

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Penelitian Relevan Terdahulu

Penelitian yang dilakukan penulis merupakan penelitian mengenai Strategi Manajemen Redaksi Koran SINDO dalam Menjaga Eksistensi di Era Digital. Untuk pengembangan dan menambah pengetahuan, penulis melakukan tinjauan pustaka terhadap penelitian terdahulu mengenai Strategi Manajemen Redaksi Koran SINDO dalam Menjaga Eksistensi di Era Digital.

Tabel 2.1 Penelitian terdahulu

No	Nama Peneliti	Judul Penelitian	Tujuan Penelitian	Metode Penelitian	Hasil dan Kesimpulan
1.	- DR. A, Rani Usman - Fakhruddin, M. Pd	STRATEGI PEMBERIT AAN COVID-19 PADA MEDIA CETAK HARIAN	Untuk mengajak masyarakat membaca dan menyebarkan informasi guna membangun bangsa dan Negara Indonesia lebih baik lagi dalam hal memilih berita yang dapat dipercaya	Metode penelitian yang digunakan yakni adalah metode deskriptif dengan menggunakan teknik penelitian lapangan	Hasil penelitian ini didapatkan hasil tentang pemberitaan mengenai virus corona dalam perspektif islam yang disampaikan secara akurat, jujur

		REPUBLIK A (Juni 2022)			dan terbuka kepada masyarakat pembaca Harian Republika.
2.	-Angesti -Sylvi Dhea	STRATEGI PEMBERIT AAN SURAT KABAR DALAM MENGHAD API PERSAING AN DENGAN MEDIA <i>ONLINE</i> (2020)	Untuk mengetahui bagaimana strategi pemberitaan Waspada dalam menghadapi persaingan dengan media <i>online</i>	Penelitian ini menggunakan metode kualitatif.	Hasil penelitian ini mengatakan bahwa terdapat tiga strategi yang diterapkan Harian Waspada menghadapi persaingan media <i>online</i> . Ketiga strategi tersebut adalah strategi pemilihan isu, strategi penulisan, dan strategi perwajahan.
3.	-Dendy Irawan -Juariyah., M.Si.	STRATEGI RADAR JEMBER MEMPERT AHANKAN	Untuk mengetahui strategi harian Radar Jember untuk menjaga minat konsumen pembaca surat kabar di	Penelitian ini menggunakan metode deskriptif kualitatif. Penelitian	Hasil penelitian ini diketahui bahwa harian Radar Jember sudah melakukan berbagai

		EKSISTENSI SEBAGAI MEDIA TERPERCAYA DI KABUPATEN JEMBER (2021)	Kabupaten Jember. Lalu untuk mengetahui strategi harian Radar Jember dalam menjaga eksistensi surat kabar dikalangan masyarakat Kabupaten Jember.	deskriptif kualitatif merupakan penelitian yang berusaha mendeskripsikan dan menginterpretasikan sesuatu.	strategi dalam mempertahankan eksistensi harian Radar Jember sebagai media terpercaya di kalangan masyarakat Kabupaten Jember.
4.	Adrian Rahman	STRATEGI KORAN SINDO MAKASSAR MENGAIT PEMBACA MELALUI PERWAJAHAN HALAMAN SATU (2016)	Mengetahui strategi yang digunakan koran SINDO dalam mengait pembaca melalui konsep perwajahan halaman satu atau <i>layout</i>	Penelitian ini menggunakan metode kualitatif dengan menggunakan kajian analisis deskriptif naratif	Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa strategi perwajahan SINDO Biro Makassar lebih menekankan pada tiga jenis karakter perwajahan <i>news</i> , <i>hatrick</i> , dan <i>lifestyl</i> merancang perwajahan melalui perencanaan matang, melakukan kordinasi dengan

