (Studi Kasus Praktik Mediamorfosis Pada Majalah Sunday)

Helmi Azahari<sup>a,1,\*</sup>

<sup>a</sup> Institut Bisnis Nusantara, Jl. Pulomas Timur 3A, Blok A No. 2, Kayu Putih, Jakarta Timur Indonesia 13210 Indonesia

<sup>1</sup> helmi@ibn.ac.id \*;

\* penulis koresponden

## INFO ARTIKEL

Riwayat artikel  
Diterima  
Direvisi

Kata Kunci  
Mediamorfosis\_1  
Majalah Digital\_2  
Konten Youtube\_3

Keywords  
Mediamorphosis\_1  
Digital Magazine\_2  
Youtube Content\_3

## ABSTRAK (10pt)

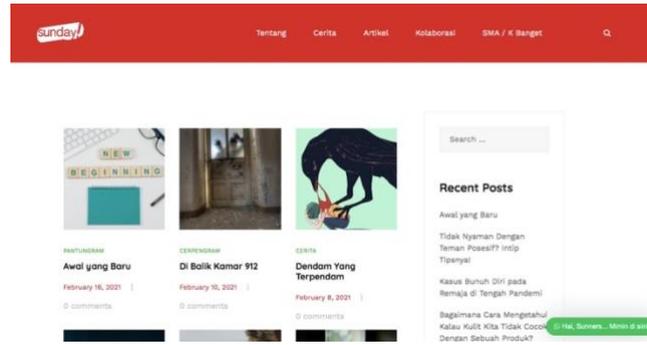
Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui proses mediamorfosis majalah edisi cetak menjadi edisi digital. Teori yang digunakan adalah teori mediamorfosis Fidler (2003). Menurut Fidler, ada 6 prinsip dasar mediamorfosis, yakni koevolusi dan koeksistensi, metamorphosis, pewarisan, kemampuan bertahan, peluang dan kebutuhan, serta pengadopsian yang tertunda. Riset dilakukan dengan metode kualitatif dengan paradigma konstruktivis. Sebagai unit analisis dalam penelitian ini adalah Majalah Sunday, majalah gratis bulanan khusus untuk pelajar Sekolah Menengah Atas. Hasilnya, Majalah Sunday memenuhi prinsip mediamorfosis Fidler (2013), karena telah melakukan koevolusi dan koeksistensi, metamorphosis, pewarisan, kemampuan bertahan, peluang dan kebutuhan, serta pengadopsian yang tertunda. Mediamorfosis ini harus dilakukan, karena Majalah Sunday ingin tetap eksis pada saat pandemic Covid-19 melanda Indonesia.

*This study aims to determine the mediamorphosis process of print edition magazines into digital editions. The theory used is Fidler's theory of mediamorphosis (2003). According to Fidler, there are 6 basic principles of mediamorphosis, namely coevolution and coexistence, metamorphosis, inheritance, survival, opportunities and needs, and delayed adoption. The research was conducted using a qualitative method with a constructivist paradigm. As the unit of analysis in this research is Sunday Magazine, a free monthly magazine specifically for high school students. As a result, Sunday Magazine fulfills the principle of Fidler's mediamorphosis (2013), because it has carried out coevolution and coexistence, metamorphosis, inheritance, survival, opportunities and needs, and delayed adoption. This mediamorphosis must be carried out, because Sunday Magazine wants to continue to exist when the Covid-19 pandemic hits Indonesia.*

## 1. Pendahuluan

Era media cetak telah berakhir. Apalagi di masa pandemi Covid-19. Nyaris tak ada lagi media cetak yang tersisa. Semuanya sudah beralih ke media online. Hanya tersisa beberapa media cetak saja yang masih diterbitkan secara berkala. Pada masa ini, bila tidak ingin ditinggalkan pembaca, media cetak harus bertransformasi menjadi media online. Salah satunya adalah Majalah Sunday.

Majalah Sunday adalah majalah gratis bulanan khusus untuk pelajar SMA di Kawasan Kelapa Gading, Jakarta Utara. Selain beredar di Kawasan Kelapa Gading, majalah ini juga hadir di wilayah sekitarnya, seperti Pulomas, Rawamangun dan Buaran, Jakarta Timur dan Sunter, Jakarta Utara, serta di Harapan Indah, Kota Bekasi, Jawa Barat. Majalah Sunday berisikan berbagai tulisan yang khusus diperuntukkan bagi pelajar, seperti cerita bersambung, cerita pendek, kumpulan pantun dan kumpulan puisi. Selain itu juga ada review kampus dan review sekolah.



