

**SKRIPSI**

**PERSEPSI KHALAYAK TERHADAP MEDIAMORFOSIS TV  
PEDULI DI KECAMATAN SOREANG KOTA PAREPARE**



**OLEH :**

**NUR RESKIANI HALIM  
NIM: 19.3100.051**

**PROGRAM STUDI KOMUNIKASI DAN PENYIARAN ISLAM  
FAKULTAS USHULUDDIN ADAB DAN DAKWAH  
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI  
PAREPARE**

**2024 M/1446 H**

**PERSEPSI KHALAYAK TERHADAP MEDIAMORFOSIS TV  
PEDULI DI KECAMATAN SOREANG KOTA PAREPARE**



**OLEH**

**NUR RESKIANI HALIM  
NIM. 19.3100.051**

Skripsi sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Sosial (S.Sos) pada Program Studi Komunikasi dan Penyiaran Islam Fakultas Ushuluddin, Adab, dan Dakwah Institut Agama Islam Negeri Parepare

**PROGRAM STUDI KOMUNIKASI DAN PENYIARAN ISLAM  
FAKULTAS USHULUDDIN ADAB DAN DAKWAH  
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI  
PAREPARE**

**2024 M/1446 H**

## PERSETUJUAN KOMISI PEMBIMBING

Judul Skripsi : Persepsi Khalayak terhadap Mediamorfosis TV  
Peduli di Kecamatan Soreang Kota Parepare

Nama Mahasiswa : Nur Reskiani Halim

NIM : 19.3100.051

Program Studi : Komunikasi dan Penyiaran Islam

Fakultas : Ushuluddin Adab dan Dakwah

Dasar Penetapan Pembimbing : Surat Penetapan Pembimbing Skripsi  
Fakultas Ushuluddin Adab dan Dakwah  
B-1625/In.39.8/PP.00.9/081/2024

Disetujui Oleh:

Pembimbing Utama : Dr. A. Nurkidam, M, Hum. (.....)

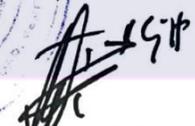
NIP : 196412311992031045

Pembimbing Pendamping : Muhammad Ismail, M.Th.I. (.....)

NIP : 1988507202018011001



Mengetahui  
Dekan Fakultas Ushuluddin Adab dan Dakwah

  
Dr. A. Nurkidam, M. Hum  
NIP. 196412311992031045

## PERSETUJUAN KOMISI PENGUJI

Judul Skripsi : Persepsi Khalayak terhadap Mediamorfosis TV  
Peduli di Kecamatan Soreang Kota Parepare

Nama Mahasiswa : Nur Reskiani Halim

Nomor Induk Mahasiswa : 19.3100.051

Program Studi : Komunikasi dan Penyiaran Islam

Fakultas : Ushuluddin Adab dan Dakwah

Dasar Penetapan Pembimbing : Surat Penetapan Pembimbing Skripsi  
Fakultas Ushuluddin Adab dan Dakwah

Tanggal Kelulusan : 29 Juli 2024

Disahkan Oleh Komisi Penguji

Dr. A. Nurkidam, M.Hum. (Ketua) (.....)

Muhammad Ismail, M.Th.I. (Sekertaris) (.....)

Nurhakki, S.Sos., M.Si. (Anggota) (.....)

Mifda Hilmiyah, M.I.Kom. (Anggota) (.....)

Mengetahui

Dekan Fakultas Ushuluddin Adab dan Dakwah



Dr. A. Nurkidam, M. Hum

NIP. 196412311992031045

## KATA PENGANTAR

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

الْحَمْدُ لِلَّهِ رَبِّ الْعَالَمِينَ، وَالصَّلَاةُ وَالسَّلَامُ عَلَى أَشْرَفِ الْأَنْبِيَاءِ وَعَلَى آلِهِ وَأَصْحَابِهِ أَجْمَعِينَ. أَمَّا بَعْدُ

Puji syukur penulis panjatkan kehadiran Allah swt. berkat hidayah, taufik dan maunah-Nya, penulis dapat menyelesaikan tulisan ini sebagai salah satu syarat untuk menyelesaikan studi dan memperoleh gelar Sarjana Sosial (S.Sos) pada Fakultas Ushuluddin Adab dan Dakwah Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Parepare.

Penulis menghaturkan terima kasih yang setulus-tulusnya kepada Ibunda Yudaria dan Ayahanda La Helleng (Abd. Halim) tercinta dimana dengan pembinaan dan berkah doa tulusnya, penulis mendapatkan kemudahan dalam menyelesaikan tugas akademik tepat pada waktunya.

Penulis telah menerima banyak bimbingan dan bantuan dari Bapak Dr. A. Nurkidam, M. Hum dan Bapak Muhammad Ismail, M.Th.I., M.I.Kom selaku Pembimbing I dan II, atas segala bantuan dan bimbingan yang telah diberikan, penulis ucapkan terima kasih.

Selanjutnya, penulis juga menyampaikan terima kasih kepada:

1. Bapak Prof. Dr. Hannani, M.Ag. sebagai Rektor IAIN Parepare yang telah bekerja keras mengelola pendidikan di IAIN Parepare.
2. Bapak Dr. A. Nurkidam, M.Hum. sebagai Dekan Fakultas Ushuluddin, Adab, dan Dakwah atas pengabdianya dalam menciptakan suasana pendidikan yang positif bagi mahasiswa.
3. Ibu Nurhakki, S.Sos., M.si. Selaku ketua Program Studi Komunikasi dan Penyiaran Islam yang telah memberikan arahan dan bimbingan selama perkuliahan.

4. Dosen Penguji Penulis, Ibu Nurhakki, S.Sos., M.Si dan Mifda Hilmiyah, M.I.Kom yang telah menghadiri seminar proposal dan seminar hasil, serta telah memberikan kritik dan saran untuk penyelesaian skripsi ini.
5. Bapak dan Ibu Dosen Program Studi Komunikasi Penyiaran Islam yang telah mendidik penulis selama masa studi di IAIN Parepare.
6. Pihak TV Peduli Parepare dan masyarakat-masyarakat Kecamatan Soreang yang telah memberi kesempatan penulis untuk melakukan penelitian.
7. Salmayani, Putriani, Helayan sebagai ketiga saudari penulis yang selalu membantu untuk menyelesaikan skripsi
8. Teman-teman KPI angkatan 2019 yang kebersamaian selama perkuliahan dan penyelesaian skripsi.
9. Teman dan sahabat saya yang memberikan support dan dukungan kepada penulis Hadijah, nurfadilla, fadhil, Amran, Juswanda, Musrifah dan Ashar.

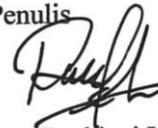
Penulis tak lupa mengucapkan terima kasih kepada semua pihak yang telah memberikan bantuan, baik moril maupun material hingga tulisan ini dapat diselesaikan. Semoga Allah swt. berkenan menilai segala kebajikan sebagai amal jariyah dan memberikan rahmat dan pahala-Nya.

Akhirnya penulis menyampaikan kiranya pembaca berkenan memberikan saran kontribusi demi kesempurnaan skripsi ini.

Parepare, 7 Juli 2024 M

1 Muharram 1446 H [

Penulis



Nur Reskiani Halim  
NIM. 19.3100.051

## PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI

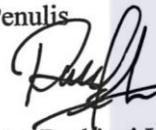
Mahasiswa yang bertanda tangan di bawah ini

Nama : Nur Reskiani Halim  
NIM : 19.3100.051  
Tempat/Tgl. Lahir : Pinrang, 29 Mei 2001  
Program Studi : Komunikasi dan Penyiaran Islam  
Fakultas : Ushuluddin Adab dan Dakwah  
Judul Skripsi : Persepsi Khalayak Terhadap Mediamorfosis TV  
Peduli di Kecamatan Soreang Kota Parepare

Menyatakan dengan sesungguhnya dan penuh kesadaran bahwa skripsi ini benar merupakan hasil karya saya sendiri. Apabila dikemudian hari terbukti bahwa skripsi ini merupakan duplikat, tiruan, plagiat, atau dibuat oleh orang lain, sehingga atau seharusnya, maka skripsi dan gelar yang diperoleh karenanya batal demi hukum.

Parepare, 7 Juli 2024 M [  
1 Muharram 1446 H

Penulis



Nur Reskiani Halim  
NIM. 19.3100.051

## ABSTRAK

**NUR RESKIANI HALIM.** *Persepsi Khalayak Terhadap Mediamorfosis TV Peduli Di Kecamatan Soreang, Kota Parepare.* (dibimbing oleh A. NURKIDAM dan MUHAMMAD ISMAIL).

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana gambaran mediamorfosis TV Peduli dan untuk mengetahui persepsi khalayak di Kec.Soreang tentang mediamorfosis Tv peduli. Penelitian ini dilakukan di Kecamatan Soreang, Kota Parepare. Jenis penelitian ini adalah metode penelitian kualitatif deskriptif dengan pendekatan sosial masyarakat. Penelitian ini mendiskripsikan transformasi media TV Peduli berdasarkan data-data kualitatif. Pengumpulan data yang dilakukan dengan wawancara dan dokumentasi.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa dalam proses mediamorfosis TV Peduli yang mana memiliki tiga bentuk mediamorfosis yaitu koevolusi dimana TV Peduli menggunakan media sosial dan telah berevolusi dari siaran TV kabel kemudian beralih ke media sosial, pada aspek konvergensi TV Peduli melakukan siaran secara hybrid atau bersama-sama antara radio dan kompleksitas dari adanya TV Peduli membuat Radio Peduli terancam akan kehadirannya akan tetapi itu bukanlah masalah karena khalayak dapat memilih media mana yang ingin diakses seperti radio, televisi atau sosial media. TV Peduli telah melakukan segala upaya dalam berbenah diri guna melakukan transformasi media yang berkaitan dengan teknologi berdasarkan konsep mediamorfosis yang digagas oleh Roger Fidler. Sedangkan persepsi pada khalayak Kec.Soreang mengenai mediamorfosis TV Peduli mengatakan bahwa terdapat perbedaan dalam mengakses informasi TV Peduli. Beberapa khalayak menggunakan Televisi sebagai sumber informasi dikarenakan ketidak tahumannya menggunakan *smartphone* dan penglihatan yang buruk. Beberapa persepsi khalayak juga mengatakan bahwa mereka lebih memilih *smartphone* sebagai sumber informasi karena dapat diakses dengan mudah..

**Kata Kunci :** *Mediamorfosis, Persepsi, Khalayak, TV Peduli*

## DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN JUDUL.....	i
PERSETUJUAN KOMISI PEMBIMBING .....	ii
PERSETUJUAN KOMISI PENGUJI.....	iii
KATA PENGANTAR .....	iv
PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI.....	vi
ABSTRAK .....	vii
DAFTAR ISI.....	viii
PEDOMAN TRANSLITERASI.....	x
BAB I PENDAHULUAN.....	1
A. Latar Belakang .....	1
B. Rumusan Masalah .....	6
C. Tujuan Penelitian.....	6
D. Kegunaan penelitian.....	6
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	8
A. Tinjauan Penelitian Terdahulu .....	8
B. Tinjauan Teori .....	10
C. Kerangka Konseptual .....	18
D. Kerangka Pikir.....	36
BAB III METODE PENELITIAN.....	37
A. Jenis dan Pendekatan Penelitian.....	37
B. Lokasi dan Waktu Penelitian.....	37
C. Fokus Penelitian .....	38
D. Jenis dan Sumber Data .....	38
E. Teknik Pengumpulan Data .....	39
F. Uji Keabsahan Data.....	40
G. Teknik Analisis Data .....	42

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN .....	44
A. Hasil Penelitian .....	44
B. Pembahasan.....	55
BAB V PENUTUP.....	66
A. Kesimpulan.....	66
B. Saran.....	67
DAFTAR PUSTAKA .....	I
LAMPIRAN-LAMPIRAN.....	III
BIOGRAFI PENULIS .....	XXI



## PEDOMAN TRANSLITERASI

### 1. Transliterasi

#### a. Konsonan

Daftar huruf Bahasa Arab dan transliterasinya ke dalam huruf Latin dapat dilihat pada halaman berikut:

H uruf Arab	N ama	Huruf Latin	Nama
ا	Alif	tidak dilambangkan	tidak dilambangkan
ب	Ba	B	Be
ت	Ta	T	Te
ث	Ŝa	Ŝ	es (dengan titik di atas)
ج	Jim	J	Je
ح	Ha	h	ha (dengan titik di bawah)
خ	Kha	Kh	ka dan ha
د	Dal	D	De
ذ	Zal	Z	zet (dengan titik di atas)
ر	Ra	R	Er

ز	Zai	Z	Zet
س	Sin	S	Es
سین	Syi n	Sy	es dan ye
ش	Şad	Ş	es (dengan titik di bawah)
د	Dad	ḍ	de (dengan titik di bawah)
ط	Ta	ṭ	te (dengan titik di bawah)
ظ	Za	ẓ	zet (dengan titik di bawah)
ع	‘ain	‘	koma terbalik ke atas
غ	Gai n	G	Ge
ف	Fa	F	Ef
ق	Qaf	Q	Qi
ك	Kaf	K	Ka
ل	La m	L	El

م	Mi m	M	Em
ن	Nu n	N	En
و	Wa u	W	We
هـ	Ha	H	Ha
ء	Ha mzah	,	Apostrof
ي	Ya	Y	Ye

Hamzah (ء) yang terletak di awal kata mengikuti vokalnya tanpa diberi tanda apapun. Jika ia terletak di tengah atau di akhir, maka ditulis dengan tanda (´).

a. Vokal

Vokal bahasa Arab, seperti vokal bahasa Indonesia, terdiri atas vokal tunggal atau monoftong dan vokal rangkap atau diftong. Vokal tunggal bahasa Arab yang lambangnya berupa tanda atau harakat, transliterasinya sebagai berikut :

Tanda	Nama	Huruf Latin	Nama
أ	<i>Fathah</i>	A	A
إ	<i>Kasrah</i>	I	I
أ	<i>Dammah</i>	U	U

Vokal rangkap bahasa Arab yang lambangnya berupa gabungan antara harakat dan huruf, transliterasinya berupa gabungan huruf, yaitu:

Tanda	Nama	Huruf Latin	Nama
-------	------	-------------	------

يَ	<i>fathah</i> dan <i>yá'</i>	A	a dan i
وُ	<i>fathah</i> dan <i>wau</i>	Au	a dan u

Contoh:

كَيْفَ : *kaifa*

هُوْلَ : *hāula*

c. *Maddah*

*Maddah* atau vokal panjang yang lambangnya berupa harakat dan huruf, transliterasinya berupa huruf dan tanda, yaitu:

Harakat dan Huruf	Nama	Huruf dan Tanda	Nama
آ   اِ	<i>fathah</i> dan <i>alif</i> dan <i>yá'</i>	Ā	a dan garis di atas
يِ	<i>kasrah</i> dan <i>yá'</i>	î	i dan garis di atas
وُ	<i>dammah</i> dan <i>wau</i>	û	u dan garis di atas

Contoh:

مَاتَ : *māta*

رَمَى : *ramā*

قِيلَ : *qīla*

يَمُوتُ : *yamūtu*

d. *Tā' Marbutah*

Transliterasi untuk *tā' marbutah* ada dua, yaitu:

1. *tā' marbutah* yang hidup atau mendapat harakat *fathah*, *kasrah*, dan *dammah*, transliterasinya adalah [t].

2. *tāmarbūtah* yang mati atau mendapat harakat sukun, transliterasinya adalah [h].

Kalau pada kata yang berakhir dengan *tāmarbūtah* diikuti oleh kata yang menggunakan kata sandang *al-* serta bacaan kedua kata itu terpisah, maka *tāmarbūtah* ditransliterasikan dengan *ha* (*h*).

Contoh:

رَوْضَةُ الْجَنَّةِ	: raḍah al-jannah atau raḍatul jannah
الْمَدِينَةُ الْفَاضِلَةُ	: al-madīnah al-fāḍilah atau al-madīnatul fāḍilah
الْحِكْمَةُ	: al-hikmah

e. *Syaddah* (*Tasydid*)

*Syaddah* atau *tasydid* yang dalam sistem tulisan Arab dilambangkan dengan sebuah tanda *tasydid* (ّ), dalam transliterasi ini dilambangkan dengan perulangan huruf (konsonan ganda) yang diberi tanda *syaddah*.

Contoh:

رَبَّنَا	: Rabbanā
نَجِّيْنَا	: Najjainā
الْحَقُّ	: al-haqq
الْحَجُّ	: al-hajj
نُعَمُّ	: nu'ima
عُدُّوْ	: 'aduwwun

Jika huruf ber-*tasydid* di akhir sebuah kata dan didahului oleh huruf *kasrah* (ِ), maka ia ditransliterasi seperti huruf *maddah* menjadi (ī).

Contoh:

عَلِيٍّ	: 'Ali (bukan 'Aliyy atau 'Aly)
---------	---------------------------------

عَرَبِيٌّ : 'Arabi (bukan 'Arabiy atau 'Araby)

#### f. Kata Sandang

Kata sandang dalam sistem tulisan Arab dilambangkan dengan huruf *Alif lam ma'arifah*). Dalam pedoman transliterasi ini, kata sandang ditransliterasi seperti biasa, *al-*, baik ketika ia diikuti oleh huruf *syamsiyah* maupun huruf *qamariyah*. Kata sandang tidak mengikuti bunyi huruf langsung yang mengikutinya. Kata sandang ditulis terpisah dari kata yang mengikutinya dan dihubungkan dengan garis mendatar (-).

Contoh:

الشَّمْسُ	:	<i>al-syamsu</i> (bukan <i>asy-syamsu</i> )
الزَّلْزَلَةُ	:	<i>al-zalzalah</i> (bukan <i>az-zalzalah</i> )
الْفَلْسَفَةُ	:	<i>al-falsafah</i>
الْبِلَادُ	:	<i>al-bilādu</i>

#### g. Hamzah

Aturan transliterasi huruf hamzah menjadi apostrof (') hanya berlaku bagi hamzah yang terletak di tengah dan akhir kata. Namun, bila hamzah terletak di awal kata, ia tidak dilambangkan, karena dalam tulisan Arab ia berupa alif.

Contoh:

تَأْمُرُونَ	:	<i>ta'muruna</i>
النَّوْعُ	:	<i>al-nau'</i>
شَيْءٌ	:	<i>syai'un</i>
أُمِرْتُ	:	<i>umirtu</i>

#### h. Kata Arab yang lazim digunakan dalam Bahasa Indonesia

Kata, istilah atau kalimat Arab yang ditransliterasi adalah kata, istilah atau kalimat yang belum dibakukan dalam bahasa Indonesia. Kata, istilah atau kalimat yang sudah lazim dan menjadi bagian dari perbendaharaan bahasa Indonesia, atau sering ditulis dalam tulisan bahasa Indonesia, atau lazim digunakan dalam dunia akademik tertentu, tidak lagi ditulis menurut cara transliterasi di atas. Misalnya, kata Al-Qur'an (dari Qur'an), Sunnah, alhamdulillah, dan munaqasyah. Namun, bila kata-kata tersebut menjadi bagian dari satu rangkaian kosa kata Arab, maka harus ditransliterasi secara utuh.

Contoh:

*Fīzilāl al-qur'an*

*Al-Sunnah qabl al-tadwin*

*Al-ibārat bi 'umum al-lafẓ lā bi khusus al-sabab*

i. *Lafẓ al-jalalah* (الله)

Kata "Allah" yang didahului partikel seperti huruf jarr dan huruf lainnya atau berkedudukan sebagai mudaf ilaih (frasa nominal), ditransliterasi tanpa huruf hamzah.

Contoh:

دِينُ اللَّهِ : *dīnillah* بِاللَّهِ : *billah*

Adapun ta' marbutah di akhir kata yang disandarkan kepada *lafẓ al-jalālah*, ditransliterasi dengan huruf [t].

Contoh:

هُم فِي رَحْمَةِ اللَّهِ : *hum fi rahmatillāh*

j. Huruf Kapital

Walau sistem tulisan Arab tidak mengenal huruf kapital (*All Caps*), dalam transliterasinya huruf-huruf tersebut dikenal ketentuan tentang penggunaan huruf kapital berdasarkan pedoman ejaan Bahasa Indonesia yang berlaku (EYD). Huruf kapital, misalnya, digunakan untuk menuliskan huruf awal nama diri (orang, tempat, bulan) dan huruf pertama pada permulaan kalimat. Bila nama diri didahului oleh kata sandang (*al-*), maka yang ditulis dengan huruf kapital tetap huruf awal nama diri tersebut, bukan huruf awal kata sandangnya. Jika terletak pada awal kalimat, maka huruf A dari kata sandang tersebut menggunakan huruf kapital (*Al-*).

Contoh:

*Wa mā Muhammadunillā rasūl*  
*Inna awwalabaitinwudi'alinnāsilalladhī bi Bakkatamubārakan*  
*Syahru Ramadan al-ladhūnzilafih al-Qur'an*  
*Nasir al-Din al-Tusī*  
*Abū Nasr al-Farabi*  
*Al-Gazali*  
*Al-Munqiz min al-Dalal*

Jika nama resmi seseorang menggunakan kata Ibnu (anak dari) dan Abu (bapak dari) sebagai nama kedua terakhirnya, maka kedua nama terakhir itu harus disebutkan sebagai nama akhir dalam daftar pustaka atau daftar referensi.

Contoh:

Abū al-Walid Muhammad ibnu Rusyd, ditulis menjadi: Ibnu Rusyd,  
 Abū al-Walīd Muhammad (bukan: Rusyd, Abū al-Walid Muhammad Ibnu)  
 Naṣr Ḥamīd Abū Zaid, ditulis menjadi: Abū Zaid, Naṣr Ḥamīd  
 (bukan: Zaid, Naṣr Ḥamīd Abū)

## 2. Singkatan

Beberapa singkatan yang dilakukan adalah:

swt.	=	<i>subḥānahū wa ta'āla</i>
saw.	=	<i>ṣhallallāhu 'alaihi wa sallam</i>
a.s.	=	<i>'alaihi al-sallām</i>
H	=	Hijrah
M	=	Masehi
SM	=	Sebelum Masehi
l.	=	Lahir tahun (untuk tahun yang masih hidup saja)
w.	=	Wafat tahun
QS .../...: 4	=	QS al-Baqarah/2:187 atau QS Ibrāhīm/..., ayat 4
HR	=	Hadis Riwayat

Beberapa singkatan dalam bahasa Arab.