					semua divisi, menyajikan perwajahan yang tidak kaku, menggunakan <i>software</i> yang efektif untuk mendesain tampilan perwajahan.
5.	-Lodowik Nikodemus Kedoh -Mariano Silverio Boli	STRATEGI PEMBERIT AAN HARIAN UMUM FLORES POS SEBAGAI MEDIA INFORMASI DAN EDUKASI DITENGAH KEMAJUAN	Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui strategi pemberitaan Harian Umum Flores Pos di tengah kemajuan teknologi pemberitaan <i>online</i> , serta perannya sebagai media informasi dan edukasi bagi masyarakat Nusa Tenggara Timur	Penelitian ini menggunakan metode deskriptif kualitatif, metode ini dipilih karena nantinya penelitian ini mencoba untuk mendeskripsikan berbagai hasil penelitian	Strategi pemberitaan yang diterapkan oleh Harian Flores Pos adalah tetap berpegang teguh pada fungsi-fungsi pers dan tanggung jawab sosial dari lembaga pers. Proses produksi berita dilakukan melalui tahapan yang akurat mulai

		TEKNOLOGI PEMBERITAAN ONLINE (2021)		dari meliputi sampai pada mencetak.
--	--	--	--	-------------------------------------

Setelah penulis melakukan tinjauan terhadap penelitian terdahulu, penulis mendapatkan beberapa penelitian mengenai Strategi Manajemen Redaksi Koran SINDO dalam Menjaga Eksistensi di Era Digital. Penulis memaparkan penelitian terdahulu dengan tujuan untuk memperoleh referensi untuk perbandingan yang relevan dengan penelitian yang akan dilakukan peneliti. Selain itu bisa dijadikan sebagai acuan sehingga dapat terhindar dari anggapan kesamaan dengan penelitian yang sudah ada sebelumnya. Maka dari itu dalam tinjauan pustaka penulis mencantumkan setidaknya lima penelitian terdahulu sebagai berikut:

- 1) Hasil penelitian Dr. A, Rani Usman dan Fakhruddin, M.Pd

Penelitian pada jurnal Dr. A, Rani Usman dan Fakhruddin, M.Pd yang berjudul strategi pemberitaan Covid -19 pada media cetak Harian Republika. Tujuan dari penelitian ini yaitu untuk mengajak masyarakat membaca dan menyebarkan informasi guna membangun bangsa dan Negara Indonesia lebih baik lagi dalam hal memilih berita yang dapat dipercaya.

Lalu metode yang digunakan pada penelitian ini adalah metode deskriptif dengan menggunakan teknik penelitian lapangan. Sumber data menggunakan sumber data primer dan sekunder, dengan subjek penelitiannya adalah pimpinan redaksi dan wartawan Harian Republika. Hasil dan kesimpulan penelitian ini didapatkan hasil tentang pemberitaan mengenai virus corona dalam perspektif islam yang disampaikan secara akurat, jujur dan terbuka kepada masyarakat pembaca Harian Republika.

2) Hasil penelitian Angesti dan Sylvi Dhea

Penelitian pada jurnal Angesti dan Sylvi Dhea, yang berjudul strategi pemberitaan surat kabar dalam menghadapi persaingan dengan media online. Tujuan dari penelitian ini yaitu Untuk mengetahui bagaimana strategi pemberitaan Harian Waspada dalam menghadapi persaingan dengan media *online*.

Lalu metode yang digunakan penelitian ini menggunakan metode kualitatif. Hasil penelitian ini mengatakan bahwa terdapat tiga strategi yang diterapkan Harian Waspada menghadapi persaingan *media online*. Ketiga strategi tersebut adalah strategi pemilihan isu, strategi penulisan, dan strategi perwajahan.

3) Hasil penelitian Dendy Irawan dan Juariyah., M.Si.

Penelitian pada jurnal Dendy Irawan dan Juariyah., M.Si. yang berjudul strategi Radar Jember mempertahankan eksistensi media terpercaya di Kabupaten Jember. Tujuan dari penelitian ini yaitu untuk mengetahui strategi harian Radar Jember untuk menjaga minat konsumen pembaca surat kabar di

Kabupaten Jember. Lalu untuk mengetahui strategi harian Radar Jember dalam menjaga eksistensi surat kabar dikalangan masyarakat Kabupaten Jember.

Lalu metode yang digunakan penelitian ini menggunakan metode deskriptif kualitatif. Penelitian deskriptif kualitatif merupakan penelitian yang berusaha mendeskripsikan dan menginterpretasikan sesuatu. Hasil dan kesimpulan dari penelitian ini yaitu Hasil penelitian ini diketahui bahwa harian Radar Jember sudah melakukan berbagai strategi dalam mempertahankan eksistensi harian Radar Jember sebagai media terpercaya di kalangan masyarakat Kabupaten Jember.