**Gbr.1.** Majalah Sunday

Selama pandemic Covid-19, Majalah Sunday bertransformasi dari media cetak ke media online. Hal ini dikarenakan tidak ada tatap muka, sehingga menyulitkan peredaran fisik majalah ke siswa SMA. Sehingga mau tidak mau Majalah Sunday mengalami mediamorfosis dari media cetak ke media online. Transformasi tidak hanya berupa penampilan digital di website majalahsunday.com, tetapi juga ke media digital lainnya, seperti Instagram, Wattpad, Spotify dan Anchor, serta channel Youtube.



**Gbr.2.** Majalah Sunday Versi Digital

Transformasi media cetak ke media online ini disebut mediamorfosis. Mediamorfosis merupakan gabungan dari dua kata, yaitu media dan metamorfosis. Media adalah sarana komunikasi, sedangkan metamorfosis adalah perubahan bentuk. Sehingga mediamorfosis berarti perubahan bentuk sarana komunikasi. Menurut Roger Fidler (2003), mediamorfosis bukanlah sekedar teori sebagai cara berpikir yang terpadu tentang evolusi teknologi media komunikasi. Mediamorfosis mendorong kita untuk memahami semua bentuk sebagai bagian dari sebuah sistem yang saling terkait, dan mencatat berbagai kesamaan dan hubungan yang ada antara bentuk-bentuk yang muncul di masa lalu, masa sekarang, dan yang sedang dalam proses kemunculannya. Roger Fidler (2003) menjelaskan, mediamorfosis merupakan 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. Ada enam prinsip dasar mediamorfosis, yakni:

- a. Koevolusi dan Koeksistensi. Semua bentuk media komunikasi hadir dan berkembang bersama dalam sistem yang adaptif dan kompleks serta akan terus meluas. Begitu muncul dan berkembang setiap bentuk media komunikasi yang baru pasti akan memengaruhi perkembangan setiap bentuk media komunikasi yang lain.
- b. Metamorphosis. Media baru tidak muncul begitu saja tanpa ada kaitan dengan media yang lain, semuanya muncul secara bertahap dari metamorfosis media terdahulu.

- c. Pewarisan. Bentuk baru media komunikasi yang muncul mewarisi sifat-sifat dominan dari bentuk-bentuk sebelumnya. Sehingga, bentuk media komunikasi yang baru sedikit banyak akan memiliki beberapa sifat yang sama dari media komunikasi terdahulu.
- d. Kemampuan bertahan. Segala bentuk media komunikasi dan perusahaan media dipaksa untuk beradaptasi dan berkembang agar dapat bertahan dalam lingkungan yang berubah. Media dipaksa untuk dapat berinovasi agar tetap menarik perhatian masyarakat. Jika tidak mampu bertahan, maka pilihan yang tersedia lainnya hanyalah mati.
- e. Peluang dan kebutuhan. Media baru tidak langsung diadopsi secara luas lantaran keterbatasan-keterbatasan teknologi. Pasti selalu ada kesempatan dan alasan-alasan sosial, politik dan atau ekonomi yang mendorong teknologi media baru untuk berkembang.
- f. Pengadopsian yang tertunda. Teknologi media baru selalu membutuhkan waktu yang lama untuk mencapai kesuksesan bisnis. Teknologi-teknologi itu cenderung membutuhkan sedikitnya satu generasi manusia (20-30 tahun) untuk bergerak maju dari rancangan konsep hingga perluasan.

Salah satu prinsip utama mediamorfosis adalah konvergensi. Kehadiran media digital mendorong perkembangan media modern. Mediamorfosis menjadi pilihan industri media untuk mempertahankan eksistensi dirinya. Konvergensi media merupakan salah satu perkembangan media massa yang melibatkan banyak faktor teknologi di dalamnya. Kehadiran internet mendorong media massa menerapkan konsep konvergensi media seperti media online, e-paper, e-books, radio streaming, dan media sosial yang digabungkan dengan media lainnya. Teori konvergensi yang diteliti oleh Henry Jenkins (2008) menyatakan, konvergensi media merupakan proses yang terjadi sesuai dengan perkembangan budaya masyarakat. Konvergensi media ini, kata Rachmaria & Dewi,[12], “menyatukan 3C, yaitu *computing, communication* dan *content*”.