ص	=	صفحة
دو	=	بدون مكان
صهعى	=	صلى الله عليه وسلم
ط	=	طبعة
دن	=	بدون ناشر
الخ	=	إلى آخرها/إلى آخره
خ	=	جزء

Beberapa singkatan yang digunakan secara khusus dalam teks referensi perlu dijelaskan kepanjangannya, diantaranya sebagai berikut:

- ed. : Editor (atau, eds. [dari kata editors] jika lebih dari satu orang editor). Karena dalam bahasa Indonesia kata “editor” berlaku baik untuk satu atau lebih editor, maka ia bisa saja tetap disingkat ed. (tanpa s).
- et al. : “Dan lain-lain” atau “dan kawan-kawan” (singkatan dari *et alia*). Ditulis dengan huruf miring. Alternatifnya, digunakan singkatan dkk. (“dan kawan-kawan”) yang ditulis dengan huruf biasa/tegak.
- Cet. : Cetakan. Keterangan frekuensi cetakan buku atau literatur sejenis.
- Terj. : Terjemahan (oleh). Singkatan ini juga digunakan untuk penulisan karya terjemahan yang tidak menyebutkan nama pengarangnya.
- Vol. : Volume. Dipakai untuk menunjukkan jumlah jilid sebuah buku atau ensiklopedia dalam bahasa Inggris. Untuk buku-buku berbahasa Arab biasanya digunakan kata juz.
- No. : Nomor. Digunakan untuk menunjukkan jumlah nomor karya ilmiah berkala seperti jurnal, majalah, dan sebagainya.

# BAB I

## PENDAHULUAN

### A. Latar Belakang

Perkembangan media massa saat ini tak lepas dari perkembangan teknologi komunikasi dan informasi. Perkembangan teknologi saat ini telah melahirkan media baru yang bernama internet. Media inilah yang setiap hari di gunakan masyarakat saat ini dalam memenuhi keingintahuannya dalam mengakses informasi dan hiburan masyarakat. Beragam informasi dan hiburan mudah dinikmati dalam satu genggam saja dikarenakan adanya media baru atau new media. Media massa konvensional seolah terancam posisinya dengan adanya new media tersebut. Hal ini memicu persaingan yang ketat antara media untuk merebut posisi agar dapat diminati oleh masyarakat.

Saat ini dengan lahirnya teknologi baru menjadikan khalayak mengalami perubahan yang signifikan baik budaya, etika dan norma. Perubahan dalam gaya hidup digital ialah sebuah fenomena teruntuk khalayak milenial dewasa ini. Sehingga berdasarkan hal berikut dapat dijelaskan bahwa gaya hidup digital ialah sebuah revolusi gaya hidup diakibatkan perkembangan teknologi informasi komunikasi yang semakin pesat. Pekerjaan dapat dilakukan lebih efisien dalam artian menghambat biaya dan juga waktu hal itu dapat dilakukan dengan menggunakan peralatan digital yang dapat lebih efektif karena tujuan utama gaya hidup digital lebih cepat dari sebelumnya.<sup>1</sup>

---

<sup>1</sup> Nugroho, A. MEDIAMORFOSIS TV ONE PADA ERA MEDIA BARU. *Jurnal Ilmiah Komunikasi*, 3(1),h. 23–33 (2019).

Dalam dinamika kehidupan khalayak mengalami kemajuan yang sangat pesat dan cepat. Akulturasi budaya disertai sentuhan teknologi informasi saat ialah fenomena pendorong perubahan tersebut. Sehingga hal inilah yang mendorong pemilik media mencoba melakukan sebuah perubahan mediamorfosis dalam bidang penyiaran.

Perkembangan internet dengan kemudahan aksesnya ialah dampak dari peralihan media, sehingga membuat media lama semakin ketinggalan karena tergantikan oleh adanya media baru, khususnya televisi yang mengalami mediamorfosis. Hadirnya media baru misalnya internet, smartphone, aplikasi yang berbasis online serta berbagai akses dalam mengumpulkan informasi.

Perubahan dalam pemakaian media ini dilihat dari perkembangan teknologi dan informasi di era digital. Seiring berkembangnya zaman, kebutuhan masyarakat akan semakin kompleks dan rumit, yang kemudian akan memicu sebuah perubahan-perubahan yang akan terjadi pada industri media. Khalayak merupakan masyarakat atau publik yang mempunyai minat yang sama terhadap suatu hobi atau kegemaran tanpa harus memiliki persepsi yang sama dan menghendaki pemecahan masalah tanpa adanya pengalaman itu. Persepsi khalayak dibutuhkan untuk mengetahui apa saja dampak mediamorfosis televisi TV Peduli di Kecamatan Soreang Kota Parepare.

Mediamorfosis adalah perubahan dalam bentuk dan fungsi media yang disebabkan oleh teknologi digital dan internet. Dalam konteks televisi, mediamorfosis mencakup perubahan dalam cara penyampaian konten, distribusi, dan interaksi audiens dengan media. Misalnya, perkembangan teknologi seperti *streaming online*, *video on demand*, dan platform media sosial telah

mempengaruhi cara audiens menonton dan berinteraksi dengan konten televisi. Konten yang sebelumnya ditransmisikan secara langsung melalui stasiun televisi sekarang dapat diakses kapan saja dan di mana saja melalui perangkat digital. Selain itu, audiens juga mulai berpartisipasi aktif dalam proses kreatif dan interaktif, seperti voting dalam program *reality* atau memberikan ulasan dan komentar melalui media sosial.

TV Peduli Parepare ialah salah satu siaran televisi lokal yang telah melakukan mediamorfosis pada era modern saat ini. Sebelum melakukan mediamorfosis TV Peduli hanya memfokuskan beritanya melalui televisi saja. Namun, pada tahun 2017 TV Peduli mulai aktif mengunggah di beberapa platform media sosialnya. TV Peduli yang dulunya hanya bisa diakses melalui televisi saja kini bisa diakses dimana saja dan kapan saja dengan menggunakan internet, namun tidak hanya itu TV Peduli juga telah membuka platform di media sosial seperti *Facebook*, *Instagram*, *Tiktok* dan *Youtube* serta *streaming* pada sosial media agar dapat berinteraksi langsung dan memudahkan khalayak atau audiens mengakses informasi yang mereka cari.

Seperti yang dikatakan oleh Roger Fidler dalam teori mediamorfosisnya mengatakan bahwa konsep yang menggambarkan perubahan bentuk media dari satu bentuk ke bentuk lainnya seiring dengan kemajuan teknologi. Fidler, seorang akademisi media dan konsultan teknologi, mengamati bahwa teknologi informasi dan komunikasi terus berkembang, dan perkembangan ini mempengaruhi bagaimana kita mengonsumsi dan berinteraksi dengan media.<sup>2</sup>

---

<sup>2</sup> Filza Itqiya, “Pengaruh Motif Penggunaan Media Terhadap Kepuasan Pengguna Video Dan Foto Di Instagram AA GYM”. (Skripsi Sarjana ; Fakultas Ilmu Dakwah Dan Ilmu komunikasi:Jakarta) h. 22 (2018)

Persepsi adalah proses penerimaan stimulus dari luar yang dimulai dari kata indra yang diteruskan ke otak yang kemudian diseleksi, diorganisasikan, dan diuji sehingga terjadilah proses penafsiran yang berupa penilaian dan pengamatan sebelumnya sehingga dapat memberikan makna pada lingkungan dan kemudian dapat mempengaruhi perilaku yang muncul.

Setelah TV Peduli memiliki beberapa platform online jumlah audiens mulai bertambah jika dibandingkan dengan sebelum memiliki platform. Karena khalayak hanya dapat menyaksikan TV ketika mereka berada di rumah dan tidak dapat menyaksikan siaran TV ketika berada di luar. Setelah memiliki platform online kini khalayak bisa menyaksikan siaran yang mereka inginkan meskipun berada di luar ruangan seperti di jalan, mobil, taman ataupun ditempat-tempat yang tidak memiliki akses televisi. Beberapa persepsi khalayak yang mengatakan bahwa mereka memfokuskan sumber informasinya menggunakan tv karena kesulitan menggunakan smartphone. Namun, ada juga beberapa persepsi khalayak yang menggunakan smartphone dalam mengakses informasi agar lebih mudah untuk mendapatkan data yang mereka inginkan. Setelah TV Peduli mendirikan platform online. Banyak khalayak atau masyarakat yang awalnya tidak mengetahui TV Peduli kini mulai mengenal stasiun televisi tersebut dan mengikuti platform sosial media TV Peduli untuk mengakses informasi dan hiburan.

Berdasarkan hasil survei Asosialisasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia (APJII), pengguna internet di Indonesia mencapai 215,63 juta orang pada periode 2022-2023. Jumlah tersebut meningkat 2,67% atau sekitar 5,6 juta orang dibandingkan pada periode sebelumnya yang sebanyak 210,03 juta

pengguna. Jumlah tersebut setara dengan 78,19% dari total populasi Indonesia sebanyak 275,77 juta jiwa.<sup>3</sup> Namun apapun teknologinya sebagai manusia kita harus tetap menyampaikan kebenaran dan mencegah kemunkaran sebagaimana dalam QS. Al Imran [3]: 104

وَأَنْتُمْ مِّنكُمْ أُمَّةٌ يَدْعُونَ إِلَى الْخَيْرِ وَيَأْمُرُونَ بِالْمَعْرُوفِ وَيَنْهَوْنَ عَنِ الْمُنْكَرِ  
 وَأُولَئِكَ هُمُ الْمُفْلِحُونَ ﴿١٠٤﴾

Terjemahnya:

Dan hendaklah diantara kamu ada segolongan orang yang menyeru kepada kebajikan, menyeru (berbuat) yang makruf, dan mencegah dari yang mungkar. Dan mereka itulah orang-orang yang beruntung.<sup>4</sup>

Dalam perkembangannya, dakwah tidak hanya menyeru atau menyampaikan risalah dari Allah Swt. dan sunnah Rasul, tetapi juga berusaha untuk mengubah keadaan untuk menjadi lebih baik dan sempurna. terhadap diri sendiri, lingkungan sendiri, dan masyarakat secara keseluruhan. Menurut Quraish Shihab, dakwah adalah upaya untuk meningkatkan pemahaman keagamaan tentang pandangan hidup dan tingkah laku serta lebih mendalam dalam berbagai aspek kehidupan. Khususnya dalam penyampaian informasi, untuk dapat bertahan dan tetap dapat menyampaikan kebenaran dan kebaikan yang lebih baik lagi perlu mengikuti perkembangan teknologi dan informasi yang sedang berkembang agar pesan pesan dakwah diterima diberbagai kalangan.

<sup>3</sup> Mulia Rahma Kandau, Munawaroh “ *Pengguna Media Sosial Dan Differentiation Produk Terhadap Keputusan Pembelian Pada Ernidimsun Di Medan Johor.* ( Manejemen, Universitas Muslim Nusantara Al-Washliyah Medan.), “ h.574 (2023)

<sup>4</sup> Kurniawan, D., & Saifuddin, M. *ADakwah Menurut M. Quraish Shihab Kajian Surat Ali-imran Ayat 104 Dan Surat An-nahl Ayat 125 Dalam Tafsir Al-misbah* (Doctoral dissertation, Universitas Muhammadiyah Surakarta).h. 10 (2022).

Dalam berbagai industri media di Indonesia sejumlah media konvensional melalui serangkaian strategi. Untuk meningkatkan jumlah audiens dan bertahan pada era mediamorfosis agar bisa bertahan di industri media penyiaran. Berdasarkan latar belakang diatas, penulis tertarik untuk melakukan penelitian terhadap lembaga penyiaran TV Peduli Parepare yang merupakan tempat penyebaran informasi pemerintah kepada khalayak serta memiliki fungsi sebagai media hiburan dan pendidikan. Maka fokus penelitian ini terkait Persepsi Khalayak Terhadap Mediamorfosis TV Peduli di Kecamatan Soreang Kota Parepare.

#### **B. Rumusan Masalah**

1. Bagaimana gambaran mediamorfosis TV Peduli ?
2. Bagaimana persepsi khalayak di Kec.Soreang tentang mediamorfosis TV Peduli?

#### **C. Tujuan Penelitian**

1. Untuk mengetahui gambaran mediamorfosis TV Peduli.
2. Untuk mengetahui persepsi khalayak di kec.Soreang tentang mediamorfosis TV Peduli.

#### **D. Kegunaan penelitian**

1. Kegunaan Teoritis

Secara teoritis hasil penelitian ini diharapkan dapat menambah pengetahuan dan wawasan khususnya Komunikasi dan Penyiaran Islam untuk mengetahui persepsi khalayak terhadap mediamorfosis TV Peduli. Hasil-hasil ini juga dapat berfungsi sebagai pijakan dan referensi untuk penelitian penelitian yang lebih mendalam tentang komunikasi dan penyiaran Islam.

## 2. Manfaat Praktis

Secara praktis penelitian ini diharapkan dapat memberikan pengetahuan dan wawasan tentang persepsi khalayak mengenai mediamorfosis. Serta menjadi masukan dan memberikan manfaat untuk TV Peduli. juga diharapkan menjadi bahan evaluasi untuk studi Komunikasi dan Penyiaran Islam Institut Agama Islam Negeri Parepare.



## BAB II

### TINJAUAN PUSTAKA

#### A. Tinjauan Penelitian Terdahulu

Pada dasarnya, tinjauan literatur sebelumnya dilakukan untuk mendapatkan pemahaman tentang topik yang akan diteliti, sehingga penelitian yang dilakukan oleh penulis tidak mengulangi penelitian sebelumnya. Berikut adalah persamaan dan perbedaan antara penelitian penulis dengan penelitian sebelumnya:

1. Satria Sakti (2014) Strategi Portal Berita Tribun-Timur dalam menyajikan Informasi kepada Khalayak. Karya Mahasiswa UIN Alauddin Makassar. Penelitian ini membahas tentang bagaimana strategi portal berita Tribun-Timur dalam menyajikan informasi kepada khalayak dengan metode yang dilakukan adalah pendekatan kualitatif. Tujuan penelitian ini untuk mengetahui bagaimana portal berita tribun-timur dapat menyebarkan informasi ke khalayak dengan kecepatan pemberitaan dan responsif oleh portal berita tribun-timur relatif terpenuhi. Adapun persamaan dengan penelitian yang dilakukan sama-sama menggunakan metode kualitatif deskripsi. Selain itu mereka juga membahas bagaimana lembaga penyiaran menyampaikan informasi secara akurat dan cepat.<sup>5</sup> Sedangkan perbedaan metode penelitian yaitu penulis membahas tentang Survei Khalayak terhadap Mediamorfosis TV Peduli sedangkan Satria akti membahas tentang Srstrategi portal Berita Tribun-Timur dalam menyajikan Informasi Kepada Khalayak.

---

<sup>5</sup> Sakti, S. *Strategi Portal Berita Tribun-Timur. com Dalam Menyajikan Informasi Kepada Khalayak.* (2014).

2. Muthia Balqis (2021) *Mediamorfosis di Era Digital (Studi Kasus Fajar Sumatra Provinsi Lampung)*, karya mahasiswa Universitas Lampung. Penelitian ini memiliki kesamaan yaitu metode yang digunakan yaitu pendekatan kualitatif. Adapun perbedaannya yaitu penelitian sekarang menggunakan survei khalayak terhadap mediamorfosis televisi sebagai objek penelitian sedangkan penelitian Muthia Balqis menggunakan mediamorfosis di era digital.<sup>6</sup> Pada penelitian sekarang memilih subjek penelitian yaitu TV Peduli Kecamatan Soreang kota Parepare sedangkan pada penelitian Muthia Balqis, Fajar Sumatra Provinsi Lampung. Hasil penelitian Muthia Balqis yaitu bagaimana Fajar Sumatra mampu bertahan dan bersaing di era digitalisasi dengan begitu Fajar Sumatra bersaing dan bertahan untuk membangun tiga bendera media cetak, seperti membangun TV online berjaringan internet sebagai konsumsi khalayak dan bertahan pada era digitalisasi.
3. Ratna Puspta (2019) *Mediamorfosis Surat Kabar ke surat kabar online (Studi Kasus Repulika Online)*. Adapun tujuan penelitian ini yaitu mendeskripsikan transformasi media yang terjadi di Republika Online. Hasil penelitian ini adalah transformasi harian Republika ke laman daring berupa Republika Online tidak membuat perubahan berhenti. Namun, perubahan masih terus berlanjut sehingga memunculkan karakteristik jurnalisme online yang berbeda dengan jurnalisme cetak. Mediamorfosis ditunjukkan melalui bahasa non verbal dan verbal dalam berita, penggabungan medium penyajian berita, dan sistem yang mudah beradaptasi tetapi kompleks.<sup>7</sup> Hubungan penelitian ini

---

<sup>6</sup> Balqis, M. *MEDIAMORFOSIS DI ERA DIGITAL (Studi Kasus Fajar Sumatera Provinsi Lampung)* (Doctoral dissertation, UNIVERSITAS LAMPUNG, 2021).

<sup>7</sup> Puspita, R. *Mediamorfosis Surat Kabar Ke Surat Kabar Online (Studi Kasus Republika Online)*. *Jurnal Komunikasi, Masyarakat dan Keamanan*, 1(1) (2019).

yaitu membahas mediamorfosis dalam penyiaran. Perbedaannya terletak pada pendekatan metodologi penelitian, dimana penelitian sebelumnya mengadopsi metode penelitian kualitatif dengan pendekatan deskriptif, sementara penelitian ini mengadopsi paradigma konstruktivisme.

## **B. Tinjauan Teori**

### **1. Teori Persepsi Masyarakat**

Teori ini dicetuskan oleh Schmitt, yang mana teori ini mengatakan bahwa persepsi merupakan salah satu penentu tindakan seseorang atau kelompok orang ketika berinteraksi dengan sesuatu diluar dirinya. Schmitt mengatakan bahwa persepsi adalah proses kognitif yang terjadi pada setiap orang dalam memahami informasi tentang lingkungannya, yang dimana diperoleh melalui penglihatan, pendengaran, penghayatan, perasaan, maupun pengalaman, serta penafsiran unik terhadap suatu situasi, bukan merupakan suatu pencatatan yang sebenarnya dari situasi tersebut. Menurut Hovlad menyatakan bahwa dalam menelaah sikap yang baru ada tiga variabel penting yaitu, perhatian, penegrtian dan penerimaan, dari pembahasan ini dapat disimpulkan bahwa proses perubahan sikap tampak bahwa sikap dapat berubah, hanya jika stimulus yang menerpa benar-benar melebihi semula.<sup>8</sup> Persepsi sangat mempengaruhi individu didalam berperilaku karena persepsi mengandung peranan yang penting dalam melakukan penilaian suatu peristiwa.

---

<sup>8</sup>Effendy, Uchjana, Onong, *Ilmu Komunikasi Teori dan Praktek* (Bandung: PT Remaja Rosdakarya, 2013), h.255

Menurut Triana mendefinisikan persepsi ialah suatu proses yang terjadi dalam diri individu ketika menanggapi lingkungannya melalui proses pemikiran dan perasaan yang kemudian menjadi dasar pertimbangan perilakunya. Persepsi juga dapat diartikan sebagai suatu pandangan seseorang terhadap lingkungannya yang dipengaruhi oleh kepribadian dan karakteristik yang dimiliki seseorang dalam lingkungannya. Jika objek persepsi seseorang terhadap lingkungan mempunyai nilai positif mampu mempengaruhi nilai perseptor, baik secara fisik maupun psikologik. Maka pada gilirannya dapat memberikan motivasi tatanan perilaku masyarakat yang positif pula terhadap lingkungan.<sup>9</sup>

Sedangkan Mac Iver, J.L Gillin memberikan pengertian bahwa masyarakat adalah kumpulan individu-individu yang saling bergaul berinteraksi karena mempunyai nilai-nilai, norma-norma, cara-cara dan prosedur yang merupakan kebutuhan bersama berupa suatu sistem adat istiadat tertentu yang bersifat kontinyu dan terikat oleh suatu identitas bersama.<sup>10</sup>

Pengertian persepsi masyarakat adalah tanggapan atau pengetahuan lingkungan dari kumpulan individu-individu yang saling bergaul berinteraksi karena mempunyai nilai-nilai, norma-norma, cara-cara dan prosedur merupakan kebutuhan bersama berupa suatu sistem adat-istiadat yang bersifat kontinue dan terikat oleh suatu identitas bersama yang diperoleh melalui interpretasi data indera.

---

<sup>9</sup>Andri Feryanto dan Endang Shyta Triana, *Pengantar Manajemen* (Kebumen: Mediatara, 2015), h.36

<sup>10</sup>Adrianto, Bowo, *Persepsi dan Partisipasi Masyarakat Terhadap Pembangunan Prasarana Dasar Permukiman yang Bertumpu Pada Swadaya Masyarakat di Kota Magelang* (Tesis. Semarang: Pasca Sarjana PWK UNDIP, 2006).

Jadi dapat disimpulkan bahwa, persepsi masyarakat ialah pandangan yang diberikan oleh masyarakat dalam menanggapi suatu fenomena yang terjadi di sekitar lingkungan tempat tinggal. Sehingga persepsi masyarakat merupakan tanggapan dan pengetahuan lingkungan dari kumpulan perseorangan yang saling berinteraksi satu sama lain, karena memiliki nilai-nilai, norma-norma, cara-cara atau prosedur merupakan kebutuhan bersama berupa suatu sistem adat-istiadat yang memiliki sifat berkesinambungan dan terikat oleh suatu identitas bersama yang diperoleh melalui interpretasi data indra.

Persepsi masyarakat dalam penelitian ini adalah persepsi khalayak di Kecamatan Soreang tentang mediamorfosis TV Peduli. Seperti persepsi khalayak menjelaskan bahwa terkait adanya TV Peduli Parepare ditampilkan di radio, televisi dan media sosial dapat membuat khalayak memilih dimana mereka ingin mengakses informasi terkait TV Peduli Parepare sesuai kebutuhan khalayak dan transformasi TV Peduli Parepare dari hanya radio Peduli menjadi radio Peduli dan TV Peduli Parepare yang ditampilkan lewat televisi atau media sosial memberikan kesan menarik kepada khalayak agar bisa memilih mengakses TV Peduli Parepare di berbagai media komunikasi.