4) Hasil penelitian dari Adrian Rahman

Penelitian pada jurnal Adrian Rahman yang berjudul Strategi Koran SINDO Makassar Mengait Pembaca Melalui Perwajahan Halaman Satu. Tujuan dari penelitian ini yaitu untuk mengetahui strategi yang digunakan koran SINDO dalam mengait pembaca melalui konsep perwajahan halaman satu atau *layout*.

Metode yang digunakan pada penelitian ini adalah Penelitian ini menggunakan metode kualitatif dengan menggunakan kajian analisis deskriptif naratif. Lalu hasil dan kesimpulan dari penelitian ini yaitu Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa strategi perwajahan SINDO Biro Makassar lebih menekankan pada tiga jenis karakter perwajahan *news*, *hattrick*, dan *lifestyl* merancang perwajahan melalui perencanaan matang, melakukan kordinasi

dengan semua divisi, menyajikan perwajahan yang tidak kaku, menggunakan *software* yang efektif untuk mendesain tampilan perwajahan.

5) Hasil penelitian Lodowik Nikodemus Kedoh dan Mariano Silverio Boli

Penelitian pada jurnal Lodowik Nikodemus Kedoh dan Mariano Silverio Boli yang berjudul Strategi Pemberitaan Harian Umum Flores Pos Sebagai Media Informasi dan Edukasi Ditengah Kemajuan Teknologi Pemberitaan Online. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui strategi pemberitaan Harian Umum Flores Pos di tengah kemajuan teknologi pemberitaan *online*, serta perannya sebagai media informasi dan edukasi bagi masyarakat Nusa Tenggara Timur.

Lalu metode yang digunakan oleh penelitian ini yaitu Penelitian ini menggunakan metode deskriptif kualitatif, metode ini dipilih karena nantinya penelitian ini mencoba untuk mendeskripsikan berbagai hasil penelitian. Hasil dan kesimpulan penelitian ini yaitu Strategi pemberitaan yang diterapkan oleh Harian Flores Pos adalah tetap berpegang teguh pada fungsi-fungsi pers dan tanggung jawab sosial dari lembaga pers. Proses produksi berita dilakukan melalui tahapan yang akurat mulai dari meliput sampai pada mencetak.

Setelah penulis uraikan penelitian terdahulu diatas, perbedaan dominan pada penelitian penulis dari segi gap research yaitu, perbedaan objek yang diteliti, lalu

perbedaan dari jangka Waktu penelitian, perbedaan wilayah tempat penelitian, dan yang terakhir yaitu teori yang dipakai oleh oleh penulis sebelumnya.

2.2 Kajian Kepustakaan

2.2.1 Teori Manajemen Media Massa

Manajemen dapat diartikan sebagai proses yang dilakukan oleh individu atau kelompok yang bekerja untuk mencapai tujuan-tujuan organisasi dengan menggunakan fungsi-fungsi manajemen. Media sendiri dapat diartikan sebagai alat untuk menyampaikan informasi, yang memiliki karakteristik, posisi dan peran yang unik dalam lingkungan, sistem ekonomi, politik, sosial, serta perkembangan teknologi yang mempengaruhi media dan manajemennya.

Teori manajemen media massa yang dikemukakan oleh Henry Fayol pada tahun 1916 menyatakan bahwa manajemen adalah prosesi yang meliputi kegiatan perencanaan, pengorganisasian, pengarahan sumber daya manusia (SDM) dan pengendalian untuk mencapai tujuan yang ditentukan.⁹

Dalam manajemen media massa teori yang dikemukakan oleh Henry Fayol menekankan pentingnya perencanaan yang matang dalam mengolah sebuah media massa. Pemimpin redaksi media massa harus memahami kebutuhan audiens dan menentukan strategi yang tepat untuk mencapai tujuan media massa yang dikelola. Selain itu juga pemimpin redaksi harus memahami karakteristik dari medianya sendiri, seperti kapasitas, kecepatan, dan biaya.