Mediamorfosis yang terjadi di Majalah Sunday adalah mediamorfosis dari media cetak ke media online. Alasan utama dari mediamorfosis ini adalah pandemi covid-19. Karena di masa pandemi, tidak memungkinkan terjadinya pertemuan antara orang dengan orang, sehingga terjadi transformasi sarana komunikasi dengan menggunakan kemajuan teknologi komunikasi, yakni berubah dari media cetak yang berbentuk majalah ke beberapa platform media sosial. Kehadiran internet berimplikasi pada munculnya media baru atau new media. Menurut Nasrullah [1] “kehadiran internet membawa dampak pada media yang selama ini dianggap sebagai penguasa atas produksi dan distribusi informasi. Sebab internet memberi kemudahan akses warga kepada media”.

Adanya era media baru membawa perubahan terminologi menyangkut media. Perubahan itu berkaitan dengan perkembangan teknologi, cakupan area, produksi massal, distribusi massal, sampai pada efek yang berbeda dengan apa yang ada di media massa. Umumnya, mediamorfosis terjadi dari media cetak ke media online. Pada kasus Majalah Sunday, transformasi terjadi dari media cetak ke beberapa platform media sosial, yakni Instagram (@majalahsunday), Wattpad (majalahsunday), Spotify & Anchor (Podcast Majalah Sunday) dan Channel Youtube (Majalah Sunday).

Penelitian di tingkat internasional sebelumnya tentang mediamorfosis telah dilakukan Deepak [2], yang membahas mediamorfosis dari media cetak ke media online, serta oleh Gonzales-Neira [3], yang membahas mediamorfosis dari media televisi ke media digital. Di Indonesia, penelitian tentang mediamorfosis telah dilakukan beberapa peneliti sebelumnya. Diantaranya dilakukan Puspita [4], Nugroho & Syas [5], Asyir & Nurbaya [6], dan Muhamad Afdoli Ramadoni, et.all [7]. Penelitian yang dilakukan menyoroti mediamorfosis dari media cetak ke media online, serta dari media televisi ke media digital. Bedanya dengan penelitian terdahulu, penelitian ini fokus membahas tentang mediamorfosis dari media cetak ke media online dilanjutkan ke channel Youtube, dengan target audiens berupa anak muda atau yang termasuk bagian dari generasi Z dengan rentang usia 16 hingga 18 tahun. Penelitian hanya dibatasi pada bentuk E-Magazine dan pemakaian channel Youtube, bukan platform media sosial lainnya.

Adapun pertanyaan penelitian ini adalah sebagai berikut:

RQ1 : Seperti apa mediamorfosis pada Majalah Sunday?

RQ2 : Mengapa mediamorfosis dilakukan dari media cetak ke media Youtube?

RQ3 : Apakah transformasi Majalah Sunday masuk dalam kategori mediamorfosis?

## 2. Metode Penelitian

Metodologi yang digunakan dalam penelitian ini adalah kualitatif. Penelitian kualitatif, menurut Denzin dan Lincoln, sebagaimana diungkapkan Lexy, [8] Penelitian yang dilakukan dalam setting yang alami untuk menginterpretasikan suatu fenomena dan dilakukan dengan menggunakan berbagai pendekatan. Kata-kata dan tindakan adalah jenis sumber dan jenis data penelitian kualitatif. Sumber data yang penting adalah kata-kata dan data objek yang diamati. Penelitian ini menggunakan paradigma konstruktivis. Paradigma konstruktivis merupakan paradigma yang menganggap bahwa kebenaran suatu realitas sosial dapat dilihat sebagai hasil konstruksi sosial, dan kebenaran suatu realitas sosial itu bersifat relatif. Paradigma konstruktivisme ini berada dalam perspektif interpretivisme (penafsiran) yang terbagi dalam tiga jenis, yaitu interaksi simbolik, fenomenologis dan hermeneutik. Konsep mengenai konstruksionis diperkenalkan oleh sosiolog interpretative, Peter L. Berger bersama Thomas Luckman. Dalam konsep kajian komunikasi, menurut Eriyanto, [9], “teori konstruksi sosial bisa disebut berada diantara teori fakta sosial dan defenisi sosial”.