## **2. Teori Mediamorfosis**

Mediamorfosis pertama kali diperkenalkan oleh Roger Fidler sebagai direktur Knight Ridder tentang New Media di tahun 1990 dalam judul artikelnya tentang masa depan koran. Roger Fidler telah diakui dalam skala Internasional sebagai perintis media baru dan memiliki wawasan yang luas untuk masa depan. Dia telah bekerja pada surat kabar selama lebih dari 34 tahun sebagai jurnalis, desainer, dan aktif dalam pengembangan media baru sejak tahun 1979.

Kemudian, ia juga terkenal dengan visinya terkait surat kabar digital dan perangkat membaca yang bersifat mobile pada tahun 1981.<sup>11</sup>

Understanding new media oleh Roger Fidler, tim riset Roger Fidler di laboratoriumnya pada tahun 1994 memproduksi video yang berjudul “Koran tablet: sebuah visi untuk masa depan” yang menggambarkan bagaimana nantinya orang-orang membaca koran dan majalah pada sebuah tablet. Terobosan baru yang mengaitkan dirinya sebagai orang yang sebenarnya “menemukan” iPad terlebih dahulu daripada Steve Jobs. Penjelasan Roger Fidler terkait mediamorfosis bertujuan untuk mengurangi ketakutan masyarakat atas kemungkinan penemuan teknologi-teknologi media baru di masa mendatang. Pemahaman tersebut mendasar secara historis pada struktur media untuk mengetahui potensi pengaruh teknologi pada bentuk media utama yang populer: koran, majalah, televisi, dan radio.<sup>12</sup>

Mediamorfosis terjadi mengikuti kecepatan dan perkembangan teknologi di era saat ini. Hal tersebut terjadi sesuai kebutuhan, tekanan persaingan, politik, inovasi sosial dan teknologi. Keberadaan mediamorfosis telah disadari pasar dengan terasingkannya individu terhadap teknologi saat ini. Sebelum sebuah media bermediamorfosis, pengetahuan terkait komunikasi manusia dan pola perubahan secara historis dalam sebuah sistem dianggap penting dalam proses transformasinya.<sup>13</sup>

---

<sup>11</sup> Roger Fidler, *Mediamorphosis Understanding New Media* (California, Aseage Publication Company) h. 5 (1997).

<sup>12</sup> Balqis, M. *Mediamorfosis Diera Digital* (Studi Kasus Fajar Sumatra Provinsi Lampung ) Doctoral dissertation Universitas Lampung ( 2021)

<sup>13</sup> Roger Fidler, *Mediamorphosis Understanding New Media*, (California, A Sage Publication Company) h.23 (1997)

Mediamorfosis sebagai cara berpikir terpadu terhadap evolusi teknologi media komunikasi. Lebih memperhatikan fungsi dari sistem komunikasi yang menguntungkan dan mencatat kesamaan serta hubungan di masa lalu, sekarang, dan yang ada saat ini. Kemunculan media tidak terjadi secara spontan, media muncul secara bertahap dari sebuah metamorfosis media lama.

Ketika media baru muncul, media lama tidak akan mati atau tenggelam dengan adanya media baru. Tetapi, media lama akan terus berevolusi dan beradaptasi sesuai kebutuhan masyarakat. Seperti transformasi radio dari media dengan audiens massal menjadi media dengan audiens khusus mengikuti era digital. Beberapa prinsip dasar terbentuknya mediamorfosis, yaitu koevolusi, konvergensi, dan kompleksitas.<sup>14</sup>

Asumsi teori mediamorfosis memberi pemahaman bahwa media akan terus menerus berkembang seiring berkembangnya teknologi dan kebutuhan pasar yang terus berubah. Media-media yang awalnya berbasis kertas koran dan majalah akan menerus berkurang penggunaannya dan tergantikan oleh media digital. Media digital memberi peluang baru dalam berkomunikasi, berinteraksi, dan berpartisipasi dalam kehidupan publik. Kemungkinan pengalaman setiap orang akan lebih banyak dengan kehadiran media digital. Namun, dibalik itu media digital juga memicu kecemasan dan ketakutan sebelum digunakan dan diterima. Setiap media berperan penting untuk mengubah cara berpikir, merasakan, bertindak, dan memberi dampak pada budaya. Oleh karena itu,

---

<sup>14</sup> Sri Ulya Suskarwati, Radiomorfosis: Transformasi Radio dalam Komunikasi dan Bisnis, (Tangerang, Indigo Media), h. 8 (2021)

pemahaman berkait peran media mengikuti perkembangan media dilakukan dengan bijak.

Menurut Roger Fidler terdapat 3 prinsip terhadap mediamorfosis sebagai berikut:

1. Keevolusi

Setiap sistem komunikasi tidak dapat berdiri sendiri. Karena setiap bentuk media yang muncul dan berkembang akan mempengaruhi dari waktu ke waktu dengan tingkat yang berbeda untuk perkembangan selanjutnya. Koevolusi telah menjadi penggantian secara berurutan menjadi norma sejak setiap organisme muncul di kehidupan manusia. Kekayaan teknologi komunikasi saat ini kita terima begitu saja tanpa adanya pertimbangan munculkan media baru yang bisa mengakibatkan media sebelumnya.

Media seperti halnya media seperti halnya spesies dengan siklus hidup yang akhirnya mati, tetapi sebagian besar ciri khasnya akan tetap dijadikan bagian dari sistem terbaru. Ciri media diwujudkan dan diteruskan dalam kode-kode komunikatif yang lebih kita kenal dengan sebutan bahasa. Bahasa dianggap sebagai agen yang paling kuat melakukan perubahan dalam perjalanan evolusi manusia memiliki tanggung jawab menata kembali dan memperluas pemikiran manusia terhadap kemungkinan peradaban dan budaya modern karena transformasi sebuah teknologi tak terhitung jumlahnya yang dapat mempengaruhi kehidupan manusia.

Era industri dan era teknologi teknologi informasi sama-sama memiliki kontribusi terhadap pesatnya perkembangan dan penyebaran bahasa ini. Bahasa ini disebut bahasa digital dalam lingua franca (bahasa

pergaulan) dan jaringan telekomunikasi secara global. Maka dari itu, kemunculan digitalisasi saat ini bertanggung jawab sebagai agen perubahan.<sup>15</sup>

## 2. Konvergensi

Konvergensi memiliki peran penting terhadap koevolusi dengan skala besar di industri media dan telekomunikasi yang terjadi sepanjang waktu. Konvergensi membuat terciptanya sebuah standarisasi sebagai pemenuhan kebutuhan karena dianggap sebagai persilangan jalan atau perkawinan yang dapat memunculkan hal baru.<sup>16</sup>

Anggapan tentang industri yang bersatu dapat membentuk komunikasi baru dan pemikiran tentang masa depan media massa dan komunikasi. Negroponte dan lainnya di MIT pada akhirnya sebagai orang pertama yang mengakui jika konvergensi industri media dan teknologi digital pada akhirnya akan mengarah ke bentuk baru yang disebut komunikasi multimedia. Multimedia atau media campuran secara umum dikenal sebagai gabungan dua media atau beberapa bentuk komunikasi yang terintegrasi.<sup>17</sup>

## 3. Kompleksitas

Perubahan yang terjadi mungkin dalam keadaan kacau atau sebagian besar memang begitu karena kekacauan sebagai proses penting atas

<sup>15</sup> Roger Fidler, *Mediamorphosis Understanding New Media*, (California, A Sage Publication Company) h.24 (1997).

<sup>16</sup> Roger Fidler, *Mediamorphosis Understanding New Media*, (California, A Sage Publication Company, 1997) h.27

<sup>17</sup> Roger Fidler, *Mediamorphosis Understanding New Media*, (California, A Sage Publication Company, 1997) hal.25

terjadinya perubahan. Kekacauan tersebut memunculkan ide-ide baru untuk mengubah dan menghidupkan sebuah sistem. Kekacauan memang dasarnya dianggap anarkis karena variabilitas tak terbatas tanpa kesediaan pola jangka panjang yang bisa diprediksi. Hal tersebut menjelaskan jika tidak ada yang secara akurat memprediksi kemunculan teknologi baru dan secara spesifik bentuk komunikasi yang pada akhirnya berhasil atau gagal. Kompleksitas mengacu pada peristiwa dalam sistem tertentu yang terlihat kacau.

Kompleksitas menurut sekelompok ilmuwan yang mendirikan Institut Santa Fe di New Mexico pada pertengahan 1980-an bahwa kekacauan dan ketertiban layaknya suatu kelahiran dan kematian. Adapun menurut fisikawan Mitchell Waldrop bahwa kekacauan merupakan “di mana ide-ide baru dan sifat yang tidak tentu dalam setiap situasi”. Para ilmuwan penelitian di Institut Santa Fe menemukan bahwa kekayaan interaksi terjadi pada sistem adaptif yang kompleks dalam kehidupan memungkinkan terjadinya perorganisasian diri secara spontan sebagai respon terhadap perubahan. Contohnya, mereka tidak secara pasif melihat kejadian batu berguling dalam gempa bumi akan tetapi mereka aktif menghindar demi keuntungannya.<sup>18</sup>

Begitulah sistem komunikasi manusia yang bersistem kompleks dan adaptif dengan melihat berbagai bentuk media yang ada secara dinamis dan saling membutuhkan.

---

<sup>18</sup> Roger Fidler, *Mediamorphosis Understanding New Media*, (California, A Sage Publication Company) h.27 (1997)

## C. Kerangka Konseptual

### 1. TV Peduli Parepare

TV Peduli Parepare satu media penyiaran yang ada di Parepare TV Peduli merupakan satu-satunya media lokal yang menyajikan berbagai informasi, mereka tidak hanya menyajikan program berita, namun mereka juga menyajikan berbagai program hiburan seperti Talkshow, apa kabar Parepare, Ragam Inspirasi, Ensiklopedia Parepare, Sekilas Info dan lain-lain.

TV Peduli telah melakukan mediamorfosis pada tahun 2017. TV Peduli melakukan mediamorfosis untuk mempertahankan audiens atau khalayaknya dan agar tetap bertahan di dunia penyiaran.

Setiap perusahaan atau media penyiaran pasti memiliki tujuan dan manfaat. Salah satunya yaitu TV Peduli Parepare yang mempunyai tujuan yaitu sebagai berikut:

- a. Berfungsi sebagai sarana untuk memberikan informasi, pendidikan, dan hiburan, serta berperan sebagai penggerak pembangunan untuk memajukan kehidupan masyarakat Parepare agar dapat bersaing secara unggul dalam tingkat kompetensi baik secara nasional maupun global.
- b. Memberikan tontonan alternatif berkualitas serta membantu ketersediaan ragam media komunikasi sehat dan cerdas.
- c. Berperan sebagai sarana hiburan yang mencakup aspek pendidikan, dengan tanggung jawab, integritas, dan moralitas yang tinggi, serta menghormati nilai-nilai agama, norma-norma, dan budaya lokal.<sup>19</sup>

---

<sup>19</sup> Amrihani, A. *Proses Produksi Siaran Talkshow TV Peduli dalam Meningkatkan Eksistensi TV Peduli Kota Parepare* (Doctoral dissertation, IAIN Parepare). h. 49-50 (2020).

- d. Bertujuan sebagai saluran hiburan, informasi, dan komunikasi antara pemerintah dan masyarakat Parepare.
- e. Menyiarkan program-program yang tidak hanya memberikan hiburan, tetapi juga memberikan panduan, dengan menayangkan konten-konten yang berakar pada nilai-nilai keagamaan, norma-norma, dan budaya lokal, yang bertujuan untuk meningkatkan pengetahuan dan kecerdasan masyarakat.
- f. Menyiarkan program-program yang tidak hanya menghibur, tetapi juga memberikan pedoman, dengan mempersembahkan acara-acara yang berakar pada nilai-nilai keagamaan, norma-norma, dan budaya lokal, yang bertujuan untuk meningkatkan pengetahuan dan kecerdasan masyarakat.
- g. Memberikan dukungan kepada pemerintah dan masyarakat Parepare dalam upaya untuk meningkatkan mutu sumber daya manusia.
- h. Mendorong penduduk Parepare untuk meningkatkan pengembangan diri dan lingkungannya, sehingga mereka memiliki keunggulan yang lebih dalam persaingan global.
- i. Menjadi penghubung untuk memfasilitasi pertukaran informasi, hiburan, dan pendidikan, termasuk konten dari daerah-daerah lain di Indonesia dan luar negeri yang diakses oleh masyarakat Parepare.

Selain memiliki tujuan, TV Peduli Kota Parepare juga membawa manfaat, antara lain:

- a. Meningkatkan kualitas sumber daya manusia di Parepare, yang diharapkan dapat memberikan dampak positif dalam berbagai aspek

pembangunan sosial, politik, budaya, ekonomi, dan ketahanan wilayah dan nasional.

- b. Mempercepat pembangunan dan kemajuan masyarakat di Parepare dan Sulawesi Selatan.
- c. Mendorong percepatan lahirnya Kota Metropolitan Ajattapareng, mempercepat pertumbuhan perekonomian wilayah serta mendorong percepatan pembangunan dan pengembangan potensi daerah.
- d. Mendorong transformasi perubahan sosial ke arah yang lebih diharapkan. mengkatalisasi perwujudan visi dan misi Walikota Parepare yaitu mewujudkan Parepare sebagai kota industri tanpa cerobong asap dan teori talaak kaki.<sup>20</sup>

#### 1. Sejarah Berdirinya TV Peduli

Dinas Komunikasi dan Informatika merupakan unsur pelaksana urusan pemerintahan bidang Komunikasi dan Informatika, urusan Statistik dan urusan Persendian yang menjadi kewenangan daerah, yang berkedudukan di bawah dan bertanggungjawab kepada Walikota melalui Sekretaris Daerah. Dimana dalam bidang Informasi dan Komunikasi Publik Diskominfo membentuk media publik yaitu media TV Peduli dan Radio Peduli.

TV Peduli adalah bagian dari inovasi dinas komunikasi dan informatika dalam menjembatangi kebutuhan informasi bagi masyarakat parepare terkait dengan posisi parepare yang merupakan daerah blangspot area. Blangspot adalah daerah yang tidak bisa dijangkau oleh siaran TV Nasional. Pemerintah Kota Parepare berinovasi khusus Kominfo bagaimana kemudian menjembatani

---

<sup>20</sup> Amrihani, A. *Proses Produksi Siaran Talkshow TV Peduli dalam Meningkatkan Eksistensi TV Peduli Kota Parepare* (Doctoral dissertation, IAIN Parepare). h. 49-50 (2020).

kebutuhan informasi bagi masyarakat dengan melahirkan Lembaga Penyiaran Publik Lokal (LPPL) TV Peduli. Tahun 2013, Peraturan pemerintah nomor 11 tahun 2005 menyatakan bahwa daerah yang boleh mendirikan Lembaga Penyiaran Publik Lokal (LPPL) adalah daerah yang blangspot. Kota Parepare merupakan daerah blangspot dan memiliki sebuah inovasi. Tahun 2014, mulai di produksi Seputar Parepare sebagai cikal bakal lahirnya LPPL TV peduli.

Tahun 2015, Seputar Parepare tetap jalan dan digagaslah pendirian TV Peduli dengan berpatokan pada aturan regulasi PP 11 tahun 2005 bahwa dasar pendirian LPPL hukumnya itu harus perda dan berhasil di setuju oleh DPR bulan Juni Tahun 2016. Tahun 2016, mulai merancang pengadaan TV Peduli seperti perangkat Master Control Room MCR, perangkat studio dan perangkat ruang produksi serta pengajuan proposal ke Komisi Penyiaran Indonesia Daerah untuk proses pengizinan. Tahun 2017, audisi SDM Crew TV peduli dan pembelian perangkat pesawat pemancar. April 2018, izin TV Peduli untuk 10 tahun keluar.

Visi dan Misi TV Peduli Kota Parepare sebagai berikut.

#### **Visi**

“Mewujudkan diri sebagai media informasi dan wadah partisipasi publik, dengan menyajikan informasi dan inspirasi sehat, cerdas dan bermutu, serta kaya akan ragam konten lokal dan nasional.”

#### **Misi**

- a. Membangun dan mengembangkan TV Lokal sebagai media informasi yang mendidik bagi masyarakat daerah.

- b. Membangun dan mengembangkan TV Lokal sebagai media informasi yang mendidik bagi masyarakat daerah.
- c. Membentuk masyarakat informasi yang cerdas dengan mendorong semangat kepedulian dan partisipasi warga pada lahirnya informasi yang bermutu.
- d. Meningkatkan potensi daerah dengan menyajikan informasi dan hiburan lokal yang lengkap dan beragam, serta menjunjung tinggi nilai-nilai kearifan lokal.
- e. Memberikan pembelajaran dan inspirasi kehidupan, serta turut serta dalam menjaga dan melestarikan kebudayaan daerah dan nasional.
- f. Menggerakkan ekonomi masyarakat melalui berbagai informasi yang memberikan stimulasi dan peluang berusaha Memahami hak dan kewajibannya secara proposional melalui pelibatan secara aktif warga masyarakat.<sup>21</sup>

## 2. Media TV Peduli Parepare

Media sosial khususnya *instagram* mempunyai berbagai keuntungan dalam kegiatan promosi, seperti untuk dapat menyampaikan sebuah informasi kepada konsumen tidak membutuhkan biaya dan tenaga, bahkan waktu yang digunakan untuk menyampaikan informasi ke banyak orang sangatlah singkat. Melalui *instagram*, informasi yang ingin kita sebarakan tidak harus berupa tulisan, foto bahkan video pun dapat kita sebarakan kepada konsumen dengan mudah.<sup>22</sup>

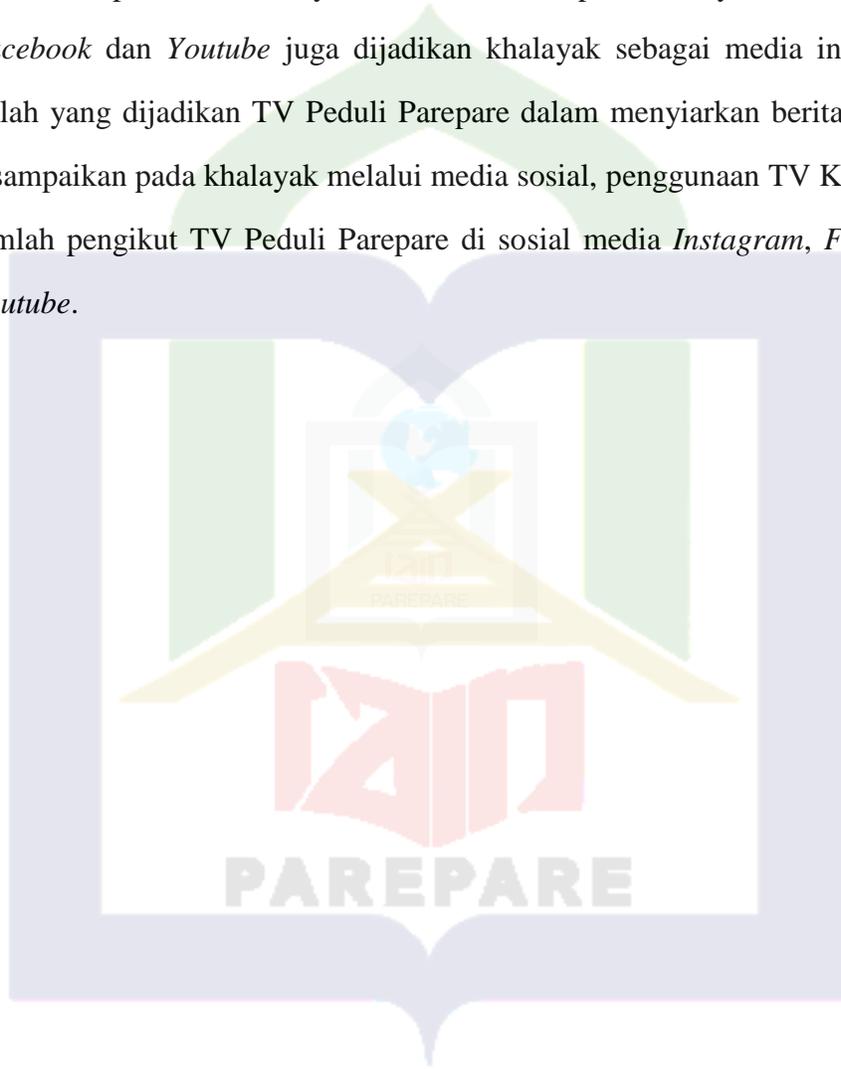
Saat ini *instagram* tidak hanya digunakan sebagai sarana pemuas kebutuhan hiburan saja, selain menjadi media sosial yang banyak diminati,

---

<sup>21</sup> Amrihani, A. *Proses Produksi Siaran Talkshow TV Peduli dalam Meningkatkan Eksistensi TV Peduli Kota Parepare* (Doctoral dissertation, IAIN Parepare). h. 58-60 (2020).

<sup>22</sup> Dinda Sekar Puspitarini and Reni Nuraeni, "Pemanfaatan Media Sosial Sebagai Media Promosi," *Jurnal Common* 3, no. 1 (2019): 71–80, <https://doi.org/10.34010/common.v3i1.1950>.

Instagram juga merupakan media sosial yang mempunyai peluang besar dalam kegiatan siaran. Menyiarkan informasi baik berita maupun non berita agar khalayak dapat tetap mendapatkan informasi. *Instagram* juga digunakan TV Peduli Parepare untuk menyiarkan informasi kepada khalayak. Selain *Instagram*, *Facebook* dan *Youtube* juga dijadikan khalayak sebagai media informasi. Hal inilah yang dijadikan TV Peduli Parepare dalam menyiarkan berita untuk dapat disampaikan pada khalayak melalui media sosial, penggunaan TV Kabel. Berikut jumlah pengikut TV Peduli Parepare di sosial media *Instagram*, *Facebook* dan *Youtube*.