⁹ Fayol, Henry. 2010. Manajemen Public Relations. Jakarta: PT. Elex Media.

Manajemen media massa juga memiliki beberapa fungsi, sebagaimana yang sudah dijelaskan sebelumnya. Fungsi-fungsi manajemen itulah yang merupakan elemen dasar yang mengikuti dan juga melekat di dalam proses manajemen yang ada. Fungsi manajemen menurut Henry Fayol terdiri atas, sebagai berikut:

POAC adalah singkatan dari perencanaan, pengorganisasian, pengarahan, koordinasi, dan kontrol. Ini adalah lima prinsip manajemen yang dikemukakan oleh Henry Fayol, seorang teroris manajemen terkenal yang dikenal dengan yang disebut teori Fayol

1) *Planning* (Perencanaan)

Perencanaan merupakan fungsi dasar dari manajemen, karena fungsi-fungsi manajemen lainnya seperti pengorganisasian, pengarahan, pengkoordinasian dan pengendalian harus didasarkan pada perencanaan yang telah dilakukan. Proses perencanaan merupakan suatu proses yang selalu berubah sesuai dengan situasi dan kondisi yang ada pada saat itu.

Dapat dipahami perencanaan adalah proses membuat perencanaan yang matang untuk mencapai tujuan yang telah ditetapkan. Perencanaan dapat dimaknakan sebagai salah satu prinsip manajemen yang paling penting, karena dengan perencanaan yang matang, perusahaan media massa dapat mencapai tujuan yang telah ditetapkan dengan lebih mudah.

2) *Organizing* (pengorganisasian)

Menurut Henry Fayol, organisasi harus memiliki pemusatan wewenang pada level pimpinan dan pemisahan antara fungsi pimpinan dan fungsi teknis. Prinsip-prinsip

pengorganisasian yang dikemukakan oleh Henry Fayol meliputi pembagian tugas, kesatuan pengarahan, sentralisasi, dan struktur jenjang organisasi.

Jadi memang pengorganisasian adalah proses untuk menentukan struktur organisasi yang akan digunakan dalam mengelola perusahaan media massa. Pengorganisasian merupakan prinsip manajemen yang penting, karena dengan pengorganisasian yang tepat, perusahaan dapat mengelola sumber daya dengan lebih efektif.

3) *Comannding* (pengarahan)

Menurut teori Henry Fayol, fungsi manajemen dalam proses pengarahan adalah memberikan arahan kepada sumber daya manusia (SDM) agar dapat menyelesaikan tugas dengan baik. Ini dilakukan dengan memberikan instruksi dan pengawasan agar pegawai dapat melakukan tugasnya dengan efektif dan efisien.

Pada fungsi pengarahan, manajer memainkan peran penting dalam memberikan motivasi dan arahan kepada karyawan agar bekerja sesuai dengan tujuan organisasi. Pengarahan merupakan prinsip manajemen yang penting karena dengan pengarahan yang tepat, perusahaan dapat mencapai tujuan yang telah ditetapkan dengan lebih efektif dan efisien.

4) *Coordinating* (pengkoordinasian)

Menurut Henry Fayol, koordinasi adalah proses mengikat, menyatukan, dan menyalurkan semua kegiatan dalam suatu organisasi untuk mencapai tujuan bersama. Fungsi manajemen ini penting untuk memastikan bahwa semua departemen dan

individu bekerjasama dan sesuai dengan rencana yang telah ditetapkan agar tujuan organisasi dapat tercapai efektif dan efisien.

Dapat disimpulkan bahwa koordinasi adalah proses mengatur kerja tim agar terintegrasi dengan baik. Koordinasi merupakan prinsip manajemen yang penting, karena dengan koordinasi yang tepat, perusahaan media massa dapat mencapai tujuan yang lebih ditetapkan dengan lebih mudah.

5) *Controlling* (pengendalian)

Fungsi manajemen menurut Henry Fayol ini merupakan aktivitas untuk memantau, membuktikan dan memastikan bahwa semua kegiatan yang telah melewati tahapan pada fungsi manajemen sebelumnya berjalan sesuai dengan target dan juga sesuai dengan standar dalam rangka untuk mencapai tujuan organisasi.

