

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Pada era digital 4.0 saat ini banyak sekali perkembangan yang sangat pesat, dapat dilihat dan dinikmati oleh masyarakat. Khususnya pada perkembangan dalam kemajuan teknologi yang saat ini memudahkan manusia dalam melakukan kegiatan sehari-hari. Jika dahulu manusia hanya bisa berkomunikasi satu arah, dengan kemajuan teknologi kini, komunikasi dapat terjalin dengan mudah dan menghasilkan komunikasi dua arah.

Media massa berperan sebagai sarana komunikasi yang bisa di akses secara umum. Media masa terbagai tiga bagian yakni, media cetak, media elektronik, dan media online. Media massa banyak digunakan dalam kehidupan sehari-hari misalnya seperti surat kabar, radio, buku, majalah, televisi, serta media massa umumnya digunakan dalam bidang informasi, edukasi, dan hiburan. Contohnya pada surat kabar yang menyampaikan informasi ke masyarakat setiap hari guna memberitahu perkembangan keadaan sekitar.

Surat kabar berisikan laporan informasi yang terjadi di lingkungan masyarakat, bersifat aktual mengenai apa saja untuk diketahui oleh pembaca.¹ Dengan kata lain apabila surat kabar melakukan menyebarkan informasi secara luas dan berjumlah banyak ke pembaca.

¹ Effendy. *Ilmu Teori dan Filsafat Komunikasi*, (Bandung: Citra Aditya Bakti, 2003). Hal 241

Dengan adanya perkembangan teknologi yang bermunculan sehingga tidak dapat ditampung lagi maka, media baru di internet seperti sekarang ini mendapatkan informasi tidak hanya didapatkan di surat kabar saja melainkan bisa diperoleh di media online. Informasi berita membuat minat pembaca media cetak seiring perkembangan zaman bergeser ke media online. Pada perkembangan di era digital pada saat ini surat kabar harus dapat mengikuti perkembangan zaman dengan kata lain, surat kabar harus berpindah dari bentuk cetak ke bentuk digital guna mempertahankan minat pembaca.

Dengan munculnya media online sangat membawa dampak besar terhadap perkembangan dunia jurnalistik, semakin beragamnya media yang muncul menjadikan setiap perusahaan media berlomba untuk menjadi yang terbaik di masyarakat. Pengaruh pada perkembangan ini membawa dampak yang positif dan negatif terhadap media *mainstream* yang telah lebih dulu ada. Contohnya pada media cetak, kini surat kabar tertinggal bersaing dengan media online, dapat kita lihat dari jumlah pembacanya setiap hari pembaca berita di media online semakin terus bertambah dan sebaliknya, jumlah pembaca media cetak terus mengalami penurunan, dari sisi finansial media online mulai menguasai pasar dengan banyaknya iklan yang dipasang di media online sehingga berkurangnya permintaan pemasangan iklan pada media cetak.

Masyarakat lebih tertarik mencari informasi ke media online. Sebab, masyarakat sangat mudah membuka segala informasi dengan cepat serta

kebutuhan akan informasi, inilah yang membuat harus lebih selektif dalam memilih media untuk mendapatkan sumber informasi yang dibutuhkan. Surat kabar digital merupakan surat kabar yang mampu diakses melalui media elektronik seperti mobile handphone dan komputer. Sebab, perkembangan teknologi surat kabar yang awalnya berupa wujud cetak kini tidak lagi berwujud cetak melainkan berganti dalam bentuk digital.²

Dengan terjadinya perubahan surat kabar cetak kedalam bentuk surat kabar *e-paper* diperlukan adanya manajemen yang baik untuk pelaksanaan memperoleh sehingga tercapainya tujuan guna bersaing pada media online lainnya. Manajemen komunikasi pada media massa sangat mempengaruhi keberhasilan suatu pemberitaan di surat kabar digital. Manajemen media massa merupakan pengelolaan media dengan prinsip-prinsip manajemennya yang dilakukan dengan perencanaan, perorganisasian, pelaksanaan, dan pengawasan.

Misalnya pada media yang merupakan industri yang sifatnya untuk komersil maupun sosial. Sementara manajemen merupakan cara untuk membangun serta mengelola hubungan baik secara lisan maupun tulisan agar tidak terjadi kesalahan paham, sehingga semua kegiatan yang berhubungan dengan komunikasi dapat berjalan lancar dan baik. Terciptanya hubungan yang baik maka dilihat dari bentuk kerja sama untuk tercapai tujuan bersama.