Gambar 4.1 pengikut *Instagram*



Gambar 4.2 pengikut *Facebook*



Gambar 4.3 pengikut *Youtube*

## 2. Khalayak

Khalayak adalah hasil dari konteks sosial, yang menghasilkan kebutuhan budaya, pemahaman, dan informasi yang sama, serta respons terhadap jenis media tertentu.<sup>23</sup> Istilah khalayak juga berarti penerima, tujuan, pembaca, pendengar, pemirsa, penonton, dan komunikan. Komponen penting dalam komunikasi tidak boleh diabaikan karena respons khalayak sangat menentukan keberhasilan proses komunikasi. Studi komunikasi melihat khalayak sebagai individu, kelompok, atau masyarakat. Sebelum proses komunikasi dimulai, komunikator harus menentukan khalayak.

Sebagai seorang komunikator yang ingin terlibat dengan audiens, ada tiga aspek yang penting untuk dipahami.

- a. Aspek sosiodemografik mencakup informasi seperti jenis kelamin, usia, populasi, lokasi geografis, tingkat pendidikan, bahasa, dan agama dari audiens.
- b. Aspek profil psikologis menggali tentang emosi, pandangan, keinginan, serta apakah mereka telah mengalami rasa kecewa, frustrasi, atau dendam sebelumnya.
- c. Karakteristik perilaku audiens termasuk hobi, nilai-nilai, norma-norma, mobilitas sosial, dan pola perilaku komunikasi.<sup>24</sup>

Dalam konteks komunikasi dengan *audiens*, terjadi sebuah proses di mana suatu organisasi media menciptakan dan menyebarkan pesan kepada khalayak secara luas. Di sisi lain, terjadi proses di mana khalayak mencari, mengonsumsi, dan menggunakan pesan tersebut. Seiring perkembangan waktu,

---

<sup>23</sup> Morissan. *Teori Komunikasi Individu Hingga massa*. ( Jakarta: kencana.) h. 29 (2013).

<sup>24</sup> Hafied Canga ra, *Pengantar Ilmu Komunikasi*, ( Jakarta Rajawali Pers,) h. 67 (2007)

audiens tidak lagi bersifat pasif tetapi aktif. Aktivitas ini meliputi upaya untuk memahami, memberi makna, dan membangun kembali pesan yang mereka baca, dengar, atau tonton. Sehingga kebenaran itu ialah sebuah pesan menjadi tidak tunggal, variatif, dan subyektif. Khalayak yang dimaksud dalam hal ini ialah masyarakat Parepare, Kecamatan Soreang, Kota Parepare. Nightingale, sebagaimana yang dikutip dalam McQuail, mengidentifikasi empat jenis tipologi *audiens*.

1. *Audiens* atau khalayak sebagai sebuah kolektif, yang mengacu pada sekelompok orang yang menaruh perhatian pada suatu media atau produk tertentu dalam waktu tertentu, yang dikenal sebagai penonton.
2. *Audiens* sebagai target, mengacu pada orang-orang yang dipikirkan oleh komunikator sebagai sasaran untuk konten yang dibuat, dikenal sebagai *audiens* yang terlibat dan terinterpelasi.
3. *Audiens* sebagai pendengar atau penonton, yang terutama merujuk pada pengalaman *audiens* yang aktif berpartisipasi, baik melalui kehadiran langsung dalam pertunjukan atau melalui alat komunikasi jarak jauh, serta memberikan respon secara simultan.
4. *Audiens* sebagai pengalaman yang berlangsung, yang merujuk pada pengalaman penerimaan pesan baik secara individu maupun bersama dengan orang lain, sebagai bagian dari kehidupan sehari-hari, yang terjadi dalam konteks tempat dan situasi lainnya.<sup>25</sup>

---

<sup>25</sup> Malau, R. *Khalayak Media Baru*. Jurnal The Messenger, 3(1), 51-56 (2011).

### 3. Mediamorfosis

Perubahan selalu terjadi sepanjang sejarah peradaban manusia di seluruh dunia. Sistem kehidupan masyarakat terus berubah seiring perkembangan zaman, dan manusia akan terus berkembang dan berinovasi dengan memanfaatkan lingkungannya dan membuat berbagai alat yang dapat membantu manusia memenuhi kebutuhan hidupnya. Komunikasi adalah cara utama bagi manusia untuk memahami satu sama lain dalam interaksi mereka satu sama lain. Untuk berkomunikasi dengan orang lain tentang apa yang kita ingin katakan, serta untuk membantu orang lain memahami apa yang kita katakan. Memahami satu sama lain memungkinkan orang untuk berinteraksi satu sama lain. Roger Fidler pertama kali menggunakan istilah "mediamorfosis" untuk membantu memahami jenis transformasi yang terjadi dalam industri media.

“Mediamorfosis adalah transformasi media komunikasi, yang biasanya ditimbulkan akibat hubungan timbal balik yang rumit antara berbagai kebutuhan yang dirasakan, tekanan persaingan dan politik, serta berbagai inovasi dan teknologi. Menurut Roger Fidler, Mediamorfosis bukanlah sekedar teori sebagai cara berpikir yang terpadu tentang evolusi teknologi media komunikasi”. Media yang digunakan manusia untuk mendukung berlangsungnya komunikasi dengan lebih cepat dan menjangkau banyak orang. Perubahan yang terjadi pada media komunikasi sering disebut mediamorfosis. Mediamorfosis pertama kali dikemukakan oleh Roger Fidler dalam sebuah artikel yang dimuat di sebuah koran pada tahun 1990.”<sup>26</sup>

---

<sup>26</sup> Roger Fidler, *Mediamorphosis Understanding New Media*, (California, A Sage Publication Company) h.5 (1997).

Konsep yang diuraikan tersebut kemudian dikembangkan menjadi sebuah buku. "Mediamorfosis" tidak hanya menjadi sekadar teori, melainkan menjadi sebuah pendekatan yang menyeluruh terhadap evolusi teknologi komunikasi media. Pendekatan ini mendorong kita untuk melihat setiap bentuk media sebagai bagian dari sistem yang saling terhubung, serta mengidentifikasi kesamaan dan hubungan antara bentuk-bentuk media yang muncul di masa lalu, saat ini, dan yang akan datang. Dengan memahami secara menyeluruh sistem komunikasi, kita menyadari bahwa media baru tidak muncul tiba-tiba. Biasanya, ketika media komunikasi baru muncul, media yang sudah ada sebelumnya tetap eksis dan mengalami transformasi.<sup>27</sup> Setidaknya ada enam prinsip dasar mediamorfosis yang dirumuskan, yaitu koevolusi dan koeksistensi, metamorphosis, pewarisan, kemampuan bertahan, peluang dan kebutuhan, dan pengadopsian.

Koevolusi dan koeksistensi terjadi saat berbagai jenis media komunikasi muncul dan tumbuh dalam lingkungan yang fleksibel dan kompleks, terus berubah seiring waktu. Pertumbuhan dan perkembangan setiap jenis media komunikasi saling memengaruhi ketika mereka berkembang pada tingkat yang berbeda.

Metamorfosis adalah proses di mana media baru tidak muncul secara instan tanpa keterlibatan dengan media yang sudah ada sebelumnya. Sebaliknya, mereka berkembang secara bertahap melalui transformasi media sebelumnya. Menurut Roger, pada tahap ini, jenis media sebelumnya cenderung mengalami perubahan dan perkembangan untuk menyesuaikan diri dengan kehadiran media

---

<sup>27</sup> Achmad, Zainal Abidin. "Review Buku: *Mediamorphosis: Understanding New Media* by Roger Fidler" h. 71-77 (2020)

baru. Dengan kata lain, media yang sudah ada sebelumnya tidak hilang begitu saja.

Pewarisan adalah ketika media komunikasi baru yang muncul mewarisi sifat-sifat dominan dari jenis media sebelumnya. Dengan demikian, media komunikasi yang baru akan memiliki beberapa kesamaan dalam karakteristiknya dengan media sebelumnya.

Kemampuan bertahan merupakan tantangan bagi segala bentuk media komunikasi dan perusahaan media, yang harus menyesuaikan dan mengembangkan diri untuk bertahan dalam perubahan lingkungan. Dalam konteks ini, media harus terus berinovasi untuk mempertahankan minat masyarakat. Kegagalan untuk bertahan hanya akan menghadapkan mereka pada pilihan tak lain kecuali kehancuran.

Peluang dan kebutuhan ialah keterbatasan teknologi tidak menghalangi adopsi media baru. Terdapat peluang serta faktor-faktor sosial, politik, dan ekonomi yang mendorong kemajuan teknologi media baru.

Penyebaran yang tertunda adalah fenomena di mana teknologi-teknologi media baru sering membutuhkan waktu lebih lama dari yang diperkirakan untuk mencapai keberhasilan dalam bidang bisnis. Biasanya, teknologi-teknologi tersebut memerlukan minimal satu generasi manusia (sekitar 20-30 tahun) untuk berkembang dari tahap konsep hingga menjadi bagian yang meluas dalam masyarakat. Seperti yang dikemukakan oleh McLuhan, Fidler juga percaya bahwa kemunculan bentuk-bentuk media komunikasi baru cenderung mempertahankan sifat-sifat dominan dari bentuk sebelumnya.

#### 4. Jenis-Jenis Lembaga Penyiaran

Dalam UU No.32 Tahun 2002 lembaga penyiaran adalah penyelenggaraan penyiaran, baik lembaga penyiaran publik, lembaga penyiaran swasta, lembaga penyiaran komunitas, maupun lembaga penyiaran berlangganan. Fungsi dan peraturan-peraturan perundang-undangan yang berlaku.<sup>28</sup>

##### 1. Stasiun Penyiaran Swasta

Stasiun penyiaran swasta adalah lembaga penyiaran yang bersifat komersial berbentuk badan hukum Indonesia yang bidang usahanya hanya menggunakan jasa penyiaran radio atau televisi. Bersifat komersial berarti, stasiun penyiaran swasta didirikan dengan tujuan mengejar keuntungan yang sebagian besar dari penayangan iklan dan juga usaha lainnya yang terkait dengan penyelenggaraan penyiaran.

Modal penndirian pada stasiun penyiaran swasta didirikan dengan modal awal yang seluruhnya dimiliki oleh warga Negara Indonesia atau badan hukum Indonesia berupa Perseroan Terbatas (PT). Ketentuan ini menegaskan bahwa orang asing tidak dapat mendirikan stasiun penyiaran Indonesia ataupun kerjasama dengan orang Indonesia untuk mendirikan stasiun penyiaran di Indonesia.<sup>29</sup>

Izin penyiaran di Indonesia berlaku selama 5 tahun untuk radio dan untuk stasiun televisi berlaku 10 tahun dan dapat diperpanjang perizinannya. Stasiun penyiaran swasta dapat melakukan *relai* siaran

---

<sup>28</sup> Republik Indonesia, Undang – Undang Nomor 32 Tahun 2002 Tentang Penyiaran, Bab !, Pasal 1.

<sup>29</sup> Morissan, Manajemen Media Penyiaran: Strategi Mengelola Radio dan Televisi,h..88

stasiun penyiaran lain, baik dalam negeri maupun luar negeri berupa acara ataupun acara tidak tetap. Durasi *relasi* siaran untuk acara tetap berasal dari stasiun penyiaran melalui sistem stasiun jaringan dibatasi paling banyak 40% untuk siaran radio dan paling banyak 90% untuk televisi dari seluruh waktu siaran perhari.

Bagi stasiun penyiaran swasta, siaran iklan merupakan sumber pendapatan utama dan yang perlu menjadi perhatian bagi pemilik stasiun penyiaran swasta adalah materi siaran iklan harus sesuai dengan kode etik periklanan dan persyaratan siaran iklan yang dikeluarkan oleh KPI serta peraturan perundang-undangan yang berlaku, khususnya undang-undang perlindungan konsumen.

## 2. Stasiun Penyiaran Berlangganan

Indonesia memiliki ketentuan mengenai stasiun penyiaran berlangganan diatur dalam UU No.32/2002 dan juga diatur dalam peraturan pelaksanaannya yaitu melalui peraturan pemerintah no.52 Tahun 2005 (PP 52/2002). Tentang penyelenggaraan Penyiaran Lembaga Penyiaran Berlangganan.

Stasiun penyiaran berlangganan harus berbentuk badan hukum Indonesia, yang bidang usahanya hanya menyelenggarakan jasa penyiaran yang memancarluaskan atau menyalurkan materi siarannya secara khusus kepada pelanggan melalui radio, televisi, multimedia atau media informasi lainnya.

Stasiun penyiaran berlangganan melalui kabel dan terestrial maka stasiun bersangkutan harus memiliki jangkauan izin yang diberikan. Dalam

menyediakan sistem dan jaringan siaran berlangganan dapat bekerja sama dengan penyelenggara jaringan telekomunikasi atau juga dapat menggelar jaringan sendiri.

Media penyiaran berlangganan dalam menyelenggarakan siarannya harus melakukan sensor internal terhadap semua isi siaran yang akan disiarkan. Penyiaran berlangganan juga harus menyediakan paling sedikit 20 persen siaran dari kapasitas saluran untuk menyalurkan program dari media penyiaran publik dan swasta

### 3. Stasiun Penyiaran Komunitas

Stasiun penyiaran komunitas merupakan lembaga non partisipan oleh warga negara Indonesia yang berbentuk badan hukum koperasi atau perkumpulan dengan modal awal yang diperoleh dari kontribusi komunitasnya yang berasal dari tiga orang atau lebih yang selanjutnya menjadi milik komunitas. Sumber pembiayaan boleh berasal dari sumbangan, hibah, sponsor, dan sumber lain yang sah dan tidak mengikat namun dilarang menerima bantuan dari pihak asing. Pendirian stasiun penyiaran komunitas harus mendapatkan persetujuan tertulis paling sedikit 51 persen dari jumlah penduduk dewasa atau 250 orang dewasa dan dikuatkan dengan persetujuan tertulis aparat pemerintah setingkat kepala desa ataupun lurah setempat.<sup>30</sup>

Jangkauan siaran dibatasi maksimum 2,5 km dari lokasi pemancar atau dengan Effective Radiated Power ( ERP) maksimum 50 watt. Dalam

---

<sup>30</sup> Morissan, Manajemen Media Penyiaran: Strategi Mengelola Radio dan Televisi.h..104

meaksanakan siaran stasiun penyiaran komunitas paling sedikit 5 jam perhati untuk radio dan 2jam perhati untuk televisi.

#### 4. Stasiun Penyiaran Publik

Stasiun penyiaran publik berbentuk badan hukum yang didirikan oleh Negara bersifat independen netral, tidak komersial, dan berfungsi memberikan layanan untuk kepentingan masyarakat. Negara Indonesia, Radio Republik Indonesia (RRI) dan Televisi Republik Indonesia (TVRI) merupakan stasiun pusat penyiarannya berada di Ibu Kota Negara.

Undang-undang penyiaran di Indonesia memberikan tugas kepada TVRI untuk memberikan pelayanan informasi, pendidikan, hiburan yang sehat, kontrol dan perekat sosial, serta melestarikan budaya bangsa untuk kepentingan seluruh lapisan masyarakat melalui penyiaran penyelenggaraan televisi di seluruh wilayah Indonesia.

Sumber pembiayaan stasiun penyiaran publik di Indonesia berasal dari (1) Iuran penyiaran yang berasal dari masyarakat (2) Anggaran Pendapatan dan Belanja Negara (APBN) atau Anggaran Pendapatan dan Belanja Daerah (APBD) (3) Sumbangan masyarakat dan (4) Siaran iklan.<sup>31</sup>

#### 5. Pembagian Generasi Dalam Akses Media

Menurut Manhiem, generasi adalah suatu intruksi sosial di dalamnya terdapat sekelompok orang yang memiliki kesamaan umur dalam pengalaman historis yang sama. Manhiem juga menjelaskan individu yang menjadi bagian dari suatu generasi adalah mereka yang memiliki kesamaan tahun lahir dalam rentang waktu 20 tahun dan berada dalam dimensi sosial dan dimensi sejarah

---

<sup>31</sup> Sulvinajayanti, *Manajemen dan Konvergensi Media Penyiaran*, (Makassar : Aksara Timur,2018) h.43-50.

yang sama. Definisi tersebut secara spesifik juga dikembangkan oleh Ryde yang mengatakan bahwa generasi adalah agregat dari sekelompok individu yang mengalami peristiwa-peristiwa yang sama dalam kurun waktu yang sama juga.<sup>32</sup>

Ada beberapa pembagian generasi diantaranya sebagai berikut:

1. Baby Boomer

Baby Boomer yaitu generasi yang lahir pada tahun 1946-1964. Dikatakan generasi Baby Boomer karena adanya ledakan angka kelahiran setelah perang Dunia II. Generasi Baby Boomer ini dikenal kompetitif karena hidup dimasa minim lapangan pekerjaan.<sup>33</sup>

2. Generasi X

Generasi X adalah generasi yang lahir pada tahun 1965-1980. Generasi ini tumbuh pada masa perubahan sosial dan perkembangan teknologi. Generasi X dianggap sebagai penghubung antara generasi yang lebih tua tradisional dan generasi lebih muda yang terbiasa dengan teknologi digital.

3. Generasi Milenial

Generasi ini juga disebut sebagai generasi Y yang lahir pada tahun 1981-1996. Generasi ini disebut milenial karena generasi ini pernah melewati millenium kedua sejak teori ini dikemukakan oleh Karl Mannheim pada tahun 1923. Generasi X ini lahir bersamaan dengan munculnya teknologi informasi dan komunikasi yang membuat mereka mengenal smartphone, mengakses komputer dan memiliki sosial media.

---

<sup>32</sup> Yunuar Surya Putra, *Theoretical Review : Teori Perbedaan Generasi*, h.124

<sup>33</sup> Ahmad Ma'ruf Hazan, *Perbedaan Kerja Generasi Baby Boomers dan Generasi Milenial*, (Fakultas Psikologi Universitas Medan Area Medan)h.30

Hal tersebut membentuk karakter yang kreatif dan inovatif dalam pemanfaatan teknologi.<sup>34</sup>

#### 4. Generasi Z

Generasi z merupakan generasi yang lahir pada tahun 1997-2012. Generasi ini dikenal sebagai generasi internet. Generasi ini lahir dalam era digital yang sudah mapan. Mereka tumbuh dengan smartphone, internet, dan media sosial yang digunakan setiap hari.

#### 5. Generasi Alpha

Generasi alpha dikenal juga sebagai Post Gen Z. Generasi ini tumbuh di tengah perkembangan teknologi yang terus berkembang, termasuk kehadiran kecerdasan buatan, realitas virtual, dan *internet of things*. Mereka sudah terbiasa dengan perangkat teknologi sejak usia dini dan sering menjadi pengguna yang mahir dalam menggunakan teknologi.<sup>35</sup>

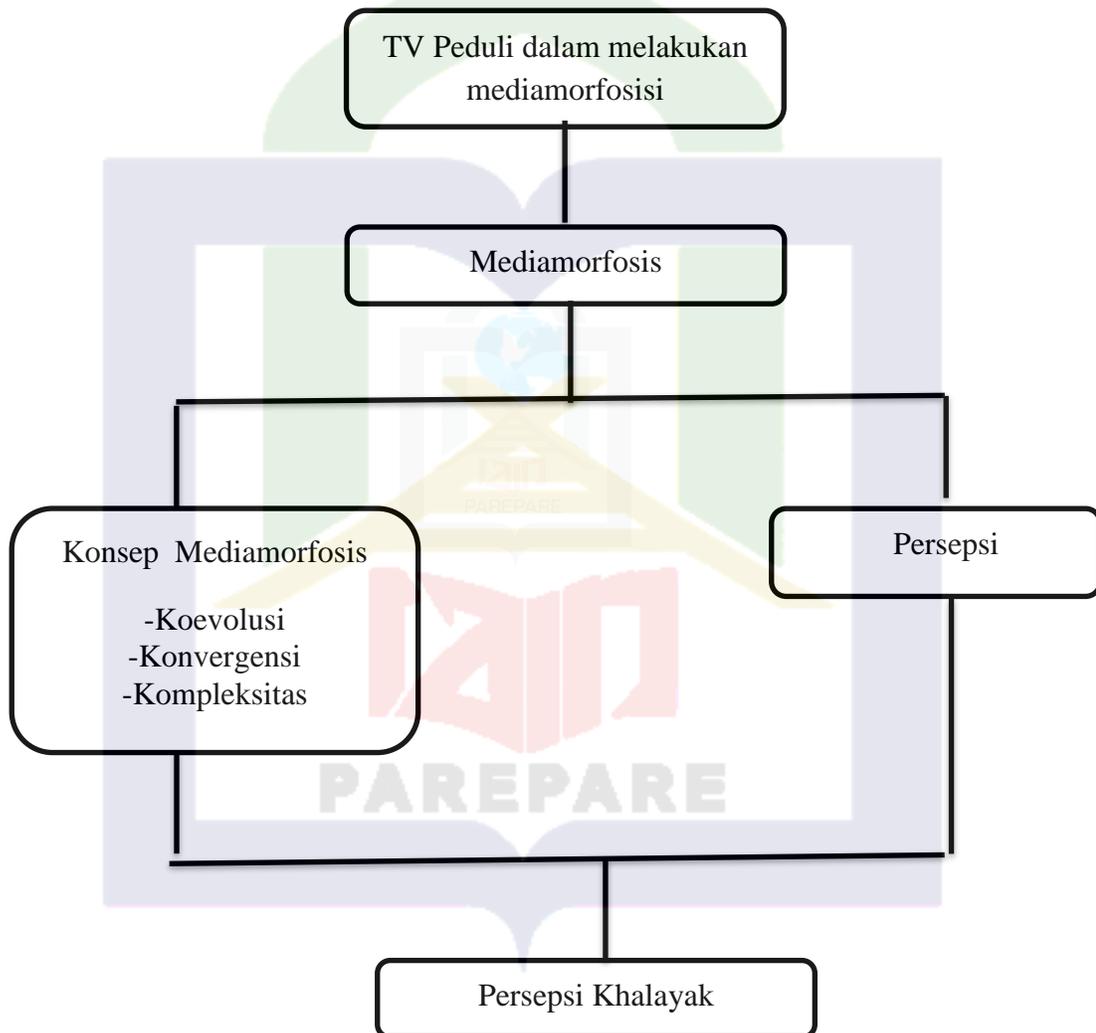
---

<sup>34</sup> Ahmad Ma'ruf Hazan, *Perbedaan Kerja Generasi Baby Boomers dan Generasi Milenial*, (Fakultas Psikologi Universitas Medan Area Medan)h.30

<sup>35</sup> Yuniar Surya Putra, *Theoretical Review : Teori Perbedaan Generasi*, h.124

#### D. Kerangka Pikir

Kerangka pikiran merupakan gambaran terkait hubungan antara variabel dengan variabel lainnya sehingga memudahkan pembaca untuk memahami penelitian ini dan juga agar peneliti dapat lebih mudah dalam pelaksanaan penelitian ini.