Dalam kontroling adalah proses mengukur kinerja organisasi dan membuat perubahan yang diperlukan untuk mencapai tujuan yang telah ditetapkan. Kontrol merupakan prinsip manajemen media massa yang penting, karena dengan kontrol yang tepat, perusahaan dapat mencapai tujuan yang telah ditetapkan dengan lebih mudah.

6) Evaluasi

Konsep evaluasi tentang Manajemen redaksi merupakan proses pengelolaan dan pengaturan berbagai aspek yang terkait dengan pageditan, produksi, dan publikasi sebuah media massa seperti majalah, surat kabar, atau situs web berita. Evaluasi manajemen redaksi bertujuan untuk mengukur kinerja redaksi dalam mencapai tujuan dan visi media massa serta memastikan bahwa proses pageditan dan publikasi berjalan dengan baik dan sesuai dengan standar yang telah ditetapkan.

Secara keseluruhan, POACE adalah lima prinsip manajemen yang dikemukakan oleh Henry Fayol dan merupakan dasar dari teori Fayol. Prinsip-prinsip ini menekankan pentingnya perencanaan, pengorganisasian, pengarahan, koordinasi, dan kontrol dalam mengelola sebuah perusahaan.

Dalam hal teori manajemen Henry Fayol sangat penting dalam manajemen redaksi koran terkhusus untuk Koran SINDO karena membantu mengatasi masalah-masalah yang sering dihadapi oleh redaksi. Berikut adalah beberapa prinsip Fayol yang menjadi korelasi pada penelitian ini dan bagaimana mereka diterapkan dalam manajemen redaksi koran:

- 1) Pembagian kerja: Prinsip ini menekankan bahwa tugas-tugas tertentu harus dibagi dan diberikan kepada individu yang memiliki keahlian tertentu, sehingga tugas dapat dilakukan dengan lebih efisien. Dalam manajemen redaksi koran, tugas seperti penulisan berita, penyuntingan, dan pengalihan dapat dibagi dan diberikan kepada tim yang sesuai.
- 2) Wewenang: Prinsip ini menekankan bahwa setiap individu harus memiliki wewenang yang sesuai untuk melakukan tugasnya. Dalam manajemen redaksi media massa (koran), pemimpin redaksi harus memiliki wewenang untuk mengambil keputusan dan memimpin tim, sementara anggota tim harus memiliki wewenang untuk menjalankan tugas mereka.
- 3) Kesatuan perintah: pada prinsip ini menekankan bahwa setiap individu harus memiliki hanya satu atasan yang memberikan perintah dan mengawasi tugas mereka. Dalam manajemen redaksi koran, hal ini memastikan bahwa setiap

anggota tim memiliki satu pemimpin redaksi yang bertanggung jawab atas tugas mereka.

- 4) Kesatuan arah: prinsip ini menekankan bahwa semua tugas harus berorientasi pada tujuan bersama dan kerja tim harus terkoordinasi. Dalam manajemen redaksi koran, hal ini memastikan bahwa semua tugas yang dilakukan oleh tim redaksi memiliki tujuan yang sama, yaitu untuk memproduksi koran yang baik dan berkualitas.

Dengan menerapkan prinsip-prinsip yang dikemukakan oleh Fayol, manajemen redaksi koran terutama pada Koran SINDO dapat memastikan bahwa tugas-tugas redaksi berjalan dengan lebih efisien dan terkoordinasi, yang pada akhirnya dapat meningkatkan kualitas koran yang diproduksi. Maka dari itu penulis menggunakan teori manajemen yang dikemukakan oleh Henry Fayol, karena bisa menjadi landasan untuk memecahkan masalah pada penelitian ini. Pada penjelasan terkait POAC nantinya penulis dapat melakukan pembahasan terkait POAC yang dilakukan oleh Koran SINDO.

2.2.2 Strategi

Strategi merupakan suatu rencana atau tindakan yang digunakan untuk mencapai tujuan atau sasaran tertentu dalam jangka panjang. Dalam manajemen bisnis, strategi sering dipakai untuk menentukan arah yang diinginkan oleh suatu perusahaan serta menentukan bagaimana perusahaan akan mencapai tujuan tersebut.