² Unhamzah, *Koran Digital*. http://p21.unhamzah.ac.id/id/id1/2-3073-2970/Koran-Digital_37920_p2k-unhamzah.html (diakses pada 4 April, pukul 16.49WIB)

Perubahan ini bisa dilihat dari bergantinya konsep manajemen di sesuaikan oleh perkembangan zaman. Perusahaan yang menerapkan manajemen pada bisnisnya dengan menyesuaikan teknologi saat ini, hal ini terjadi juga pada Surat kabar *e-paper* Poskota yang saat ini menekankan manajemen dengan cara memanfaatkan media sosial. Langkah ini di diambil bertujuan untuk meningkatkan keefektifan strategi manajemen agar menarik minat baca lebih banyak menyesuaikan masyarakat yang serba digital saat ini.

Di Indonesia banyak sekali pesaing bisnis dibidang jurnalistik serupa yang di tawarkan juga oleh Poskota, hal ini merupakan suatu tantangan untuk perusahaan di bidang jurnalistik dalam mempertahankan bisnisnya. Maka dengan adanya persaingan bisnis, pihak perusahaan Poskota menerapkan manajemen melalui website resmi Poskota.co.id. Sejauh ini usaha yang telah dilakukan Poskota dalam menerapkan strategi di nilai cukup efektif untuk bertahan di dalam persaingan bisnis.

Terdapat pula struktur media massa karena peran struktur dari media massa ini penting, tanpa adanya struktur media massa, manajemen media massa tidak bisa dilaksanakan dengan baik guna untuk mencapai tujuan perusahaan tersebut. Struktur media massa terdiri dari pimpinan umum, wakil pimpinan umum, pimpinan redaksi, wakil pimpinan redaksi, penasehat redaksi, manager produksi, sekretaris redaksi, redaktur senior, kordinator liputan, redaktur, reporter, staff, dan desain grafis. Dengan

adanya struktur media massa perusahaan dapat menjalankan tujuannya tersebut

Dalam berita yang biasa yang di terbitkan dalam surat kabar sehari-hari cetak maupun *e-paper* pada dasarnya memiliki isi dan tujuan yang sama yakni memberikan informasi untuk pembaca. Berita merupakan isi laporan peristiwa mengenai fakta atau ide terbaru yang menarik, benar, dan penting untuk sebagian masyarakat. Seperti pada surat kabar Poskota yang menyajiikan laporan berita yang faktual dan patut di ketahui oleh masyarakat. Surat kabar Poskota terbit enam hari selama seminggu, penyajian tulisanya berbentuk Indepth, spot dan reportase, dan menggunakan bahasa Indonesia.

Sesuai dengan sasaran dan tujuan pembaca surat kabar Pokota yaitu dari kalangan menengah dan menengah kebawah. Apabila menerapkan struktur perusahaan yang baik dan menggunakan strategi manajemen komunikasi maka pelaksanaan pemberitaan pada surat kabar digital akan menghasilkan sasaran dan tujuan yang baik.

Menurut survey Nielsen Cusmer & Media View (CMV) 2017 dilakukan di 11 kota besar di Indonesia.

Tabel 1 1 Survei Nielsen Cusmer Survei Nielsen & Media View (CMV) tahun 2017

Tahun 2017		
No	Media	Presentase
1	Televisi	96%
2	Media luar ruang/iklan	53%
3	Internet	44%
4	Radio	37%
5	Surat kabar	7%
6	Majalah/Tabloid	3%

Sumber : <http://e-culture.id/2021/06/01/koran-versus-digital-apa-kabar-nasih-surat-kabar/>

Berdasarkan hasil survey yang telah dilakukan, Televisi masih memimpin sebesar 96%, media luar ruang sebesar 53%, internet sebesar 44%, radio sebesar 37%, surat kabar sebesar 7%, dan majalah sebesar 3%.

³ Dapat disimpulkan oleh penulis maka surat kabar mengalami penurunan secara bertahap Surat kabar *e-paper* menjadi salah satu bentuk produk perusahaan media cetak yang masih bertahan. Surat kabar dalam bentuk *e-paper* ini lebih mudah karena pembaca lebih leluasa mengakses melalui portal berita terbaik mereka.

Selain itu pembaca dapat kembali membaca berita-berita terdahulu yang sudah di unggah di surat kabar *e-paper* Poskota. Penggunaan format cetak yang ditransformasikan ke bentuk surat kabar digital muncul sebagai

³ E-Culture, 2021. Koran versus digital, apa kabar nasib surat kabar. <http://e-culture.id/2021/06/01/koran-versus-digital-apa-kabar-nasih-surat-kabar/>. (diakses pada 2 April 2022, pukul 14.35WIB).

inovasi yang memudahkan pembaca menikmati informasi secara *online* ke portal website Poskota.co.id tanpa harus membeli koran dalam bentuk cetak.