## **BAB III METODE PENELITIAN**

### **A. Jenis dan Pendekatan Penelitian**

Jenis penelitian ini adalah metode penelitian kualitatif deskriptif dengan pendekatan sosial kemasyarakatan. Kegiatan mengumpulkan dan mengolah data yang diperoleh dalam penelitian dilakukan dengan cara sesuai dengan prosedur penelitian yang dinamakan sebagai metode penelitian.<sup>36</sup> Penelitian kualitatif adalah jenis penelitian yang digunakan peneliti dimana data yang dihasilkan berbentuk gambar, tulisan dan lisan. Data deskriptif merupakan data yang dihasilkan dari analisis kualitatif, artinya data yang diperoleh bersumber dari sesuatu yang merupakan hasil observasi tangkai laku manusia, ungkapan, ataupun perolehan dari data tertulis.<sup>37</sup>

### **B. Lokasi dan Waktu Penelitian**

#### **1. Lokasi Penelitian**

Lokasi penelitian ini adalah tempat dimana proses penyiaran TV kabel Peduli disiarkan kepada khalayak dan digunakan untuk memperoleh pemecahan penelitian berlangsung. Penelitian ini dilakukan di Kecamatan Soreang, Kota Parepare, Sulawesi Selatan.

#### **2. Waktu Penelitian**

Penelitian ini dilakukan setelah proposal diseminarkan dan telah mendapat izin penelitian selama 1 bulan dimulai pada tanggal 01 mei 2024 sampai 1 juli 2024.

---

<sup>36</sup> A FITRIANA, “*Metode Penelitian Kuantitatif*,” Repository IAIN Parepare, 2020.

<sup>37</sup> Uhar Suhasaputra, ‘*Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, Dan Tindakan*’, in *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, Dan Tindakan* (Bandung : PT. Refika Aditama,.) h. 182 (2012)

### C. Fokus Penelitian

Fokus penelitian ini memfokuskan pada Persepsi Khalayak Terhadap Mediamorfosis TV Peduli Kecamatan Soreang Kota Parepare untuk mengetahui bagaimana persepsi khalayak terhadap mediamorfosis TV Peduli.

### D. Jenis dan Sumber Data

Ada dua jenis sumber data yang digunakan dalam penelitian ini yaitu primer dan sekunder yaitu:

#### 1. Data Primer

Jenis data ini merupakan data yang peneliti ambil sendiri dan berbentuk data mentah. Pengambilannya langsung pada sumber utama untuk kepentingan penelitian dan tanpa melalui perantara atau bukan data yang diambil orang lain.<sup>38</sup> Pada penelitian ini, yang menjadi data primer yaitu data yang peneliti peroleh dari TV Peduli Parepare. Dalam Pengambilan data ini, penulis lakukan dengan dokumentasi, wawancara dan observasi. Pada penelitian ini yang menjadi sumber data primer adalah khalayak yang bertempat tinggal di Kecamatan Soreang dan menonton siaran TV Peduli Parepare.

#### 2. Data Sekunder

Data yang penulis peroleh dari studi pustaka ataupun literatur relevan sebagai pendukung data primer terkait Persepsi Khalayak Terhadap Mediamorfosis TV Peduli Kecamatan Soreang Kota Parepare.

Data sekunder ini diperoleh dari hasil penelitian sebelumnya, misalnya dalam dokumen, buku, jurnal, skripsi, dan lain-lain. Sehingga dalam penelitian

---

<sup>38</sup> Azuar Juliandi dan Irfan, “*Metodelogi Penelitian Kuantitatif*” (Bandung : Citapustaka Media Perintis, 2014). h. 66 (2014)

ini, sumber data sekunder diperoleh dari dokumen atau arsip yang dimiliki oleh TV Peduli Parepare.

## **E. Teknik Pengumpulan Data**

Teknik pengumpulan data merupakan cara yang digunakan penulis untuk mendapatkan data dalam suatu penelitian. Pada tahapan ini agar data yang diperoleh valid dan bisa dipertanggung jawabkan, maka data diperoleh melalui:

### **1. Observasi**

Pengamatan langsung maupun observasi merupakan metode yang digunakan oleh penulis dalam mengumpulkan data/informasi dengan mendatangi objek penelitian yang akan mendukung kegiatan penelitian atau melakukan penelitian langsung sehingga kondisi objek yang diteliti secara jelas dapat diperoleh informasinya.<sup>39</sup>

Peneliti mengamati langsung bagaimana khalayak Kecamatan Soreang Kota Parepare dalam mengakses informasi dan tidak lupa pula mengumpulkan beberapa jawaban dari khalayak yang mengakses informasi melalui TV Peduli.

### **2. Wawancara**

Definisi dari wawancara adalah dua orang dalam situasi saling berhadapan melakukan interaksi bahasa antara satu sama lain. Interaksi yang terjadi yaitu pewawancara akan meminta informasi kepada informan (orang yang diteliti) untuk mengungkap pertanyaan yang diajukan pewawancara terkait dengan keyakinan maupun pendapatnya pada hal yang diteliti.

---

<sup>39</sup> Sugiyono, "Metode Penelitian Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, Dan R & D" (Bandung : Alfabeta, 2010). h. 10 ( 2010)

Dalam penelitian ini, wawancara dilakukan dengan mengajukan beberapa pertanyaan kepada narasumber yang bertempat tinggal di Kec.Soreang dan khalayak yang mengakses informasi melalui TV Peduli Kecamatan Soreang Kota Parepare.

### 3. Dokumentasi

Pengumpulan data yang dilakukan dengan melakukan pengambilan terkait gambaran lengkap pada dokumen yang relevan dengan penelitian merupakan pengertian dari dokumentasi. Metode dokumentasi menurut Suharsimi Arikunto yakni kegiatan mencari dan mengumpulkan data dari agenda, majalah, surat kabar, buku, catatan maupun lainnya.<sup>40</sup> Penulis memperoleh dokumen dari internet, buku yang ada di perpustakaan maupun dari brosur dan lainnya.

Dokumentasi ini dilakukan agar dapat mengumpulkan data-data yang bersifat dokumen seperti struktur organisasi TV Peduli Parepare dan khalayak yang mengakses informasi TV Peduli Parepare.

### F. Uji Keabsahan Data

Uji keabsahan data merujuk pada data yang konsisten dengan keadaan yang sebenarnya dari objek penelitian, sehingga keakuratannya dapat dijamin dan dipertanggungjawabkan oleh peneliti.<sup>41</sup> Berikut uji keabsahan yang dilakukan:

---

<sup>40</sup> Suharni Arikunto, *'Manajemen Penelitian'* (Jakarta : PT Rineka Cipta). h. 206 (2000)

<sup>41</sup> Arnild Augina Mekarisce, *'Teknik Pemeriksaan Keabsahan Data Pada Penelitian Kualitatif Di Bidang Kesehatan Masyarakat'*, JURNAL ILMIAH KESEHATAN MASYARAKAT : Media Komunikasi Komunitas Kesehatan Masyarakat, 12.3, h. 145-147 (2020)

## 1. *Credibility*

Hasil penelitian yang dilakukan agar tidak meragukan dapat melalui uji kepercayaan data yang dikenal sebagai uji kredibilitas (*Credibility*). Pengujian kredibilitas dapat dilakukan dengan melalui hal seperti teknik dalam melakukan pengamatan di lapangan, referensi yang memadai, kajian terhadap kasus-kasus *negated*, pengecekan dengan kondisi sekitar, dan triangulasi.

### a. Perpanjangan Pengamatan

Pada kegiatan ini peneliti melakukan pengamatan kembali ke lapangan, sumber yang telah ditemui maupun sumber baru akan diwawancarai lagi oleh penulis. Tujuannya agar data yang diperoleh dapat dipastikan sudah benar atau tidak oleh peneliti.

### b. Peningkatan Ketekunan

Pada hal ini secara berkesinambungan dan cermat peneliti harus melakukan pengamatan lebih. Hal ini dilakukan agar data tersebut dapat dipastikan benar atau dengan kata lain secara pasti hal peristiwa dapat direkam.

### c. Triangulasi

Triangulasi dalam pengujian kredibilitas ini diartikan sebagai pengecekan data dan informasi dari berbagai sumber dengan berbagai cara lain waktu.

### d. Proses verifikasi

Informasi yang penulis kumpulkan untuk penyedia data merupakan hasil percakapan dengan teman dan pengecekan anggota. Mencari tahu

seberapa cocok data yang diperoleh dengan informasi diberikan oleh penyedia data adalah tujuan dari pengecekan anggota.

## 2. *Transferability*

*Transferability* adalah proses untuk menilai sejauh mana penelitian ini dapat diterapkan pada konteks yang berbeda. Oleh karena itu, untuk memastikan pemahaman yang tepat terhadap hasil penelitian, laporan penelitian harus disusun dengan rinci, jelas, sistematis, dan dapat dipercaya.

## 3. *Dependability*

*Dependabilitas* diperiksa melalui audit terhadap keseluruhan rangkaian proses penelitian, mulai dari bagaimana peneliti mengidentifikasi masalah atau fokus penelitian, melakukan pengumpulan data di lapangan, menentukan sumber data, menganalisis data, melakukan uji keabsahan data, hingga merumuskan kesimpulan. Semua tahapan ini harus dapat dipertanggungjawabkan oleh penulis.

## 4. *Confirmability*

Uji *confirmability* yaitu menguji hasil penelitian yang dikaitkan dengan proses yang sudah dilakukan. Apabila hasil penelitian adalah fungsi dari proses penelitian yang harus dilakukan, maka penelitian tersebut sudah memenuhi standar *confirmability*.

## G. Teknik Analisis Data

Mudjirahardjo menyatakan bahwa analisis data merupakan proses di mana data diatur, disusun, dikelompokkan, diberi tanda atau kode, dan dikategorikan untuk menghasilkan temuan yang sesuai dengan fokus atau masalah yang ingin diungkap.

### 1. Reduksi Data (*Data Reduction*)

Langkah reduksi data, melibatkan beberapa tahap. Tahap pertama, melibatkan langkah-langkah *editing*, pengelompokan, dan meringkas data. Di tahap kedua, peneliti menyusun tanda-tanda dan catatan mengenai berbagai hal, termasuk yang berkenaan dengan kegiatan dan proses-proses. Sehingga peneliti bisa menemukan tema, kelompok, dan pola-pola data.

### 2. Penyajian Data (*Data Display*)

Setelah data direduksi, langkah berikutnya adalah menyajikan data tersebut. Tujuannya adalah untuk memfasilitasi pemahaman tentang situasi dan merencanakan langkah-langkah berikutnya sesuai dengan pemahaman tersebut. Dalam penelitian kualitatif, data dapat disajikan dalam bentuk uraian atau narasi ringkas, diagram, flowchart yang menggambarkan hubungan antar kategori, dan format lainnya.

### 3. Penarikan Kesimpulan atau Verifikasi (*Conclusion Drawing/Verivication*)

Kesimpulan awal yang diungkapkan bersifat sementara dan bisa berubah jika tidak didukung oleh bukti yang cukup kuat selama tahap pengumpulan data berikutnya. Namun, jika ada bukti yang sah dan konsisten ketika peneliti kembali ke lapangan untuk mengumpulkan data tambahan, maka kesimpulan harus disesuaikan untuk memastikan keakuratannya. Dalam penelitian kualitatif, kesimpulan harus dapat memberikan jawaban yang memadai terhadap rumusan masalah yang telah diajukan sebelumnya. Tujuannya ialah untuk menemukan temuan baru yang mungkin belum terungkap sebelumnya.

## BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

### A. Hasil Penelitian

Berdasarkan hasil penelitian yang penulis peroleh di lapangan, dengan menemukan jawaban terkait informasi yang tentunya penulis butuhkan. Dalam penelitian ini merujuk pada rumusan masalah yang telah dipaparkan pada bagian pendahuluan penelitian ini yakni bagaimana gambaran mediamorfosis TV Peduli dan bagaimana persepsi generasi X dan generasi Z dalam mengakses informasi TV Peduli. Kedua rumusan masalah ini dilakukan wawancara terkait pertanyaan yang berhubungan sehingga hasil dari wawancara ditemukan kesimpulan perpektif khalayak terhadap mediamorfosis TV Peduli.

Tahapan wawancara dilakukan kepada Manajemen Kominfo Parepare dan khalayak, teknik pengambilan informan menggunakan metode purposive sampling dengan teknik penentuan atau pengambilan data melalui pertimbangan bahwasanya orang tersebut dianggap paling mengetahui tentang apa yang diharapkan, yang tentunya akan menjawab semua pertanyaan dengan jelas dan mudah dipahami terkait penelitian ini. Terdapat beberapa pertanyaan yang diajukan kepada narasumber atau informan terkait yang menggunakan teori mediamorfosis.

#### 1. Gambaran Mediamorfosis TV Peduli

Mediamorfosis pertama kali diperkenalkan oleh Roger Fidler sebagai direktur Knight Ridder tentang New Media di tahun 1990. Mediamorfosis terjadi mengikuti kecepatan dan perkembangan teknologi di era saat ini. Hal tersebut terjadi sesuai kebutuhan, tekanan persaingan, politik, inovasi sosial dan

teknologi. Keberadaan mediamorfosis telah disadari pasar dengan terasingkannya individu terhadap teknologi saat ini. Sebelum sebuah media bermediamorfosis, pengetahuan terkait komunikasi manusia dan pola perubahan secara historis dalam sebuah sistem dianggap penting dalam proses transformasinya.<sup>42</sup>

Asumsi teori mediamorfosis memberi pemahaman bahwa media akan terus menerus berkembang seiring berkembangnya teknologi dan kebutuhan pasar yang terus berubah. Media-media yang awalnya berbasis kertas koran dan majalah akan menerus berkurang penggunaannya dan tergantikan oleh media digital. Menurut Roger Fidler ada 3 prinsip mediamorfosis yaitu koevolusi, konvergensi dan kompleksitas. Maka dari itu untuk menjawab rumusan masalah pertama, peneliti mengajukan pertanyaan terkait ketiga prinsip tersebut.

Peneliti mengajukan pertanyaan yang bersifat umum yaitu jenis siaran apa saja yang disiarkan pada TV Peduli. Berikut uraian hasil jawaban informan yaitu manajemen kominfo parepare mengenai jenis siaran.

“TV Peduli ada beberapa program yang disirakan termasuk ada beberapa program berita seperti program apa kabar Parepare, Peduli news kemudian sekilas info, juga ada program talkshow TV Peduli, yaitu talkshow pangan aman, lentera ilmu pengetahuan, sehat bersama rumah sakit andi makkasau, itu program talkshow yang rutin, kemudian untuk beritanya tadi ada beberapa program berita, di TV Peduli juga ada namanya program yang tiap hari jumat yaitu komisi islam, bintang emas, program bintang emas ini merupakan sebuah program yang ditayangkan di TV Peduli yang merupakan proses pembelajaran AL-Qur’an secara daring jadi lebih ke ilmu agama. Kemudian ada program yang khusus anak merupakan sebuah program di TV Peduli yang lebih menampilkan unjuk bakat anak-anak di usia dini.”<sup>43</sup>

Berdasarkan penjelasan dari Bu Sukma dapat diketahui bahwa jenis siaran TV Peduli yang disiarkan ada jenis siaran berita dan talkshow. Program

<sup>42</sup> Roger Fidler, *Mediamorphosis Understanding New Media*, (California, A Sage Publication Company) h.23 (1997)

<sup>43</sup> Sukma Sukie, *Manajemen Kominfo, wawancara* (jl.panorama Timur No.3, Ujung Bulu, Kec. Ujung Kota Parepare, 4 juli 2024)

berita yang dimaksud yang disiarkan di TV Peduli yakni apa kabar Parepare, Peduli news, sekilas info. Kemudian ada jenis siaran talkshow yakni talkshow pangan aman, lentera ilmu pengetahuan, sehat bersama rumah sakit andi makkasau. Selain itu ada jenis siaran setiap hari jumat yaitu komisi islam dan bintang emas yang merupakan sebuah program yang disiarkan di TV Peduli ialah proses pembelajaran Al-Quran secara daring dan program khusus anak-anak yang lebih menampilkan unjuk bakat anak-anak di usia dini yaitu pentas ceria.

Pada pertanyaan selanjutnya ialah media apa saja yang digunakan untuk menunjang siaran TV Peduli dan sejak kapan menggunakan sosial media tersebut.

“Media yang digunakan, ada facebook, youtube dan instagram, kemarin pak kabid yang dirapatkan merencanakan tiktok tapi belum terelisasikan. Jadi hanya fb, youtube dan instagram. Menggunakan youtube sejak berdirinya TV Peduli Parepare yaitu 2017, menggunakan instagram sejak 2018”<sup>44</sup>

Berdasarkan penjelasan dari Bu Sukma dapat diketahui bahwa bahwa media yang digunakan untuk menunjang siaran TV Peduli ialah sosial media *Youtube*, *Instagram* dan *Facebook* yang sejak berdirinya TV Peduli sudah menggunakan *Youtube* sebagai media penunjang siaran dan 2018 juga menggunakan *Instagram* sebagai media penunjang siaran TV Peduli.

Pada pertanyaan selanjutnya, penulis mengajukan pertanyaan apakah sosial media berpengaruh dalam keberlangsungan mediamorfosis dan bagaimana mempertahankan eksistensi TV Peduli di era digital serta siapa target segmentasi pendengar TV Peduli.

“Jelas berpengaruh, apalagi sekarang eranya memang digital jadi pasti orang lebih condong megikuti sosial media ketimbang dengan menonton TV konvensional jadi pasti sangat berpengaruh. Cara mempertahankan di

---

<sup>44</sup> Sukma Sukie, *Manajemen Kominfo, wawancara* (jl.panorama Timur No.3, Ujung Bulu, Kec. Ujung Kota Parepare, 4 juli 2024)

era digital yaitu harus tetap memposting siaran-siaran TV Peduli melalui sosial media Semua khalayak jadi mulai anak-anak sampai orang tua karena bukan hanya berita yang disiarkan tapi ada juga program program yang lebih ke anak-anak yang bisa memberikan pengetahuan kepada anak-anak”<sup>45</sup>

Berdasarkan penjelasan dari Bu Sukma dapat diketahui bahwa mediamorfosis memiliki pengaruh yang besar dalam sosial media dibandingkan dengan menonton TV konvensional dan cara mempertahankan eksistensinya di era digital yaitu tetap mempertahankan postingan siaran-siaran TV Peduli di sosial media. Target segmentasi pada TV khalayak ditujukan kepada semua khalayak yaitu mulai anak-anak sampai dewasa karena telah disediakan jenis siaran bukan hanya berita dan *talkshow* yang ditujukan ke orang dewasa tapi ada siaran yang ditujukan ke anak-anak seperti pentas ceria yang tentunya memberikan pengetahuan untuk anak-anak.

Selain pertanyaan yang diajukan kepada manajemen TV Peduli Parepare, peneliti juga mengajukan pertanyaan kepada manajemen kominfo dan sekretaris kelurahan lompoe terkait sejarah dan mediamorfosis TV Peduli Parepare.

Pertanyaan pertama ialah bagaimana sejarah berdirinya TV Peduli Parepare.

“Sejarah berdirinya TV Peduli Parepare itu dimulai dari program atau janji kampanye dari walikota Parepare pada periode kedua yaitu TV kabel gratis namun setelah dikonsultasikan ke badan pemeriks keuangan bahwa program tersebut ternyata tidak sesuai dengan ketentuan undang-undang maka diusulkanlah dibentuknya stasiun TV lokal yang disiarkan secara tersiar diseluruh wilayah kota Parepare maka dibuatlah atau disusunlah peraturan daerah terkait televisi Peduli Parepare ditahun 2016 kalau saya tidak salah”<sup>46</sup>

Berdasarkan penjelasan dari Bapak Fahri dapat diketahui bahwa sejarah berdirinya TV Peduli Parepare dimulai dengan janji kampanye Walikota Parepare namun ketika dikonsultasikan ke badan keuangan program tersebut

<sup>45</sup> Sukma Sukie, *Manajemen Kominfo, wawancara* (jl.panorama Timur No.3, Ujung Bulu, Kec. Ujung Kota Parepare, 4 juli 2024)

<sup>46</sup> Fahri, *manajemen Kominfo, wawancara via online* (6 juli 2024)

tidak sesuai dengan ketentuan undang-undang sehingga diusulkan kembali untuk dibentuknya stasiun TV lokal yang disiarkan di wilayah Parepare hingga tahun 2016 mulai merancang pengadaan TV Peduli kemudian tahun 2017 mengadakan audisi SDM Crew TV Peduli dan tahun 2018, izin TV Peduli 10 tahun keluar.

Peneliti juga mengajukan pertanyaan selanjutnya terkait TV Peduli Parepare yaitu bagaimana proses mediamorfosis TV Peduli parepare.