Penelitian dilakukan dengan menggunakan pendekatan studi kasus. Dalam hal ini Yin, [10] menyebutkan “Studi kasus digunakan sebagai suatu penjelasan komprehensif yang berkaitan dengan berbagai aspek seseorang, kelompok, organisasi, suatu program, atau suatu situasi kemasyarakatan yang diteliti, untuk diupayakan dan ditelaah sedalam mungkin. Studi kasus juga memiliki pengertian berkaitan dengan penelitian yang terperinci tentang seseorang atau suatu unit sosial dalam kurun waktu tertentu”. Menurut Sugiyono, [11], “pengumpulan data dilakukan melalui observasi, wawancara, dokumentasi dan triangulasi”. Wawancara dilakukan dengan menggunakan teknik wawancara semi terstruktur. Dokumentasi dilakukan dengan cara mendokumentasikan tayangan Majalah Sunday di Youtube. Sedangkan triangulasi dilakukan untuk memeriksa apakah jawaban yang diberikan oleh informan sesuai dengan kenyataan sebenarnya. Informan yang digunakan dalam riset ini sebanyak 3 orang. Informan ke-1 adalah Pemimpin Redaksi Majalah Sunday, OHH. Informan ke-2, JV, dan informan ke-3, PTR. JV dan PTR adalah penulis artikel di E-Magazine Majalah Sunday dan tim kreatif konten channel Youtube.

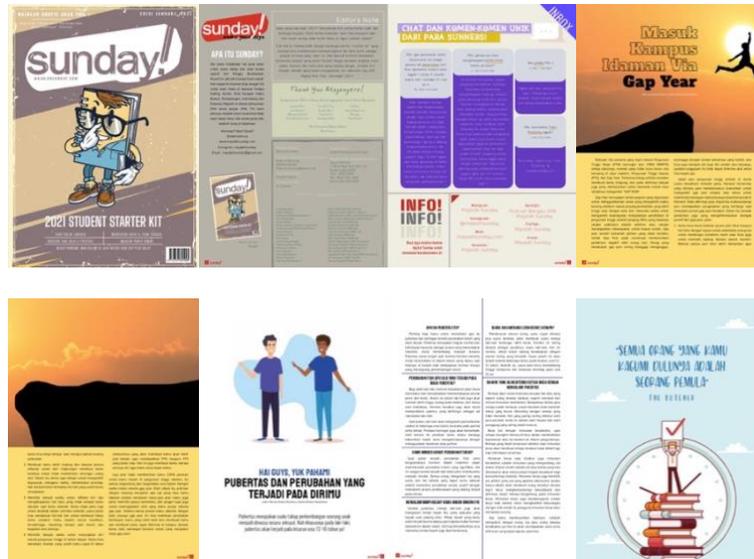
## 3. Hasil dan Pembahasan

Transformasi Majalah Sunday ke media online yang disoroti disini dibagi ke dalam dua kategori. Yang pertama berbentuk E-Magazine yang dapat diakses melalui majalahsunday.com. “Bentuknya sama dengan versi cetak, namun dibuat dalam bentuk digital. Perubahan bentuk ini juga mengubah target pembacanya, kalau sebelumnya hanya majalah kawasan, berubah untuk seluruh pelajar Sekolah Menengah Atas di seluruh Indonesia. Majalah Sunday versi digital memiliki filosofi yang sama dengan versi cetak, yaitu menerbitkan informasi yang bersahabat dan tidak mengintimidasi remaja khususnya pelajar SMA, menjawab keresahan yang ada di kehidupan mereka yang belum dapat terjawab di media lain.” kata informan ke-1. Perubahan yang sangat terasa pada versi E-Magazine ini adalah bertambahnya link untuk interaktif. Pada bagian kanan bawah layar diberi link chatting yang dapat digunakan oleh pembaca untuk berdialog dengan admin Majalah Sunday.