Surat kabar *e-paper* dalam proses menyajikan kebentuk *e-paper* mempunyai proses sebelum terbit yaitu rapat perencanaan, pembuatan surat tugas, arahan tugas reporter, peliputan reporter, pembuatan naskah, proses seleksi dan editing, proses pembuatan dummy, proses cetak koran dan cetak *e-paper* di website Poskota, dan rapat evaluasi.

Dalam menyajikan berita poskota cetak dan digital mempunyai persamaan dalam menerapkan penulisan berita redaksi cetak dan elektronik. Pada penulisan cetak teknik 5W 1H yaitu What (apa), Who (siapa), When (kapan), Why (kenapa), dan How (bagaimana). Sedangkan penulisan surat kabar konvensional dan digital menggunakan penulisan dengan menggunakan berita langsung (*straight news*), teras berita, tubuh, dan penutup. Selanjutnya, teras berita (berita ringan seperti *feature*).

Dengan persaingan di era digital perusahaan-perusahaan media dengan terus membuat berita-berita menarik di surat kabar *e-paper* maka, di menerapkan manajemen agar dapat bersaing dan dapat menarik minat baca di surat kabar *e-paper* Poskota.

Oleh sebab itu, penulis tertarik ingin membahas lebih lanjut dalam penelitian skripsi yang berjudul **“Manajemen Surat Kabar *E- Paper* Poskota di Era Digital”**.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah ditulis di atas maka rumusan masalah pada penelitian ini adalah:

“Bagaimana manajemen surat kabar *e-paper* Poskota di era digital?”

1.3 Tujuan Penelitian

Adapun tujuan dari penulisan penelitian skripsi ini yaitu:

Untuk mengetahui bagaimana manajemen surat kabar *e-paper* Poskota di era digital?

1.4 Manfaat Penelitian

1.4.1 Manfaat Teoritis

Dengan melakukan penelitian ini diharapkan dapat mengetahui bagaimana ilmu perkembangan manajemen surat kabar *e-paper* di era digital dan menambah wawasan yang lebih luas mengenai topik yang dibahas pada penelitian serta menambah referensi dalam hal manajemen surat kabar *e-paper* di era digital.

1.4.2 Manfaat Praktis

Dengan melakukan penelitian ini diharapkan bagaimana dapat menambah referensi bagi para pelaku usaha untuk mempertimbangkan manajemen surat kabar *e-paper* sebagai salah

satu pendukung keberhasilan bisnis serta bertahan dalam persaingan bisnis.

1.5 Sistematika Penulisan

Dalam sistematika penulisan pada penelitian ini penulis akan menggambarkan alur bahasan yang relevan. Pada bagian sebelumnya bab pertama terdapat cover, daftar isi, daftar gambar, dan daftar tabel.

BAB I

PENDAHULUAN.

Pada bab pendahuluan ini penulis membahas mengenai Manajemen surat kabar *e-paper* Poskota di era digital pendahuluan penelitian yang terdiri dari latar belakang masalah, rumusan masalah, tujuan penelitian, kegunaan penelitian dan sistematika penulisan.

BAB II

KAJIAN PUSTAKA

Pada bab ini kajian pustaka penulis akan membahas mengenai teori-teori yang relevan tentang manajemen surat kabar *e-paper* untuk melakukan penelitian ini terdiri dari penelitian terdahulu, kerangka teori, dan kerangka pemikiran.

BAB III

METODOLOGI PENELITIAN.

Pada bab ini metode penelitian membahas tentang metode yang akan digunakan untuk melakukan penelitian. Pada metode penelitian ini menggunakan metode kualitatif maka

di bab ini terdiri dari jenis metode penelitian, penentuan informan, teknik pengumpulan data, teknik pengolahan data dan analisis data, dan lokasi dan jadwal penelitian.

BAB IV PEMBAHASAN

Pada bab pembahasan ini membahas lebih dalam mengenai temuan penelitian yang telah dilakukan peneliti dari studi kepustakaan wawancara, dan dokumentasi.

BAB V PENUTUP

Pada bab penutup ini berisikan kesimpulan dan saran dimana menjelaskan mengenai kesimpulan dari hasil penelitian ini. dan memberikan saran yang nantinya akan bermanfaat bagi pembaca penelitian ini maupun objek penelitian