“Awalnya itu dinas komunikasi dan informatika itu khusus parepare itu hanya mengolah radio peduli saja, satu media komunikasi saja yaitu radio lalu kemudian bertransformasi, adanya kebutuhan dari masyarakat tentang kebutuhan akan informasi dari kebijakan-kebijakan atau program-program pemerintah yang dirasa tidak cukup dengan melalui media radio saja oleh karena itu dinas komunikasi dan informatika kota parepare atau pemerintah kota parepare melalui program atau janji politik dari walikota pada saat itu bermediamorfosis menjadi terbentuknya TV Peduli akhirnya dari radio kita juga terkonvergensi menjadi TV Peduli parepare, jadi ada beberapa program yang disiarkan secara bersama-sama atau secara hibrit melalui tv dan radio. TV Peduli juga bermediamorfosis dengan adanya karena memenuhi kebutuhan warga kota parepare kita juga bermediamorfosis dengan bersiaran secara on air atau real time melalui media sosial yaitu salah satunya facebook TV Peduli dan juga kalau siaran live itu menggunakan media sosial secara digital itu di youtube jadi radio menjadi TV Peduli kemudian berkonvergensi lagi dengan bersiaran secara bersama yaitu tv dan radio sekaligus dan melalui siaran digital yaitu media sosial dan ini memenuhi kompleksitas yang terjadi pada TV Peduli dimana terserah warga yang mana lebih senang menontonnya apakah menonton melalui media sosial atau melalui radio atau melalui TV Peduli”<sup>47</sup>

Berdasarkan penjelasan dari Bapak Fahri dapat diketahui bahwa proses mediamorfosis berevolusi dari radio ke televisi karena adanya kebutuhan khalayak dirasa belum cukup dengan hanya memberikan informasi melalui radio sehingga dengan janji politik walikota parepare pada saat itu sehingga Radio Peduli bermediamorfosis terbentuknya TV Peduli Parepare. Kemudian TV Peduli berkonvergensi disiarkan secara real time di media sosial kemudian

---

<sup>47</sup> Fahri, *manajemen Kominfo, wawancara via online* (6 juli 2024)

terkonvergensi lagi yang secara bersama-sama disiarkan di radio dan televisi sehingga dengan berevolusi kemudian berkonvergensi, TV Peduli parepare memnuhi kompleksitas yang mana khalayak dapat memilih mengakses informasi di radio, televisi atau sosial media.

## 2. Gambaran persepsi khalayak kec.Soreang terhadap mediamorfosis TV Peduli

Kemajuan teknologi hadir untuk mempermudah komunikasi melalui gawai. Generasi X dan generasi Z tentunya memiliki perbedaan dalam mengakses informasi disebuah media. Peneliti mengajukan pertanyaan yang bersifat umum yang terkait dengan perbedaan tersebut yaitu perbedaan generasi X dan Z dalam mengakses informasi di TV Peduli. Berikut uraian hasil jawaban informan yaitu orang yang termasuk generasi X.

Pertanyaan ini diajukan kepada kedua orang yang termasuk generasi X yaitu dimana Anda menonton TV Peduli, jenis siaran yang Anda tonton di TV Peduli dan apakah dengan adanya siaran TV Peduli memudahkan dalam mencari informasi.

“Ditelevisi dan yang kunonton itu siarannya sekilas info dan ini TV Peduli sangat membantu karena dari situ TV Peduli, bisa ka tau apa saja yang terjadi di Parepare. Apalagi jarang ka keluar rumah jalan-jalan karena jualan ka di didepan rumah, sebagai ibu rumah tangga dirumah terus jadi caranya cari info lewat televisi salah satunya adi TV Peduli”<sup>48</sup>

Selain jawaban informan diatas informan lainnya juga menjawab “Kalau nonton itu selalu pakai televisi, banyak siarannya ku nonton nak tapi lebih sering ku nonton yang ada beritanya. TV Peduli membantu ini nak karena kalau dirumahka ada info tentang Parepare yang bisa ditau dan ada hiburannya”<sup>49</sup>.

Berdasarkan jawaban informan atau narasumber maka dapat disimpulkan kedua informan yang termasuk generasi X siaran yang ditonton adalah siaran

<sup>48</sup> Suhartini N, *Khalayak TV Peduli Parepare, wawancara* (jln. A. Arsyad, 28 Juni 2024)

<sup>49</sup> Hamida, *Khalayak TV Peduli Parepare, wawancara* (jl. Laupe, Bukit Harapan, kec. soreang, 28 Juni 2024)

yang programnya berita. Khalayak menonton TV Peduli melalui media konvensional yaitu televisi. TV Peduli sangat membantu untuk mencari informasi sekitar Parepare.

Pada pertanyaan selanjutnya ialah bagaimana pendapat anda TV Peduli yang awalnya hanya radio kini bisa diakses melalui TV.

“Oh iya dulu pernah ka dengar lewat radio tentang itu berita-beritanya tapi tidak bagus karena tidak ada gambarnya jadi mendengarkan ki saja jadi adanya ini TV Peduli yang ditampilkan di televisi bisaki dengar dan ada gambarnya bisa dilihat”.<sup>50</sup>

Selain pernyataan informan diatas, informan lainnya juga memberikan pernyataan

“Keduanya bagus cuma lebih bagus kalau nonton di televisi karena bisaki lihat secara langsung seperti kalau ada berita bencana bisaki lihat langsung kondisinya”.<sup>51</sup>

Berdasarkan jawaban informan diatas dapat disimpulkan bahwa kedua informan yang termasuk dalam generasi X memiliki pernyataan yang sama yaitu mediamorfosis TV Peduli membuat informasi yang didapatkan lebih akurat dan menarik.

Persepsi kedua informan di atas menjelaskan bahwa TV Peduli yang awalnya hanya radio kini bisa diakses melalui TV sehingga pendapat menurut informan bahwa keduanya bagus cuma lebih bagus kalau nonton di televisi karena bisa dilihat secara langsung seperti kalau ada berita bencana secara langsung lihat kondisinya. Sedangkan kalau lewat radio saja tidak ada gambarnya jadi hanya bisa mendengarkan saja sehingga dengan adanya ini TV Peduli yang ditampilkan di televisi sangat bagus. Televisi sampai saat ini masih diasumsikan sebagai alat informasi yang ampuh dalam mengubah sikap dan perilaku

---

<sup>50</sup> Suhartini N, *Khalayak TV Peduli Parepare, wawancara* (jln. A. Arsyad, 28 Juni 2024)

<sup>51</sup> Hamida, *Khalayak TV Peduli Parepare, wawancara* (jl. Laupe, Bukit Harapan, kec. soreang, 28 Juni 2024)

penonton, karena efek suara dan bentuk gambarnya secara nyata dapat disaksikan penonton di rumah. Dari program yang disuguhkan media berbeda-beda dari sinilah khalayak atau informan dapat memberikan pandangan atau persepsi terhadap suatu objek, sehingga akan muncul persepsi yang berbeda-beda pula.

Dari hasil wawancara di atas dapat dikaitkan dengan teori persepsi masyarakat yang dimana menjelaskan bahwa persepsi masyarakat merupakan pandangan khalayak yang diberikan oleh masyarakat dalam menanggapi suatu fenomena yang terjadi di sekitar lingkungan tempat tinggal. Sehingga persepsi masyarakat merupakan tanggapan dan pengetahuan lingkungan dari kumpulan perseorangan yang saling berinteraksi satu sama lain, karena memiliki nilai-nilai, norma-norma, cara-cara atau prosedur merupakan kebutuhan bersama berupa suatu sistem adat-istiadat yang memiliki sifat berkesinambungan dan terikat oleh suatu identitas bersama yang diperoleh melalui interpretasi data indra.

Peneliti juga mengajukan pertanyaan kepada informan yang termasuk dalam generasi Z untuk melihat perbedaannya. Maka dari itu peneliti mengajukan pertanyaan yang sama dari generasi X ke generasi Z. peneliti mengajukan pertanyaan dimana anda menonton TV Peduli Parepare dan jenis siaran apa yang sering anda tonton di TV Peduli Parepare.

“Kalau saya nda terlalu sering tapi kalau ada waktu luang atau tidak ada saya kerja, saya nonton di sosial medianya yah tentunya pake hp dan yang biasanya saya nonton itu ragam inspirasi kusuka karena siarannya itu kek benar-benar na kasih ki informasi yang menginspirasi”<sup>52</sup>.

Jawaban informan diatas senada juga jawaban informan lainnya yang menjawab pertanyaan tersebut

“Lewat hp ji ka selalu nonton kalau TV Peduli Parepare, biasa ka nonton program beritanya tapi lebih sering ka nonton acara talkshownya. Ku

---

<sup>52</sup> Rani, *Khalayak TV Peduli Parepare, wawancara*, (jl. laupe, kec. soreang) 28 Juni 2024

suka kalau ada acara yang menghadirkan orang-orang yang dapat motivasi ki dan kasi ki inspirasi dengan pencapaiannya”.<sup>53</sup>

Selain itu informan lainnya juga menjawab dengan pertanyaan tersebut

“iya lumayan sering ka nonton TV Peduli Parepare dan kalau nonton ka lewat hp ji”.<sup>54</sup>

Berdasarkan jawaban ketiga informan tersebut dapat disimpulkan bahwa informan yang termasuk dalam generasi Z sering menonton TV Peduli Parepare dengan jenis siaran talkshow. Acara talkshow yang disiarkan TV Peduli Parepare sangat beragam yang mengandung edukasi, hiburan dan menginspirasi khalayak tak jarang orang-orang yang termasuk dalam generasi Z menyukai program acara talkshow.

Peneliti juga mengajukan pertanyaan apakah dengan adanya siaran TV Peduli Parepare ini memudahkan dalam mencari informasi terkait Parepare.

“Sangat memudahkan sekali kak, apalagi kalau siaran ragam inspirasinya sering kunonton karena toh kak betul-betul nakasih ki inspirasi dan saya yang kek selalu ka merasa capek sama masalah-masalah gitu dan benar-benar butuh ki inspirasi gitu kak”.<sup>55</sup>

Berdasarkan pernyataan informan tersebut dapat disimpulkan bahwa acara *talkshow* dalam TV Peduli Parepare sangat memberikan inspirasi dan memudahkan khalayak untuk mencari informasi sesuai dengan kebutuhannya. Selain jawaban informan diatas, informan lainnya juga menjawab dengan pertanyaan yang sama.

“Iye sangat memudahkan baik dari segi program berita dan talkshownya meskipun lebih sering ka nonton talkshownya karena bintang tamu yang dihadirkan itu sangat menarik perhatian untuk ditonton maksudnya narasumber yang berprestasi atau yang menginspirasi tapi selain itu biasa ka juga nonton program beritanya dan memudahkan untuk mencari informasi terkini yang terjadi disekitar kita”.<sup>56</sup>

<sup>53</sup> Rusman, *Khalayak TV Peduli Parepare, wawancara*, (jl. laupe, Soreang) 28 Juni 2024

<sup>54</sup> Ashar, *Khalayak TV Peduli Parepare, wawancara*, (jl. laupe, Soreang) 28 Juni 2024

<sup>55</sup> Rani, *Khalayak TV Peduli Parepare, wawancara*, (jl. laupe, kec. soreang) 28 Juni 2024

<sup>56</sup> Rusman, *Khalayak TV Peduli Parepare, wawancara*, (jl. laupe, Soreang) 28 Juni 2024

Berdasarkan pernyataan informan dapat disimpulkan bahwa selain jenis siaran *talkshow* yang dapat memberikan informasi menarik kepada khalayak, jenis siaran beritanya juga dapat memudahkan khalayak untuk mendapatkan informasi sekitar Parepare.

Selain kedua informan tersebut informan lainnya juga menjawab

“Iya memudahkan karena siarannya itu bukan tentang berita-berita saja melainkan ada acara hiburannya dan meskipun bukan ka orang Parepare tapi biasa ka juga nonton berita sekitar Parepare di *Facebook* dan acara *talkshownya* yang bermanfaat sekali”.<sup>57</sup>

Berdasarkan ketiga pernyataan informan dapat disimpulkan bahwa TV Peduli Parepare memudahkan khalayak dalam mendapatkan informasi baik jenis siaran berita ataupun *talkshow*.

Pertanyaan selanjutnya yang peneliti ajukan kepada informan yaitu bagaimana pendapat anda TV Peduli yang awalnya hanya radio kini bisa diakses melalui TV.

“Baik, baik sekali malah karena dengan adanya visual yang ditampilkan memberikan kesan, seperti kalau nonton ki *talkshow* baru ada narasumbernya, sangat tidak menarik kalau tidak dilihat siapa orangnya, tapi itu menurutku mungkin beda kalau yang lain tapi ya dengan adanya ini radio dan televisi terkait informasi TV Peduli, kita bisa memilih mau mendengarkan lewat radio atau televisi makanya bagus transformasinya karena ada radio ada televisi”.<sup>58</sup>

Dari pernyataan informan diatas dapat disimpulkan bahwa transformasi TV Peduli Parepare dari hanya radio Peduli menjadi radio Peduli dan TV Peduli Parepare yang ditampilkan lewat televisi atau media sosial memberikan kesan menarik kepada khalayak agar bisa memilih mengakses TV Peduli Parepare di berbagai media komunikasi. Selain pernyataan informan diatas, informan lainnya juga memiliki pernyataan yang senada yaitu

<sup>57</sup> Ashar, *Khalayak TV Peduli Parepare, wawancara*, (jl. laupe, Soreang) 28 Juni 2024

<sup>58</sup> Rani, *Khalayak TV Peduli Parepare, wawancara*, (jl. laupe, kec. soreang) 28 Juni 2024

“Kalau menurutku atau menurut lainnya mungkin bagus tentunya karena meskipun TV Peduli Parepare kini ditampilkan di televisi tapi tidak membuat radio Peduli itu hilang karena kebutuhan kita berbeda-beda. Mungkin tidak bisa dipungkiri mungkin banyak yang lebih memilih menonton secara visual tapi tidak jarang juga yang mendengarkan lewat media radio. Apalagi di waktu-waktu tertentu atau situasi tertentu. Kita sebagai pendengar tentunya bisa memilih mau mendengarkan di radio, televisi atau lewat media sosialnya”.<sup>59</sup>

Berdasarkan pernyataan informan dapat disimpulkan bahwa adanya TV Peduli Parepare ditampilkan di radio, televisi dan media sosial dapat membuat khalayak memilih dimana mereka ingin mengakses informasi terkait TV Peduli Parepare sesuai kebutuhan khalayak.

Selain pernyataan kedua informan, informan lainnya juga berpendapat demikian

“Kalau bicara pendapatku tentang TV Peduli yang duanya disiarkan di radio kini juga disiarkan di televisi dan eh apa media sosial, bagus. Eh nda bisaki juga bilang lebih bagus nonton di sosial media karena bisaki nonton dimana saja bukan hanya di rumah tapi kalau nongkrong ki sama teman-teman bisa ki nobar diluar karena dari mereka juga mungkin ada yang lebih suka nonton di televisi karena gratis mungkin, atau di radio karena lebih suka mendengarkan. Jadi yah tergantung orang juga mau pilih mana jadi menurutku bagus”.<sup>60</sup>

Berdasarkan pernyataan ketiga informan tersebut dapat disimpulkan bahwa di era digital ini akan banyak orang yang memiliki cara dalam mengakses informasi sesuai dengan kebutuhan atau situasi khalayak itu sendiri. TV Peduli Parepare berkembang sesuai dengan zamannya teknologi tanpa menghilangkan media komunikasi yang lalu sehingga memudahkan khalayak dalam mengakses informasi di TV Peduli dimana saja, misal di rumah khalayak dapat mengakses informasi di televisi dan radio serta apabila diluar rumah, khalayak dapat mengakses informasi di sosial media sehingga khalayak tidak ketinggalan informasi.

---

<sup>59</sup> Rusman, *Khalayak TV Peduli Parepare, wawancara*, (jl. laupe, Soreang) 28 Juni 2024

<sup>60</sup> Ashar, *Khalayak TV Peduli Parepare, wawancara*, (jl. laupe, Soreang) 28 Juni 2024

Dari hasil wawancara di atas dapat dikaitkan dengan teori persepsi masyarakat yang dimana menjelaskan bahwa pandangan yang diberikan oleh masyarakat (khalayak) dalam menanggapi suatu fenomena yang terjadi di sekitar lingkungan tempat tinggal. Seperti persepsi informan menjelaskan bahwa terkait adanya TV Peduli Parepare ditampilkan di radio, televisi dan media sosial dapat membuat khalayak memilih dimana mereka ingin mengakses informasi terkait TV Peduli Parepare sesuai kebutuhan khalayak dan transformasi TV Peduli Parepare dari hanya radio Peduli menjadi radio Peduli dan TV Peduli Parepare yang ditampilkan lewat televisi atau media sosial memberikan kesan menarik kepada khalayak agar bisa memilih mengakses TV Peduli Parepare di berbagai media komunikasi.

## **B. Pembahasan**

Penelitian ini membahas mengenai perspektif khalayak terhadap mediamorfosis TV Peduli Parepare. Khalayak yang dimaksud adalah khalayak yang menonton TV Peduli Parepare untuk mendapatkan informasi. Setidaknya terdapat dua pembahasan yang penulis fokuskan dalam penelitian ini. Pertama, yaitu bagaimana proses mediamorfosis TV Peduli Parepare dari yang hanya radio peduli hingga ke tv peduli. Kedua, membahas perbedaan generasi X dan generasi Z dalam mengakses informasi.

Mediamorfosis terjadi mengikuti kecepatan dan perkembangan teknologi di era saat ini. Hal tersebut terjadi sesuai kebutuhan, tekanan persaingan, politik, inovasi sosial dan teknologi. Keberadaan mediamorfosis telah disadari pasar dengan terasingkannya individu terhadap teknologi saat ini. Sebelum sebuah media bermediamorfosis, pengetahuan terkait komunikasi manusia dan pola

perubahan secara historis dalam sebuah sistem dianggap penting dalam proses transformasinya.<sup>61</sup>

Mediamorfosis sangat penting untuk meningkatkan mutu media komunikasi karena seiring dengan perkembangan itu kebutuhan-kebutuhan masyarakat dalam mendapatkan informasi semakin besar. Akan tetapi media lama tidak akan mati dianting adanya media baru ketika media baru itu muncul. Media lama akan terus berevolusi dan beradaptasi sesuai kebutuhan masyarakat. Seperti transformasi radio peduli dari media yang hanya didengarkan kini ditampilkan dilayar televisi dan bertransformasi lagi sehingga dapat dinonton di sosial media. Inilah yang menjadi kebutuhan masyarakat yang berbeda-beda dalam mendapatkan informasi.

Setiap media berperan penting untuk menggunakan cara berfikir, merasakan, bertindak, dan memberi dampak pada budaya. Sehingga, penting memahami peran media sehingga bijak mengikuti perkembangan media. Menurut Roger Fidler terdapat 3 prinsip mediamorfosis yaitu koevolusi, konvergensi, dan kompleksitas.

---

<sup>61</sup> Roger Fidler, *Mediamorphosis Understanding New Media*, (California, A Sage Publication Company) h.23 (1997)

### a. Proses Koevolusi TV Peduli Parepare

Mediamorfosis dapat dikatakan sebagai sebuah bentuk metamorfosis media dalam bertransformasi dalam pengadopsian teknologi yang terus berkembang dan berlaku di era kini, berevolusi atau mati, dalam mediamorfosis media massa terdapat tiga prinsip utama dalam transformasi media salah satunya adalah koevolusi.

Sejauh ini telah terjadi tiga tahap koevolusi dalam peradaban manusia. Pertama, bahasa lisan dan mediamorfosis besar pertama. Kedua, bahasa tulisan dan mediamorfosis besar kedua. Ketiga, bahasa digital dan mediamorfosis besar ketiga. Bahasa digital telah digunakan hampir seluruh industri secara global.

Perusahaan media massa konvensional khususnya yang hanya bergerak pada sektor-sektor non digital sebagai contoh perusahaan pers koran seperti Media Cetak. Lambat laun mulai melirik bahasa digital sebagai salah satu bentuk penguatan produk kejournalistikannya. Pada contoh penelitian Radar Bandung pun dalam pengimplentasian bahasa digital dalam kelahiran media online telah melahirkan dua media online. Penggunaan bahasa digital yang relevan dengan produksi berita dapat dikatakan masih baru diadaptasi Radar Bandung, dengan melebarkan sayap membuat media pojok bandung ([bandung.pojoksatu.id](http://bandung.pojoksatu.id)), dan [radarbandung.id](http://radarbandung.id).<sup>62</sup>

Bukan hanya Radar Bandung yang kini berevolusi dengan bahasa digital dalam penggunaan internet. TV Peduli Parepare juga demikian, menggunakan

---

<sup>62</sup> Youris Marcelina, Khoiruddin Muchtar, and Imron Rosyidi, "Mediamorfosis Radar Bandung" 9, no. 1 (2020): 34–50.

bahasa digital dalam berovolusi seperti dari radio kemudian penggunaan televisi dan penggunaan sosial media dalam menyiarkan baik berita maupun non berita.

TV Peduli Parepare menyediakan beberapa program seperti apa kabar parepare, peduli news, sekilas info, lentera ilmu pengetahuan, sehat bersama Andi Makkasau, komisi islam, pentas ceria dan lain-lainnya sehingga khalayak dapat mendapatkan informasi sesuai kebutuhannya. TV Peduli telah berevolusi menggunakan bahasa digital dan menyediakan program-program yang sesuai dengan kebutuhan khalayak.

Berdasarkan penelitian bahwa TV Peduli Parepare mrnggunakan media sosial *Facebook*, *Youtube*, dan *Instagram*. Penggunaan media tersebut dapat meningkatkan minat khalayak dalam mengakses informasi. McLuhan bersama Quentin Fiore, menyatakan bahwa “media setiap zamannya menjadi esensi masyarakat” hal ini menunjukkan bahwasanya masyarakat dan media selalu berkaitan dan media menjadi bagian yang penting dalam kehidupan masyarakat, sadar atau tidak sadar bahwa media memiliki pengaruh yang berdampak positif maupun negatif dalam pola dan tingkah laku masyarakat.<sup>63</sup>

#### **b. Proses konvergensi media TV Peduli Parepare**

Gabungan media yang telah ada dengan berbagai industri komunikasi dan budaya untuk memudahkan manusia dalam proses komunikasi. Konvergensi mengarah pada bentuk media campuran.

Berdasarkan hasil penelitian bahwa ada beberapa program yang disiarkan di TV Peduli Parepare secara bersama-sama melalui TV dan Radio dan melalui

---

<sup>63</sup> Husnul Khatimah, “*Posisi Dan Peran Media Dalam Kehidupan Masyarakat*,” *Tasamuh* 16, no. 1 (2018): 119–38, <https://doi.org/10.20414/tasamuh.v16i1.548>.

media sosial. Hal ini menunjukkan bahwa dengan gabungan media elektronik dan media online meningkatkan eksistensi TV Peduli Parepare.