Gbr.3. Tampilan Majalah Sunday versi E-Magazine

Berikut adalah bentuk Majalah Sunday versi E-Magazine episode Januari 2021 yang terdiri dari 32 halaman yang menjadi unit analisis pada penelitian ini:



**Gbr.4.** E-Magazine Majalah Sunday edisi Januari 2021

Pada Majalah Sunday berbentuk E-Magazine, informan ke-2 dan informan ke-3 menjadi penulis artikel. Informan ke-2 dengan judul tulisan “Masuk Kampus Idaman Via Gap Year” tampil pada halaman 16 dan 17. Sedangkan informan ke-3 menulis artikel untuk halaman 27 dan 28 dengan judul “Hay Gus, Yuk Pahami Pubertas dan Perubahan Yang Terjadi Pada Dirimu”. “Untuk E-Magazine, bentuknya masih sama dengan bentuk majalah versi cetak. Namun dibuat dalam bentuk digital agar dapat dibaca melalui smartphone,” kata informan ke-2. “Tugas saya menulis artikel di E-Magazine. Tema dibebaskan tapi seputar informasi yang diperlukan bagi pelajar Sekolah Menengah Atas. Bahan tulisan artikel diperoleh dari riset melalui media online,” kata informan ke-3

Kedepannya, E-Magazine Majalah Sunday akan mendapatkan tempat di pembacanya. Karena pelajar Sekolah Menengah Atas dapat membaca versi digital melalui smartphone mereka. “Pandemi menyebabkan adanya pergeseran pola pikir remaja yang belum diketahui secara persis. Kami berdiskusi dengan beberapa guru yang menyatakan jika di tahun 2022 sekolah kemungkinan sudah dilaksanakan secara offline. Tapi akses ke perpustakaan kemungkinan belum dibuka untuk menghindari penyebaran virus melalui satu buku yang berpindah-pindah tangan. Sehingga peluang E-Magazine akan tetap ada untuk diminati para pembacanya,” kata informan ke-1.

Majalah Sunday juga bertransformasi ke dalam channel Youtube. Bentuknya berupa konten yang temanya biasa menjadi artikel di Majalah Sunday. Karena ditujukan untuk konten channel Youtube, maka berbentuk video. Materi channel Youtube Majalah Sunday yang disoroti disini adalah program “Kata Kamu Kata Kita” (KKKK) episode 1, 2 dan 3.

Pembuatan konten untuk channel Youtube mengikuti tahapan produksi, yakni pra produksi, produksi dan pasca produksi. “Tayangan untuk channel Youtube ini berawal dari penayangan film karya pelajar Sekolah Menengah Atas yang ikut lomba, lalu berkembang menjadi tayangan untuk channel Youtube yang dikerjakan oleh tim kreatif. Proses pembuatannya, kami melakukan rapat redaksi seminggu sekali. Dibuat rencananya, pembuatan naskah, produksi, post production, penayangan konten, lalu dilakukan evaluasi,” kata informan ke-1.

Pada tiga episode awal KKKK, informan ke-2 dan informan ke-3 menjadi tim kreatifnya. Sebagai tim kreatif, mereka membuat konten yang dapat menambah wawasan dan informasi yang diperlukan pelajar Sekolah Menengah Atas. Ide dasar program KKKK episode 1, 2 dan 3 adalah realita kehidupan remaja SMA. Program tersebut berbentuk

Question and Answer. “Konten video kami produksi dengan dasar pemikiran konsepnya secara kreatif. Sehingga menarik untuk ditonton para remaja,” kata informan ke-3. Episode ke-1 KKKK mengambil tema insecure di mata remaja laki-laki, episode ke-2 dengan tema insecure di mata remaja perempuan, dan episode ke-3 dengan tema 2021 = 2020 Part 2????!!! Berikut adalah tabel perancangan produksi program “Kata Kamu Kata Kita” episode ke-1, ke-2 dan ke-3:

**Tabel 1.** Perancangan Produksi Program “Kata Kamu Kata Kita” Episode 1, 2 dan 3

Episode	Tema Konten	Deskripsi Narasumber	Daftar Pertanyaan
1. Insecurity di Mata Cowok	<p>Membahas masalah insecure yang terdapat masa remaja sebagai gender pria.</p> <p>Narasumber yang diambil berasal dari latar belakang pendidikan yang berbeda-beda, yaitu dari siswa SMA, SMK, hingga mahasiswa.</p>	<p>Tiga orang narasumber, yaitu:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Siswa SMK kelas XII yang sekolah sambil bekerja.</li> <li>• Mahasiswa yang kuliah sambil bekerja.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Menurutmu, insecure itu apa?</li> <li>• Hal apa yang membuatmu insecure?</li> <li>• Kamu lebih memilih mana sih? Setelah lulus SMA lanjut kuliah atau langsung kerja?</li> <li>• Sebenarnya keinginan untuk kedepannya dari orang tua buat kamu gimana sih?</li> <li>• Bagaimana Ekspetasi kamu terhadap dunia perkuliahan? Apakah sudah sesuai?</li> <li>• Apa pesan dari kamu untuk orang lain agar tidak terlalu merasa insecure?</li> </ul>
2. Insecurity di Mata Cewek	<p>Membahas masalah insecure yang terdapat pada masa remaja sebagai gender wanita.</p> <p>Narasumber yang diambil berasal dari latar belakang pendidikan yang sama, yaitu sebagai mahasiswa.</p>	<p>Tiga orang narasumber, yaitu:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Mahasiswi yang memiliki IPK kecil.</li> <li>• Mahasiswi yang merantau ke Jakarta.</li> <li>• Mahasiswi yang sempat menjalani Gap Year.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Menurutmu, insecure itu apa?</li> <li>• Hal apasih yang membuatmu insecure?</li> <li>• Sebenarnya jurusan kuliah kamu itu</li> </ul>