Menurut Sondang p. Siagian, strategi manajemen bisnis adalah rencana berskala besaryang berorientasi jangkauan masa depan yang jauh serta ditetapkan sedemikian

rupa sehingga memungkinkan organisasi berinteraksi secara efektif dengan lingkungannya dalam kondisi persaingan yang kesemua diarahkan pada *optimalisasi* pencapaian tujuan sebagai sasaran bisnis yang bersangkutan.¹⁰

Dalam hal manajemen media massa, strategi merupakan serangkaian tindakan yang dilakukan oleh sebuah organisasi atau perusahaan untuk mengelola dan mengoptimalkan penggunaan media massa dalam mencapai tujuan komunikasi yang diinginkan. Ini termasuk pemilihan jenis media yang akan digunakan, pembuatan konten yang tepat untuk para penggunanya, serta perencanaan jadwal pemasaran yang efektif. Tujuan dari strategi ini adalah untuk menjangkau target audiens dengan cara yang paling efektif dan efisien, dan meningkatkan kesadaran merek dan reputasi perusahaan media massa itu sendiri.

Perencanaan strategi adalah proses pemilihan tujuan-tujuan dari organisasi, penentuan strategi, kebijaksanaan dan program strategi yang diperlukan untuk mencapai tujuan-tujuan tersebut dan penetapan metode yang diperlukan untuk menjamin bahwa strategi dan kebijaksanaan telah di implementasikan. Kekuatan dan kelemahan merupakan analisis terhadap faktor internal atau lingkungan internal sebuah organisasi. Sedangkan peluang dan ancaman merupakan faktor eksternal atau berada pada lingkungan eksternal organisasi. Kinerja suatu organisasi yang memposisikan diri dalam sistem pemberitaan yang memiliki adatabilitas yang tinggi adalah organisasi

¹⁰ Sondang P. Siagian., Manajemen Strategi (Jakarta:Bumi Aksara, 2007), hal.17

yang mampu mengkombinasikan faktor internal dan eksternal untuk menjadi faktor keberhasilan sebuah organisasi.

Dalam menentukan strategi merupakan tahap penting yang harus ditangani dengan hati-hati dalam setiap program manajemen media massa. Karena jika strategi yang ditetapkan salah, maka usaha yang dilakukan untuk mencapai tujuan dapat gagal, terutama dari waktu, sumber daya, dan tenaga. Strategi juga harus dijaga keahasiannya oleh para perencana komunikasi, terutama dalam manajemen yang mengelola media massa.

Untuk merancang strategi, salah satu metode yang dapat digunakan adalah analisis SWOT. Analisis SWOT merupakan teknik untuk mengevaluasi kekuatan, kelemahan, peluang, ancaman suatu organisasi atau perusahaan. Dengan menggunakan SWOT dapat diketahui faktor-faktor penting yang mempengaruhi kesuksesan perusahaan, sehingga dapat dirancang program yang sesuai atau dengan menganalisis ancaman dan peluang, perusahaan dapat menciptakan tindakan untuk mengatasi ancaman yang mungkin timbul. Analisis SWOT terdiri dari empat faktor, yaitu:

- a) *Strengths* (kekuatan), merupakan kekuatan yang terdapat dalam sebuah organisasi, proyek atau konsep bisnis yang ada. Kekuatan yang di analisis merupakan faktor yang terdapat dalam tubuh organisasi, proyek atau konsep bisnis itu sendiri. Faktor ini adalah aspek positif dari organisasi atau perusahaan, seperti sumber daya yang tersedia, kompetensi karyawan, dan reputasi yang baik. Jika dalam sebuah media massa seperti koran faktor

kekuatan ini seperti kredibilitas, jangkauan distribusi, dan kemampuan untuk menyediakan berita yang terbaru.