Pada dasarnya media sosial merupakan perkembangan mutakhir dari teknologi-teknologi web baru berbasis internet yang memudahkan semua orang untuk dapat berkomunikasi, beradaptasi, saling berbagi dan membentuk jaringan secara online. Berbeda dengan media massa yang memiliki pengawas media penyiaran yang dikenal dengan sebutan Kemenkominfo yang bertugas mengatur alokasi frekuensi, dan Komisi Penyiaran Indonesia (KPI) dengan berbagai undang-undang yang telah tercantum dalam buku Pedoman Perilaku Penyiaran dan Standar Program Siaran (P3SPS) berfungsi mengawasi hal-hal mengenai penyiaran terutama isi siaran.<sup>64</sup>

Proses konvergensi media TV Peduli Parepare dari radio peduli ke TV Peduli. Jenkins menjelaskan konvergensi media menyatukan unsur 3C yaitu *computing* (memasukkan data melalui komputer), *communication* (komunikasi), dan *content* (materi/isi konten). Media sosial yang menjadi media online TV Peduli Parepare telah membuktikan terjadinya konvergensi sesuai dengan konsep Jenkins diatas. Dimana adanya perpaduan dari *computing*, *communication*, dan *content*.<sup>65</sup>

Dalam unsur *computing*, TV Peduli Parepare telah mengimplementasikan penulisan naskah sebelum melakukan siaran dan menggunakan komputer sebagai proses produksi.

Unsur *comunication* yang terjadi pada komunikasi massa pada umumnya memiliki esensi yang sama yaitu proses penyampaian pesan berupa informasi

---

<sup>64</sup> Marcelina, Muchtar, and Rosyidi, "Mediamorfosis Radar Bandung."

<sup>65</sup> Marcelina, Muchtar, and Rosyidi.

atau berita dari sebuah media massa konvensional kepada khalayak dalam bentuk medium cetak, elektronik maupun media online. TV Peduli dalam koevolusi dari radio ke televisi kemudian di media sosial telah menjadikan terjadinya proses komunikasi dalam siaran.

Unsur ketiga dalam kovergensi digital adalah *content*. Pada berdirinya TV Peduli Parepare, dari radio peduli ke TV Peduli telah melakukan konvergensi digital pada unsur *content* yakni melakukan siaran. Hal ini membuktikan bahwa TV Peduli Parepare telah terkonvergensi.<sup>66</sup>

### **c. Proses Kompleksitas atau Chaos dari Radio Peduli ke TV Peduli Parepare**

Kompleksitas adalah situasi atau kondisi yang memaksa adanya perubahan pada bentuk media tersebut. Tekanan internal dan eksternal selama proses komunikasi ikut mempengaruhi adanya kompleksitas. Kompleksitas ini juga merupakan suatu keadaan yang memunculkan gagasan baru yang mentransformasikan dan menghidupkan sistem-sistem.

Kompleksitas atau chaos atau kekacauan yang terjadi biasanya di dorong atas teknologi mutakhir yang hadir dan berkembang dengan cepat di masyarakat. Sehingga dalam aspek sosial, politik dan ekonomi dirasa pengadopsian terhadap teknologi tersebut harus dilakukan oleh sebuah industri, tidak terkecuali industri media massa.

Berdasarkan penelitian bahwa khalayak dapat memilih mau mendapatkan informasi TV Peduli melalui media siaran radio, televisi atau media online dalam

media sosial seperti facebook, instagram dan youtube. Meskipun radio semakin terdesak dengan televisi namun masih memiliki banyak penggemar tantangannya tidak kalah dari yang dihadapi oleh media cetak. Hal inilah yang menjadi kompleksitas, adanya perubahan sehingga Radio Peduli berganti menjadi TV Peduli tapi tidak menghilangkan media siaran radio. Hal ini dibuktikan bahwa meskipun di era gempuran media online, media siaran radio juga masih memiliki pendengarnya.

Media memiliki karakteristik yang berbeda sehingga baik media cetak ataupun siaran sangat dibutuhkan sebagai sarana komunikasi massa. Perkembangan media massa tentu saja mengalami pasang surut, namun para pengelola media tidak tinggal diam ketika media yang dikelola mengalami penurunan peminat, sehingga hal ini lah yang menjadi kompleksitas pada media karena semakin berkembangnya suatu teknologi dan kemampuan manusia menciptakan inovasi untuk berkomunikasi.

Berdasarkan hasil penelitian bahwa mediamorfosis memiliki pengaruh yang besar dalam sosial media dibandingkan dengan menonton TV konvensional dan cara mempertahankan eksistensinya di era digital yaitu tetap mempertahankan postingan siaran-siaran TV Peduli di sosial media.

Kebutuhan setiap masyarakat pada berbagai media berbeda-beda sehingga media memiliki posisi yang berbeda pula di kalangan masyarakat sehingga kompleksitas terjadi untuk melakukan perubahan sesuai kebutuhan khalayak.

Menurut Manhiem generasi adalah suatu konstruksi sosial dimana didalamnya terdapat sekelompok orang yang memiliki kesamaan umur dalam

pengalaman historis yang sama. Manhiem juga menjelaskan individu yang menjadi bagian dari suatu generasi adalah mereka yang memiliki kesamaan tahun lahir dalam rentang waktu 20 tahun dan berada dalam dimensi sosial dan dimensi sejarah yang sama. Definisi tersebut secara spesifik juga dikembangkan oleh Ryde yang mengatakan bahwa generasi adalah agregat dari sekelompok individu yang mengalami peristiwa-peristiwa yang sama dalam kurun waktu yang sama juga.<sup>67</sup>

Neil Howe dan William Strauss menjelaskan mengenai perbedaan generasi yang mengatakan bahwa pertama kali membagi setiap generasi dengan persamaan yang telah disebutkan sebelumnya. Pembagian ini juga banyak diikuti oleh penulis lain sehingga menciptakan label yang cukup berbeda satu sama lain meskipun dengan inisiasi yang relatif dan sama. Hal inilah yang membuat peneliti meneliti tentang perbedaan generasi X dan generasi Z dalam mengakses informasi di TV Peduli Parepare dan hasilnya memang terdapat perbedaan dari segi penggunaan media dan program acara.

Generasi X sendiri merupakan generasi yang lahir antara tahun 1960 hingga tahun 1980. Generasi ini mengenal gawai dan teknologi di masa perkembangan awal. Selain itu, generasi X dianggap mampu beradaptasi dengan keadaan, serta memiliki keinginan untuk tetap mengikuti perkembangan demi mencapai kualitas hidup yang lebih baik. Sedangkan generasi Z, rentang tahun kelahirannya dimulai dari 1995 hingga tahun 2010. Di sisi lain, generasi Z mengenal teknologi secara intuitif.<sup>68</sup>

---

<sup>67</sup> Yunuar Surya Putra, *Theoretical Review : Teori Perbedaan Generasi*, h.124

<sup>68</sup> Admin Lkp2m, “*Studi Kasus Adaptasi Generasi X Dan Generasi Z Terhadap Penggunaan Aplikasi Grab Dan Gojek Di Kota Malang*,” *LoroNG: Media Pengkajian Sosial Budaya* 11, no. 1 (2022): 44–57, <https://doi.org/10.18860/lorong.v11i1.2109>.

Setiap informasi didapatkan bersamaan dengan proses dan juga menciptakan pemahaman yang unik dan berpotensi untuk berkembang seiring paparan teknologi berlangsung.

Berdasarkan hasil penelitian, penulis menemukan bahwa terdapat perbedaan generasi X dan generasi Z dalam mencari dan mendapatkan informasi. Dalam hasil penelitian ditemukan bahwa generasi X lebih cenderung menyukai program berita di televisi pada TV Peduli Parepare karena keterbatasannya atau ketidaktauannya dalam mengakses berita di sosial media sedangkan berbeda dengan generasi z yang menyukai program acara *talkshow* yang diakses di sosial media.

Hal ini terjadi karena kemampuan dan lingkungan generasi Z yang juga mendukung mereka dalam beradaptasi secara alamiah dengan keadaan yang dipenuhi teknologi dan informasi. Tapi dengan perbedaan tersebut tidak menjadi halangan bagi khalayak dalam mengakses informasi karena TV Peduli Parepare menyediakan media baik radio, televisi maupun sosial media yang dapat digunakan khalaya dalam mengakses informasi.

TV Peduli Parepare memudahkan khalayak baik dari generasi X dan generasi Z untuk dapat memilih media yang digunakan. Sekiranya perbedaan dikarenakan rentang generasi yang terpaut cukup jauh sehingga adanya perbedaan cara mengakses informasi di TV Peduli Parepare.

Hal tersebut bisa dikaitkan dengan teori persepsi yang dimana menjelaskan bahwa persepsi masyarakat merupakan pandangan yang diberikan oleh masyarakat (khalayak) dalam menanggapi suatu fenomena yang terjadi di sekitar lingkungan tempat tinggal. Seperti persepsi informan menjelaskan bahwa

terkait adanya TV Peduli Parepare ditampilkan di radio, televisi dan media sosial dapat membuat khalayak memilih dimana mereka ingin mengakses informasi terkait TV Peduli Parepare sesuai kebutuhan khalayak dan transformasi TV Peduli Parepare dari hanya radio Peduli menjadi radio Peduli dan TV Peduli Parepare yang ditampilkan lewat televisi atau media sosial memberikan kesan menarik kepada khalayak agar bisa memilih mengakses TV Peduli Parepare di berbagai media komunikasi.

Proses mediamorfosis TV Peduli memberikan akses yang luas terhadap khalayak baik dari generasi X, Y, ataupun Z. Digitalisasi memicu lahirnya mediamedia berita online di tanah air dan menjadi pemantik terjadinya perubahan tata kelola media yang berbasis konvensional. Bahkan bagian dari konsep mediamorfosis memerlukan waktu untuk merasakan hasilnya.

Mengutip Fidler teknologi media baru selalu membutuhkan waktu lebih lama dari yang diharapkan untuk menjadi sukses komersial. mereka cenderung membutuhkan setidaknya satu generasi manusia (20-30 tahun) untuk maju dari bukti konsep untuk diadopsi secara luas.<sup>69</sup> Proses mediamorfosis Radio Peduli ke TV Peduli memberikan kesan yang menarik kepada khalayak dengan tampilan visual dan target segmentasinya dari anak-anak hingga dewasa dapat menonton dikarenakan memiliki program acara yang sesuai kebutuhan khalayak jadi khalayak sangat mendukung dengan terus adanya mediamorfosis TV Peduli untuk meningkatkan kualitas siaran.

---

<sup>69</sup> Indah Suryawati and Rahmat Edi Irawan, "Transformasi Media Cetak Ke Platform Digital (Analisis Mediamorfosis Harian FAJAR Makassar Ke FAJAR.Co.Id)," *Communication* 13, no. 1 (2022): 1, <https://doi.org/10.36080/comm.v13i1.1674>.

Meskipun demikian, tidak bisa dikatakan bahwa generasi X itu internet sudah berkembang dimasa itu tapi tidak sepopuler sekarang sedangkan generasi Z itu sudah terbiasa menggunakan internet atau penggunaan media sosial sehingga mereka cenderung memanfaatkan internet untuk sumber informasi. Selain perbedaan cara mencari informasi untuk generasi X lebih ke media cetak, elektronik karena mereka cenderung terbiasa dengan informasi yang lebih terstruktur. Akan tetapi, informasi biasanya diproses secara lebih mendalam.



## **BAB V PENUTUP**

### **A. Kesimpulan**

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan tentang persepsi khalayak terkait mediamorfosis TV Peduli Parepare, dapat diambil kesimpulan yakni:

1. Proses mediamorfosis yang dilakukan oleh TV Peduli mencakup tiga proses yaitu koevolusi, konvergensi dan kompleksitas. Secara garis besar dari ketiga aspek atau proses yang terjadi dalam konsep mediamorfosis tersebut, maka dapat disimpulkan TV Peduli telah melakukan segala upaya dalam berbenah diri guna melakukan transformasi media yang berkaitan dengan teknologi berdasarkan konsep mediamorfosis yang digagas oleh Roger Fidler, meskipun dalam relasinya belum begitu sempurna. Pada aspek koevolusi, TV Peduli menggunakan media sosial dan telah berevolusi dari TV kabel menjadi media sosial. Pada aspek konvergensi, TV Peduli telah berkonvergensi melakukan siaran secara hybrid atau bersama-sama antara radio, televisi dan media sosial sehingga pada aspek kompleksitasnya dari adanya TV peduli membuat Radio Peduli terancam akan kehadirannya akan tetapi ternyata itu bukanlah masalah besar karena khalayak dapat memilih media mana yang ingin diakses seperti media siaran radio dan televisi atau media sosial *Facebook, Youtube* dan *Instagram*.
2. Persepsi khalayak di Kec.Soreang tentang mediamorfosis Tv Peduli dapat dilihat dari media yang mereka gunakan. Beberapa persepsi khalayak mengatakan mereka cenderung lebih memilih siaran Tv Peduli

drbandingkan dengan Radio dan media sosial dan beberapa persepsi khalayak juga mengatakan mereka lebih cenderung memilih media online yaitu media sosial untuk mengakses informasi.

## **B. Saran**

Berdasarkan hasil penelitian, pembahasan, dan kesimpulan yang diperoleh maka saran yang diberikan adalah sebagai berikut;

### 1. Bagi TV Peduli Parepare

Berdasarkan hasil penelitian terkait perspektif khalayak terhadap mediamorfosis TV Peduli Parepare agar terus bertahan dalam media massa yang terus berevolusi mengikuti perkembangan zaman, TV Peduli perlu meningkatkan terus dalam segi konten atau manajerialnya.

### 2. Bagi peneliti selanjutnya

Saya menyadari banyak kekurangan dalam penelitian ini akan tetapi saya menyarankan agar dapat lebih mengembangkan penelitian ini dan menggunakan metode lainnya seperti menggunakan metode kuantitatif agar dapat menganalisa seberapa jauh TV Peduli Parepare menyediakan layanan informasi yang diterima khalayak.

## DAFTAR PUSTAKA

*Al-Qur'an Al-Kariem*

- A, Amrihani. *Proses Produksi Siaran Talkshow TV Peduli dalam Meningkatkan Eksistensi TV Peduli Kota Parepare* (Doctoral dissertation, IAIN Parepare). (2020).
- Achmad, Zainal Abidin. Review Buku: *Mediamorphosis: Understanding New Media by Roger Fidler*" h. 71-77 . (2020)
- Adrianto, Bowo. *Persepsi dan Partisipasi Masyarakat Terhadap Pembangunan Prasarana Dasar Permukiman yang Bertumpu Pada Swadaya Masyarakat di Kota Magelang* (Tesis. Semarang: Pasca Sarjana PWK UNDIP. (2006).
- Andri Feryanto dan Endang Shyta Triana. *Pengantar Manajemen* (Kebumen: Mediatara. (2015).
- Effendy, Uchjana, Onong. *Ilmu Komunikasi Teori dan Praktek*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya. (2013).
- Fidler, Roger. *Mediamorphosis Understanding New Media*. ( California, Aseage Publication Company. (1997)
- Itqiya, Filza. “*Pengaruh Motif Penggunaan Media Terhadap Kepuasan Pengguna Video Dan Foto Di Intagram AA GYM*”. Skripsi Sarjana ; Fakultas Ilmu Dakwah Dan Ilmu komunikasi:Jakarta. (2018)
- Kandau, Mulia Rahma. Munawaroh “ *PENGGUNA MEDIA SOSIAL DAN DIFFERENTITATION PRODUK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA ERNIDIMSUN DI MEDAN JOHOR* “ ( Manejemen, Universitas Muslim Nusantara Al-Washliyah Medan.). (2023).
- Khatimah, “Posisi Dan Peran Media Dalam Kehidupan Masyarakat.
- Kurniawan, D & Saifuddin, M. *ADakwah Menurut M. Ouraish Shihab Kajian Surat Ali-imran Ayat 104 Dan Surat An-nahl Ayat 125 Dalam Tafsir Al-misbah* (Doctoral dissertation, Universitas Muhammadiyah Surakarta).h. 10 (2022).
- Lkp2m, “Studi Kasus Adaptasi Generasi X Dan Generasi Z Terhadap Penggunaan Aplikasi Grab Dan Gojek Di Kota Malang.”
- M, Balais. *MEDIAMORFOSIS DI ERA DIGITAL (Studi Kasus Faiar Sumatera Provinsi Lampung)* (Doctoral dissertation, Universitas Lampung. (2021).
- Malau, R. Khalayak Media Baru. *Jurnal The Messenger*. 3(1). (2011).

- Media, Understanding New. California, A Sage Publication Company. (1997)
- Morissan. *Teori Komunikasi Individu Hingga massa*. Jakarta: kencana. (2013).
- Nugroho, A. *Mediamorfosis Tv One Pada Era Media Baru Paling Sempurna Dan Mempunyai Efek Atau Pengaruh Yang Besar Terhadap Khalayak Baru Yang Menghadirkan Media Digital Dan Internet*. Pengelola Indust. *Jurnal Ilmiah Komunikasi*, 3(1) (2019).
- Puspita, R. *Mediamorfosis Surat Kabar Ke Surat Kabar Online (Studi Kasus Republika Online)*. *Jurnal Komunikasi, Masyarakat dan Keamanan*, 1(1) (2019).
- Putra, Yunuar Surya. *Theoretical Review : Teori Perbedaan Generasi*.
- Ra, Hafied Canga. *Pengantar Ilmu Komunikasi*. Jakarta Rajawali Pers. (2007)
- Sakti, S. *Strategi Portal Berita Tribun-Timur. com Dalam Menyajikan Informasi Kepada Khalayak*. (2014).
- Sulvinajayanti, *Manajemen dan Konvergensi Media Penyiaran*, (Makassar : Aksara Timur, 2018)
- Suryawati and Irawan. *Transformasi Media Cetak Ke Platform Digital (Analisis Mediamorfosis Harian FAJAR Makassar Ke FAJAR.Co.Id)*.”
- Suskarwati, Sri Ulya. *Radiomorfosis: Transformasi Radio dalam Komunikasi dan Bisnis*. Tangerang, Indigo Media. (2021)

**LAMPIRAN-LAMPIRAN**





**KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA INSTITUT  
AGAMA ISLAM NEGERI PAREPARE FAKULTAS  
USHULUDDIN ADAB DAN DAKWAH  
Jl. Amal Bakti No. 8 Soreang 91131 Telp. (0421) 21307**

**VALIDASI INSTRUMEN PENELITIAN**

**PENULISAN SKRIPSI**

NAMA MAHASISWA : NUR RESKIANI HALIM  
NIM : 19.3100.051  
FAKULTAS : USHULUDDIN ADAB DAN DAKWAH  
PRODI : KOMUNIKASI DAN PENYIARAN ISLAM  
JUDUL : PERSPEKTIF KHALAYAK TERHADAP  
MEDIAMORFOSIS TV PEDULI PAREPARE

### **PEDOMAN WAWANCARA**

#### **Pertanyaan untuk Kru/ bersangkutan TV Peduli Parepare**

1. Bagaimana sejarah TV Peduli Parepare
2. Bagaimana proses mediamorfosis TV Peduli Parepare
3. Apa-apa saja jenis isi siaran yang disiarkan pada TV Peduli
4. Media apa saja yang digunakan untuk menunjang siaran
5. Apakah sosial media berpengaruh dalam keberlangsungan mediamorfosis
6. Bagaimana proses koevolusi pada TV Peduli Parepare
7. Bagaimana proses konvergensi pada TV Peduli Parepare
8. Bagaimana proses kompleksitas pada TV Peduli Parepare

9. Bagaimana cara mempertahankan eksistensi TV Peduli di era digital

10. Siapa target segmentasi pendengar TV Peduli

**Pertanyaan untuk khalayak**

1. Apakah Anda sering menonton TV Peduli Parepare?

2. Media apa yang Anda menonton TV Peduli Parepare?

3. Jenis konten siaran apa yang sering Anda tonton di TV Peduli Parepare?

4. Jenis konten siaran TV Peduli parepare memudahkan Anda mencari informasi terkait Parepare?

5. Bagaimana cara Anda mengakse informasi di TV Peduli Parepare?



## DOKUMENTASI





### SURAT KETERANGAN WAWANCARA

Yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Rusman  
Umur : 24 Tahun  
Jenis Kelamin : laki-laki  
Pekerjaan : wiraswasta  
Pendidikan Terakhir : SMA

Menerangkan bahwa benar telah memberikan keterangan wawancara kepada saudari Nureskiani Halim, yang sedang melakukan penelitian dengan judul **"Perspektif Khalayak Terhadap Mediamorfosis TV Peduli Parepare"**

Demikian surat ini digunakan sebagaimana meskinnya



Parepare, 4 Juli 2024

*Rusman*

Rusman.....