			<p>sesuai dengan keinginan sendiri atau keinginan orang tua?</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Apa pesan dari kamu untuk orang lain agar tidak terlalu merasa insecure?</li> </ul>
3. 2021 = 2020 Part 2???!!!	<p>Membahas tentang kesan menarik remaja di tahun 2020 dan mengetahui harapan narasumber di tahun 2021. Narasumber yang diambil berasal dari latar belakang pendidikan yang berbeda-beda, yaitu dari siswa SMA, SMK, hingga mahasiswa</p>	<p>Empat orang narasumber, yaitu:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Siswa SMA kelas XII sebagai atlit sepak bola U-16 Barito Putra Samarinda.</li> <li>• Siswa SMK kelas X sebagai content creator Youtube.</li> <li>• Mahasiswa Atma Jaya sebagai makelar mobil.</li> <li>• Mahasiswa Bina Nusantara sebagai manager salah satu Electronic Sports (E-Sports).</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Apa saja kesibukan kamu selama 20andemic?</li> <li>• Bagaimana pendapat mengenai kegiatan pendidikan online?</li> <li>• Apa suka duka di tahun 2020?</li> <li>• Bagaimana perasaan kamu saat mengawali tahun 2021?</li> <li>• Apa harapan dan resolusi kamu di tahun 2021?</li> </ul>

Sumber: Lembar kerja produksi informan ke-2

Berikut adalah bentuk video KKKK episode 1, 2 dan 3 Majalah Sunday yang tayang di channel Youtube:

**Tabel 2.** Tayangan Program “Kata Kamu Kata Kita” Episode 1, 2 dan 3 di channel Youtube

Episode	Tayangan channel Youtube Majalah Sunday
1. Insecure di Mata Cowok. Durasi: 5,52 menit (30 November 2021)	
2. Insecure di Mata Cewek. Durasi: 6,05	

<p>menit (Januari 2021)</p>	
<p>3. 2021 = 2020 Part ????! Durasi: 6,10 menit (24 Januari 2021)</p>	

KKKK episode ke-1 cukup diminati penonton Youtube. Sehingga tim kreatifnya melanjutkan membuat episode ke-2 dan seterusnya. “Episode ke-1 ditonton 200 penonton pada minggu pertama setelah diunggah ke channel Youtube Majalah Sunday. Jumlah penonton di Youtube ini merupakan jumlah penonton terbanyak setelah Majalah Sunday bertransformasi ke media online sejak bulan April 2020 karena pandemi Covid-19,” kata informan ke-2. “Untuk program KKKK ini aku excited banget, karena finally ada sebuah konsep program yang bisa diteruskan, tidak cuma bikin program yang hanya sekali tayang dan hilang. Jadi aku sangat appreciate, karena KKKK ini sifatnya bisa sustain,” kata informan ke-1.

Bila menggunakan teori mediamorfosis Fidler (2003), jelas terlihat proses mediamorfosis Majalah Sunday dari media cetak ke media online dalam bentuk E-Magazine dan channel Youtube telah memenuhi 6 prinsip mediamorfosis, yakni:

- a. Koevolusi dan Koeksistensi. Majalah Sunday yang semula berbentuk media cetak berkembang menjadi E-Magazine, lalu berkembang ke bentuk streaming melalui tayangan di channel Youtube.
- b. Metamorphosis. E-Magazine muncul setelah melalui edisi majalah versi cetak, kemudian dilanjutkan dengan kemunculan channel Majalah Sunday di channel Youtube.
- c. Pewarisan. E-Magazine yang hadir mewarisi bentuk Majalah Sunday versi cetak. Hanya bentuknya saja yang berubah dari cetak menjadi digital.
- d. Kemampuan bertahan. Kehadiran Majalah Sunday dalam bentuk E-Magazine dan konten di channel Youtube membuat Majalah Sunday dapat memperhankan eksistensinya di masa pandemic Covid-19.
- e. Peluang dan kebutuhan. Munculnya Majalah Sunday dalam bentuk E-Magazine dan konten di channel Youtube karena kondisi sosial dan ekonomi masyarakat sedang menghadapi pandemic Covid-19.
- f. Pengadopsian yang tertunda. Proses transformasi dari media cetak ke media online memerlukan waktu karena memanfaatkan perkembangan teknologi informasi tidak dapat dilakukan secara instant, tetapi harus secara bertahap. Berawal dari perubahan versi cetak ke E-Magazine, lalu ke channel Youtube, dan nantinya akan berbentuk konten lain dalam platform media sosial lainnya.

#### 4. Kesimpulan

Berdasarkan penelitian proses mediamorfosis Majalah Sunday diperoleh beberapa kesimpulan sebagai berikut:

- a. Mediamorfosis di Majalah Sunday berbentuk perubahan tampilan media dari cetak ke E-Magazine dan channel Youtube.
- b. Mediamorsosis di Majalah Sunday terjadi karena factor sosial dan ekonomi, akibat masyarakat Indonesia sedang menghadapi pandemic Covid-19, sehingga sekolah tidak dizinkan Pemerintah untuk melakukan proses pembelajaran offline.

- c. Proses transformasi di Majalah Sunday masuk dalam kategori mediamorfosis sesuai teori mediamorfosis Fidler (2003), yaitu memenuhi 6 prinsip mediamorfosis, yakni koevolusi dan koeksistensi, metamorphosis, pewarisan, kemampuan bertahan, peluang dan kebutuhan, serta pengadopsian yang tertunda.

### **Daftar Pustaka**

- [1] Nasrullah, R, “Teori dan Riset Media Siber”, Kencana Prenadamedia, 2014
- [2] Deepak, B. J. “Mediamorphosis of Regional Newspapers: Utilization of the Internet’s Potential by Kannada Media”. Asia Pacific Media Educator, 30(1), 59–76.2020.
- [3] González-Neira, A., & Quintas-Froufe, N, “Mediamorphosis of Participation on Television: The News Programmes”, Journalistic Metamorphosis, 2020
- [4] Puspita, R, “Mediamorfosis Surat Kabar Ke Surat Kabar Online. Jurnal Komunikasi, Masyarakat Dan Keamanan.”, 2019
- [5] Nugroho, A., & Syas, M, “Mediamorfosis TV One Pada Era Media Baru”. Jurnal Ranah Komunikasi. 2019
- [6] Asyir, A. K., & Nurbaya, S, “Konvergensi media dan mediamorfosis: Strategi digitalisasi majalah Moeslim Choice dalam proses transformasi basis kerja”. Jurnal Studi Jurnalistik. 2019
- [7] Muhamad Afdoli Ramadoni, Vina Zahratul Hayat, Sihabudin Noor, Eko Yudi Prasetyo. “Mediamorphosis in Kompas TV towards New Media”.Jurnal Ilmiah Syi’ar.
- [8] Lexy, M, “Metode Penelitian Kualitatif”. Remaja Rosda Karya. 2011
- [9] Marcelina, Y., Muchtar, K., & Rosyidi, I. “Mediamorfosis Radar Bandung”. In Komunikatif, 2020.
- [10] Eriyanto. (2012). “Buku Analisis Framing Konstruksi, Ideologi, Dan Politik Media”. LKis. 2012
- [11] Fidler, R. (2003). “Mediamorfosis (Penerjemah Hartono Hadikusumo)”. Bentang Budaya.2003
- [12] Yin, K., R. (2013). “Studi Kasus Desain & Metode”. Rajawali Pers. 2013
- [13] Sugiyono. (2012). “Memahami Penelitian Kualitatif”. Alfabeta. 2012
- [14] Rachmaria, L., & Dewi, Y. R. “Strategi dan praktik konvergensi media pada segmen Makarena dalam program sore Bara Harsya sebagai upaya survival radio Delta FM di tengah persaingan industri penyiaran”. Jurnal Ilmu Komunikasi Efek. 2018