- b) *Weakness* (kelemahan), yaitu merupakan kondisi kelemahan yang terdapat dalam organisasi, proyek atau konsep bisnis yang ada. Kelemahan yang dianalisis merupakan faktor yang dapat dalam bagian organisasi. Jadi dapat dipahami dalam faktor kelemahan ini merupakan aspek negatif dari organisasi atau perusahaan, seperti keterbatasan sumber daya, kurangnya kompetensi karyawan, dan reputasi yang buruk. Jika faktor kelemahan pada media massa koran, yaitu seperti terjadinya pergeseran minat pembaca dari cetak ke digital, biaya produksi dan distribusi yang tinggi, dan keterbatasan dalam memberikan informasi multimedia.
- c) *Opportunities* (peluang), yakni kondisi peluang berkembang dimasa datang yang akan terjadi. Kondisi yang terjadi merupakan dari luar organisasi, proyek atau konsep bisnis itu sendiri. Ini salah satu faktor yang dapat dimanfaatkan oleh sebuah perusahaan atau organisasi untuk meningkatkan kinerja, seperti perubahan pasar, teknologi baru, atau perubahan regulasi. Lalu peluang pada media massa koran yaitu untuk memperkuat posisi media cetak, seperti penggunaan teknologi digital untuk memperluas jangkauan dan meningkatkan interaksi dengan pembaca, serta memperluas pasar dengan menargetkan demografis baru.
- d) *Threats* (ancaman) merupakan kondisi yang mengancam dari luar. Ancaman ini dapat mengganggu organisasi, proyek atau bisnis itu sendiri. Faktor yang

terakhir ini adalah resiko yang dihadapi oleh sebuah organisasi atau perusahaan, seperti persaingan yang semakin ketat, perubahan regulasi, atau perubahan pasar. Lalu yang faktor ancaman pada media massa koran yaitu seperti persaingan dari media digital, perubahan dalam perilaku pembaca, dan kebijakan pemerintah yang merugikan media cetak.

Dengan melakukan analisis SWOT, koran dapat menentukan strategi untuk memanfaatkan kekuatannya, memperbaiki kelemahannya, memanfaatkan peluangnya, dan mengatasi ancamannya.

Strategi dalam media massa koran adalah serangkaian tindakan yang direncanakan dan dilakukan untuk mencapai tujuan dan sasaran perusahaan media. Ada beberapa konsep penting dalam strategi media massa koran, yaitu:

- 1) Pemahaman pasar: Pemahaman tentang kebutuhan dan preferensi pembaca merupakan faktor utama dalam menentukan strategi media koran. Ini melibatkan analisis data demografis, perilaku pembaca, dan tren pasar.
- 2) Distribusi dan pemasaran: Distribusi dan pemasaran koran harus dipikirkan secara cermat untuk memastikan bahwa koran tersedia di pasar yang tepat dan dapat ditemukan oleh pembaca yang tepat.
- 3) Konten: Konten harus disesuaikan dengan kebutuhan dan preferensi pembaca. Strategi ini melibatkan pemilihan berita dan artikel yang sesuai, serta menentukan bagaimana konten akan dikemas dan dipresentasikan.

- 4) Ekonomi: Media massa koran harus menentukan bagaimana mereka akan memperoleh pendapatan, seperti melalui iklan atau berlangganan, dan memastikan bahwa model bisnis ini stabil dan membuahkan hasil.
- 5) Teknologi: Penerapan teknologi baru, seperti aplikasi pembacaan berita dan platform digital, harus dipertimbangkan dalam strategi media massa koran untuk memastikan bahwa mereka dapat bersaing dan memenuhi kebutuhan pembaca yang berubah.

Dengan mempertimbangkan konsep-konsep ini, media massa koran dapat memastikan bahwa strategi mereka sesuai dengan tujuan dan sasaran perusahaan, dan membantu mereka mencapai sukses jangka panjang dalam industri media.

Strategi memberikan kesatuan arah bagi semua anggota organisasi. Bila konsep strategi yang dijalankan tidak jelas, maka keputusan yang diambil akan bersifat subyektif atau berdasarkan intuisi belaka dan mengabaikan keputusan yang lain. Dalam pembentukan strategi suatu organisasi, strategi tersebut dipengaruhi oleh unsur-unsur yang berkaitan dengan lingkungan, arah kondisi tujuan dan sasaran yang menjadi dasar budaya tersebut.