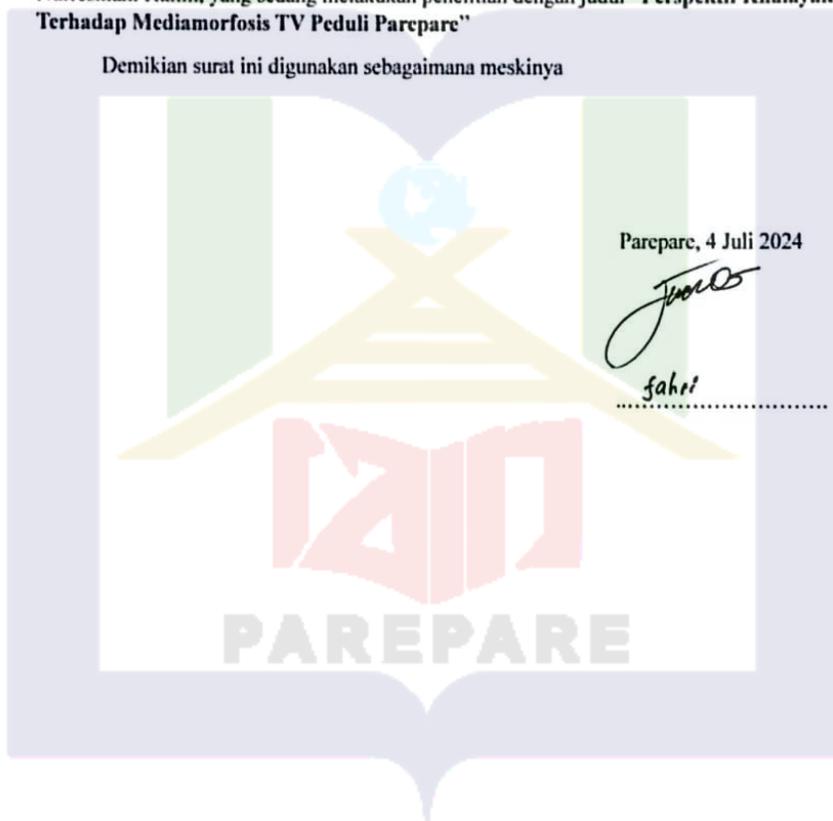
### SURAT KETERANGAN WAWANCARA

Yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Fahri  
Umur : 38  
Jenis Kelamin : Laki-Laki  
Pekerjaan : Managemen kantor Distominfo  
Pendidikan Terakhir : S1

Menerangkan bahwa benar telah memberikan keterangan wawancara kepada saudari Nurreskiani Halim, yang sedang melakukan penelitian dengan judul "Perspektif Khalayak Terhadap Mediamorfosis TV Peduli Parepare"

Demikian surat ini digunakan sebagaimana meskinnya



### SURAT KETERANGAN WAWANCARA

Yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Sukma  
Umur : 35  
Jenis Kelamin : Perempuan  
Pekerjaan : Manajemen kantor Diskominfo  
Pendidikan Terakhir : S1

Menerangkan bahwa benar telah memberikan keterangan wawancara kepada saudari Nureskiani Halim, yang sedang melakukan penelitian dengan judul **"Perspektif Khalayak Terhadap Mediamorfosis TV Peduli Parepare"**

Demikian surat ini digunakan sebagaimana meskinnya



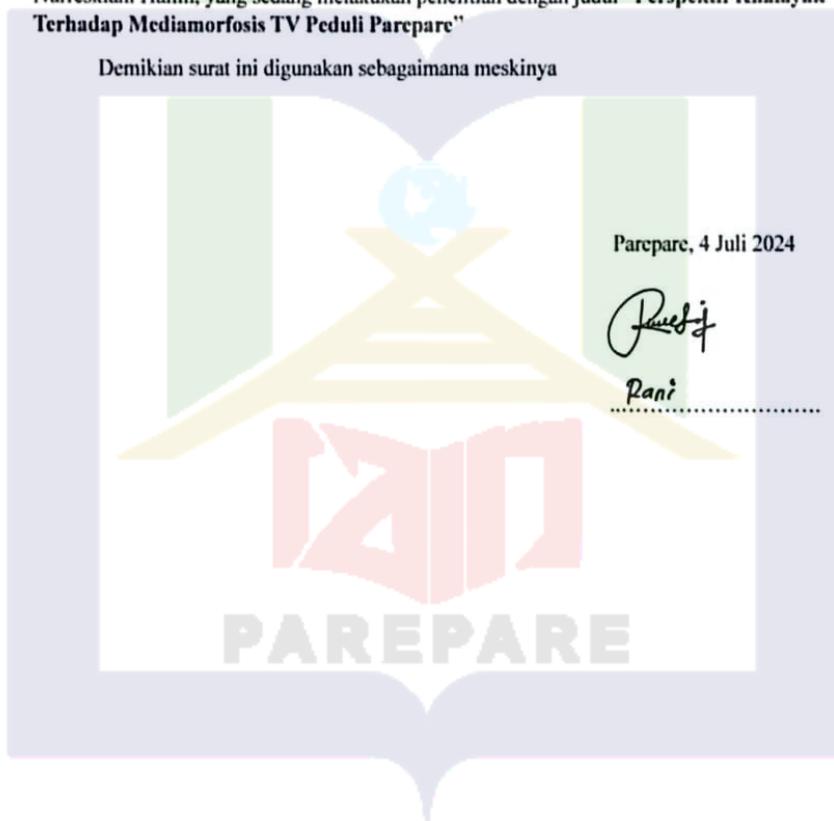
**SURAT KETERANGAN WAWANCARA**

Yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : *Pani*  
Umur : *22 Thn*  
Jenis Kelamin : *Perempuan*  
Pekerjaan : *Mahasiswa*  
Pendidikan Terakhir : *SMA*

Menerangkan bahwa benar telah memberikan keterangan wawancara kepada saudari Nurreskiani Halim, yang sedang melakukan penelitian dengan judul **"Perspektif Khalayak Terhadap Mediamorfosis TV Peduli Parepare"**

Demikian surat ini digunakan sebagaimana meskinnya



Parepare, 4 Juli 2024

*Pani*

*Pani*

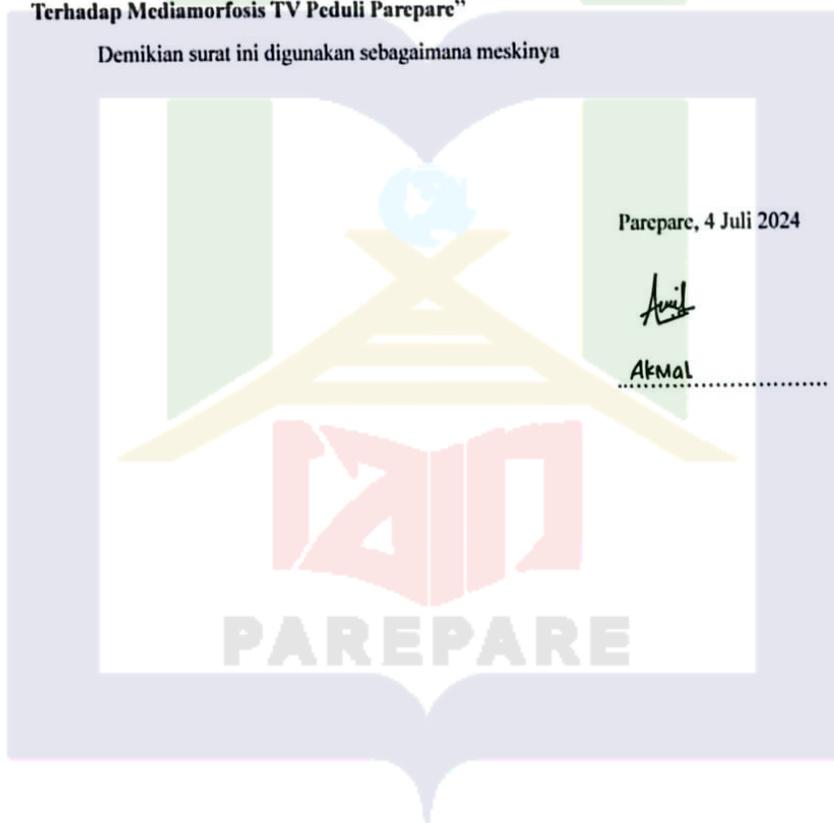
**SURAT KETERANGAN WAWANCARA**

Yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Akmal  
Umur : 22 Tahun  
Jenis Kelamin : laki-laki  
Pekerjaan : Mahasiswa  
Pendidikan Terakhir : SMA

Menerangkan bahwa benar telah memberikan keterangan wawancara kepada saudari Nurreskiani Halim, yang sedang melakukan penelitian dengan judul **"Perspektif Khalayak Terhadap Mediamorfosis TV Peduli Parepare"**

Demikian surat ini digunakan sebagaimana meskinnya



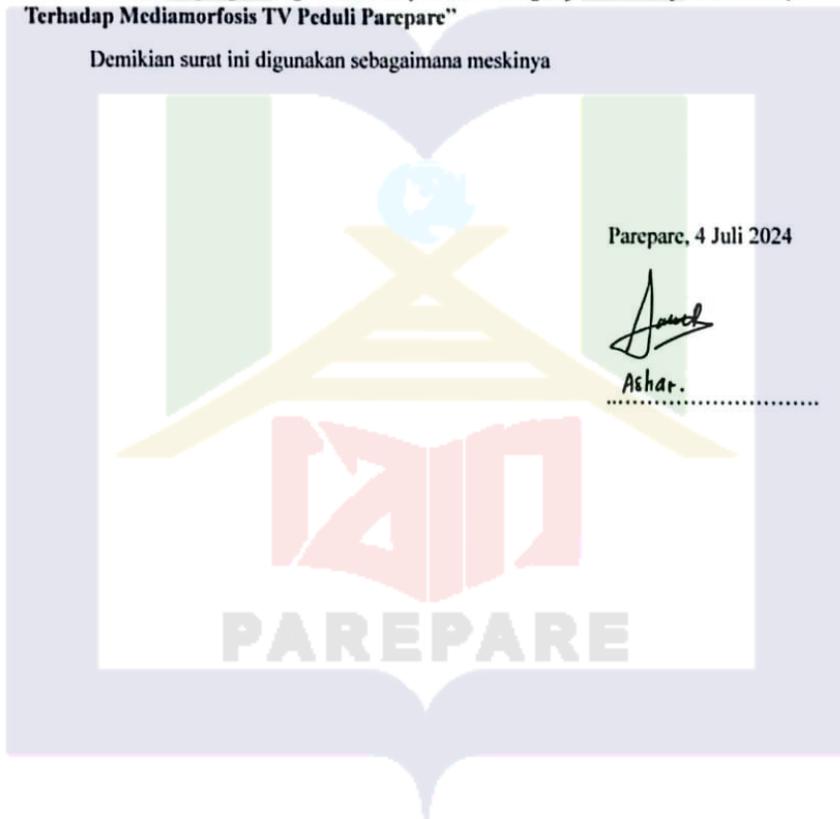
**SURAT KETERANGAN WAWANCARA**

Yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Ashar  
Umur : 22 Tahun  
Jenis Kelamin : laki-laki  
Pekerjaan : Mahasiswa  
Pendidikan Terakhir : SMA

Menerangkan bahwa benar telah memberikan keterangan wawancara kepada saudari Nureskiani Halim, yang sedang melakukan penelitian dengan judul **"Perspektif Khalayak Terhadap Mediamorfosis TV Peduli Parepare"**

Demikian surat ini digunakan sebagaimana meskinnya



Parepare, 4 Juli 2024

*Ashar*  
Ashar.

### SURAT KETERANGAN WAWANCARA

Yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Hamida  
Umur : 60 Tahun  
Jenis Kelamin : perempuan  
Pekerjaan : penjual Nasi kuning  
Pendidikan Terakhir : SMP.

Menerangkan bahwa benar telah memberikan keterangan wawancara kepada saudari Nureskiani Halim, yang sedang melakukan penelitian dengan judul "Perspektif Khalayak Terhadap Mediamorfosis TV Peduli Parepare"

Demikian surat ini digunakan sebagaimana meskinnya



### SURAT KETERANGAN WAWANCARA

Yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Suhartini  
Umur : 48 Tahun  
Jenis Kelamin : ~~wanita~~ perempuan  
Pekerjaan : wirausaha  
Pendidikan Terakhir : SMA

Menerangkan bahwa benar telah memberikan keterangan wawancara kepada saudari Nureskiani Halim, yang sedang melakukan penelitian dengan judul "Perspektif Khalayak Terhadap Mediamorfosis TV Peduli Parepare"

Demikian surat ini digunakan sebagaimana meskinnya





KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA  
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI PAREPARE  
FAKULTAS USHULUDDIN, ADAB DAN DAKWAH

Jalan Amal Bakti No. 8 Soreang, Kota Parepare 91132 Telepon (0421) 21307, Fax. (0421) 24404  
PO Box 909 Parepare 91100 website: www.iainpare.ac.id, email: mail@iainpare.ac.id

Nomor: B-426/ln.39/FUAD.03/PP.00.9/02/2024

1 Februari 2024

Hal : Surat Penetapan Pembimbing Skripsi

Kepada Yth. Bapak/Ibu:

1. Dr. A. Nurkidam, M.Hum.
2. Muhammad Ismail, M.Th.I.

Di-  
Tempat

*Assalamualaikum, Wr.Wb.*

Dengan hormat, menindaklanjuti penyusunan skripsi mahasiswa Fakultas Ushuluddin, Adab dan Dakwah IAIN Parepare dibawah ini:

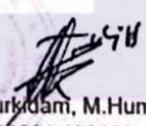
N a m a : NUR RESKIANI HALIM  
NIM : 19.3100.051  
Program Studi : Komunikasi dan Penyiaran Islam  
Judul Skripsi : SURVEI KHALAYAK TERHADAP  
MEDIAMORFOSIS TV PEDULI DI KECAMATAN  
SOREANG KOTA PAREPARE

Bersama ini kami menetapkan Bapak/Ibu untuk menjadi pembimbing skripsi pada mahasiswa yang bersangkutan.

Demikian Surat Penetapan ini disampaikan untuk dapat dilaksanakan dengan penuh rasa tanggung jawab. Kepada bapak/ibu di ucapkan terima kasih

*Wassalamu Alaikum Wr.Wb*

Dekan,

  
Dr. A. Nurkidam, M.Hum.  
(NIP.19641231 199203 1 045)


SRN IP000550

**PEMERINTAH KOTA PAREPARE**  
**DINAS PENANAMAN MODAL DAN PELAYANAN TERPADU SATU PINTU**  
*Jl. Bandar Madani No. 1 Telp (0421) 23594 Faksimile (0421) 27719 Kode Pos 91111. Email : dpmptsp@pareparekota.go.id*

---

**REKOMENDASI PENELITIAN**  
**Nomor : 550/IP/DPM-PTSP/7/2024**

Dasar : 1. Undang-Undang Nomor 18 Tahun 2002 tentang Sistem Nasional Penelitian, Pengembangan, dan Penerapan Ilmu Pengetahuan dan Teknologi.  
 2. Peraturan Menteri Dalam Negeri Republik Indonesia Nomor 64 Tahun 2011 tentang Pedoman Penerbitan Rekomendasi Penelitian.  
 3. Peraturan Walikota Parepare No. 23 Tahun 2022 Tentang Pendelegasian Wewenang Pelayanan Perizinan dan Non Perizinan Kepada Kepala Dinas Penanaman Modal dan Pelayanan Terpadu Satu Pintu.

Setelah memperhatikan hal tersebut, maka Kepala Dinas Penanaman Modal dan Pelayanan Terpadu Satu Pintu :

**M E N G I Z I N K A N**

KEPADA  
 NAMA : **NUR REZKIANI H**

UNIVERSITAS/ LEMBAGA : **INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI (IAIN) PAREPARE**  
 Jurusan : **KOMUNIKASI DAN PENYIARAN ISLAM**  
 ALAMAT : **JL. PATTIMURA, KEC. WATANG SAWITTO, KAB. PINRANG**  
 UNTUK : melaksanakan Penelitian/wawancara dalam Kota Parepare dengan keterangan sebagai berikut :

JUDUL PENELITIAN : **PERSEPSI KHALAYAK TERHADAP MEDIAMORFOSIS TV PEDULI DI KEC. SOREANG KOTA PAREPARE**

LOKASI PENELITIAN : **DINAS KOMUNIKASI DAN INFORMATIKA KOTA PAREPARE (TV PERDULI KOTA PAREPARE)**

LAMA PENELITIAN : **19 Juni 2024 s.d 19 Juli 2024**

a. Rekomendasi Penelitian berlaku selama penelitian berlangsung  
 b. Rekomendasi ini dapat dicabut apabila terbukti melakukan pelanggaran sesuai ketentuan perundang - undangan

Dikeluarkan di: **Parepare**  
 Pada Tanggal : **24 Juni 2024**

**KEPALA DINAS PENANAMAN MODAL DAN PELAYANAN TERPADU SATU PINTU KOTA PAREPARE**



**Hj. ST. RAHMAH AMIR, ST, MM**

Pembina Tk. 1 (IV/b)

NIP. 19741013 200604 2 019

**Biaya : Rp. 0.00**

- UJ ITP No. 11 Tahun 2008 Pasal 5 Ayat 1
- Informasi Elektronik dan/atau Dokumen Elektronik dan/atau hasil cetaknya merupakan alat bukti hukum yang sah
- Dokumen ini telah ditandatangani secara elektronik menggunakan Sertifikat Elektronik yang diterbitkan BSE
- Dokumen ini dapat dibuktikan keasliannya dengan terdaftar di database DPMPTSP Kota Parepare (Scan QRCode)





**KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA  
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI PAREPARE  
FAKULTAS USHULUDDIN, ADAB DAN DAKWAH**

Alamat : Jl. Amal Bakti No. 8, Soreang, Kota Parepare 91132 ☎ (0421) 21307 📠 (0421) 24404  
PO Box 909 Parepare 91110, website : [www.iainpare.ac.id](http://www.iainpare.ac.id) email: [mail.iainpare.ac.id](mailto:mail.iainpare.ac.id)

Nomor : B-2005/ln.39/FUAD.03/PP.00.9/06/2024

27 Juni 2024

Sifat : Biasa

Lampiran : -

H a l : Permohonan Izin Pelaksanaan Penelitian

Yth. Walikota Parepare  
Cq. Kepala Dinas Penanaman Modal dan Pelayanan Terpadu Satu Pintu Parepare  
di  
KOTA PAREPARE

*Assalamu Alaikum Wr. Wb.*

Dengan ini disampaikan bahwa mahasiswa Institut Agama Islam Negeri Parepare :

Nama : NUR RESKIANI HALIM  
Tempat/Tgl. Lahir : PINRANG, 29 Mei 2001  
NIM : 19.3100.051  
Fakultas / Program Studi : Ushuluddin, Adab dan Dakwah / Komunikasi dan Penyiaran Islam  
Semester : X (Sepuluh)  
Alamat : JLN. PATTIMURA KEC. WATANG SAWITTO KAB. PINRANG

Bermaksud akan mengadakan penelitian di wilayah Walikota Parepare dalam rangka penyusunan skripsi yang berjudul :

PERSEPSI KHALAYAK TERHADAP MEDIAMORFOSIS TV PEDULI DI KEC. SOREANG KOTA PAREPARE

Pelaksanaan penelitian ini direncanakan pada tanggal 27 Juni 2024 sampai dengan tanggal 27 Juli 2024.

Demikian permohonan ini disampaikan atas perkenaan dan kerjasamanya diucapkan terima kasih.

*Wassalamu Alaikum Wr. Wb.*

Dekan,



Dr. A. Nurkidam, M.Hum.  
NIP 196412311992031045

Tembusan :

1. Rektor IAIN Parepare



PEMERINTAH DAERAH KOTA PAREPARE  
**DINAS KOMUNIKASI DAN INFORMATIKA**  
Jalan Panorama Nomor 3, Telp. (0421)21512, Fax (0421)26262, Kode Pos 91111  
Email : dinaskominfo@pareparekota.go.id  
Website :www.pareparekota.go.id

### SURAT KETERANGAN

Nomor : 000.9.2/411/ Diskominfo

Yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : **M. ANWAR AMIR, S.STP., M.Si**  
Nip : 197703141995111002  
Pangkat/Gol : Pembina Utama Muda, IV/c  
Jabatan : Kepala Dinas Komunikasi dan Informatika Kota Parepare

Dengan ini menyatakan bahwa :

Nama : **NUR REZKIANI H**  
Jurusan : Komunikasi dan Penyiaran Islam  
Perguruan Tinggi : Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Parepare  
Alamat : Jl. Pattimura Kec. Watang Sawitto Kabupaten Pinrang

Bahwa yang tersebut di atas telah melakukan penelitian pada Dinas Komunikasi dan Informatika Kota Parepare dari tanggal 01 Juli 2024 sampai 31 Juli 2024 dengan judul : "Persepsi khalayak terhadap Mediamorfosis TV Peduli di Kec. Soreang Kota Parepare "

Demikian Surat Keterangan ini dibuat untuk dapat dipergunakan sebagaimana mestinya.

Parepare, 15 Juli 2024

Kepala Dinas Kominfo



*M. Anwar Amir*  
**M. ANWAR AMIR, S.STP, M.Si**  
Pembina Utama Muda (IV/c)  
197703141995111002

PAREPARE

## PAPER NAME

**BISMILLAH ACC.docx**

## WORD COUNT

**15221 Words**

## CHARACTER COUNT

**98485 Characters**

## PAGE COUNT

**107 Pages**

## FILE SIZE

**2.5MB**

## SUBMISSION DATE

**Aug 15, 2024 1:12 PM GMT+7**

## REPORT DATE

**Aug 15, 2024 1:14 PM GMT+7****● 14% Overall Similarity**

The combined total of all matches, including overlapping sources, for each database.

- 14% Internet database
- 2% Publications database
- Crossref database
- Crossref Posted Content database
- 12% Submitted Works database

**● Excluded from Similarity Report**

- Bibliographic material
- Quoted material
- Cited material
- Small Matches (Less than 8 words)



## BIOGRAFI PENULIS



NUR RESKIANI HALIM, lahir pada tanggal 29 Mei 2001 di Pinrang, Sulawesi Selatan. Penulis merupakan anak keempat dari pasangan ABD Halim (La Helleng) dan Ibu Yudaria. Adapun riwayat pendidikan penulis yaitu mulai masuk pada pendidikan formal pada Sekolah Dasar Negeri 247 Pinrang, kemudian melanjutkan ke Sekolah Menengah Pertama (SMP) MTS DDI Pacongan, Kemudian melanjutkan lagi ke SMK Negeri 2 Pinrang. Kemudian melanjutkan pendidikan di Institut Agama Islam Negeri Parepare (IAIN) Parepare dengan jurusan Komunikasi dan Penyiaran Islam. Penulis melaksanakan Praktek pengalaman kerja (PPL) di dinas komunikasi dan informatika Pangkep dan melaksanakan Kuliah Pengabdian Masyarakat (KPM) di Desa Siwolong Polong, Kecamatan Mattirosompe, Kabupaten Pinrang, Provinsi Sulawesi Selatan. Penulis menyusun skripsi ini sebagai salah satu tugas akhir mahasiswa (i) untuk memperoleh gelar sarjana Sosial penulis mengajukan skripsinya dengan judul “Persepsi Khalayak Terhadap Mediamorfosis TV Peduli Kecamatan Soreang Kota Parepare”.