2.2.3 Manajemen Redaksi

Totok Djuroto, manajemen adalah proses menginterpretasikan, mengkoordinasikan sumber daya, sumber dana, dan sumber-sumber lainnya untuk

mencapai tujuan dan sasaran melalui tindakan-tindakan perencanaan, pengorganisasian, penggerakan, pengawasan penilaian.¹¹

Henry Fayol menyebutkan fungsi manajemen meliputi *planning*, *organnizing*, *acting*, dan *controlling* (POAC). *Planning* diartikan sebagai penetapan tujuan, penetapan aturan, penyusunan rencana dan sebagainya. *Organizing* meliputi pembentukan bagian-bagian, pembagian tugas, pengelompokan pegawai dan lain-lain. *Acting* terbagi atas melaksanakan tugas, memproduksi, mengemas produk, menjual produk. Selanjutnya *Controlling* meliputi melihat pelaksanaan tugas, menyelidiki produk, mengevaluasi penjualan dan sebagainya.¹²

Maka dari itu dapat dipahami bahwa manajemen adalah proses perencanaan, pengorganisasian, pengarahan, dan pengadiln sumber daya (baik sumber daya manusia maupun sumber daya lainnya) untuk mencapa tujuan yang telah ditetapkan. Manajemen dapat digunakan dalam berbagai bidang, seperti bisnis, teknologi, media massa, dan lain sebagainya. Manajemen juga meliputi berbagai beberapa aspek-aspek seperti perencanaan strategis, pengambilan keputusan, pengarahan sumber daya, pengendalian kinerja, dan pengawasan hasil. Tujuannya adalah untuk mencapai efisiensi, efektivitas, dan kesuksesan dalam mencapai tujuan organisasi pada sebuah media massa koran. Berikut adalah penjabaran dari tiap fungsi manajemen redaksi pada media massa koran:

- 1) *Planning* (Perencanaan)

¹¹ Totok Djuroto, Manajemen Penerbitan Pers (Bandung: Remaja Rosdakarya, 2004), Cet. ke-3, h. 96.

¹² Djuroto, Manajemen Penerbitan Pers, h. 96

Manajemen redaksi harus menetapkan tujuan dan strategi untuk memastikan bahwa publikasi memenuhi standar kualitas dan memenuhi kebutuhan dan harapan pembaca.

Dari definisi di atas, maka dapat disimpulkan bahwa perencanaan ialah kegiatan merencanakan sesuatu untuk mencapai tujuan tertentu. Dengan kata lain, perencanaan mencakup semua kegiatan yang dimulai dari pembahasan ide gagasan awal sampai dengan pelaksanaan proses pencarian berita.

2) *Organizing* (Pengorganisasian)

Manajemen redaksi harus memastikan bahwa sumber daya yang tersedia digunakan dengan efektif dan efisien untuk memastikan bahwa publikasi memenuhi standar kualitas. Pengorganisasian merupakan proses penyusunan struktur organisasi yang sesuai dengan tujuan organisasi, sumber daya yang dimiliki dan lingkungan yang melingkupinya. Dua aspek utama proses penyusunan struktur organisasi adalah departementalisasi dan pembagian kerja. Departementalisasi ialah pengelompokan kegiatan-kegiatan kerja suatu organisasi agar seluruh kegiatan yang sejenis dapat saling berhubungan dan dikerjakan bersama.¹³

Dari definisi di atas, dapat disimpulkan bahwa fungsi pengorganisasian ialah proses kegiatan penyusunan struktur organisasi sesuai dengan tujuan-tujuan, dan sumber-sumber. Hasil dari fungsi pengorganisasian ialah struktur

¹³ Morissan. Media Penyiaran; Strategi Mengelola Radio dan Televisi. Jakarta: PT. Ramdina Prakarsa, 2005.h.142

organisasi. Melalui struktur organisasi tersebutlah para tim redaksi bekerja sesuai posisinya.

3) *Actuating* (Pengarahan)

Pada fungsi pengarahan pada media massa kora Manajemen redaksi harus memastikan bahwa publikasi diproduksi dan diterbitkan tepat waktu dan memenuhi standar kualitas yang tinggi. Fungsi pengarahan berarti fungsi yang dijalankan pada media massa berupa pengarahan seorang pemimpin agar para stafnya bersedia melaksanakan tugas dan memotivasi bawahan, serta menciptakan iklim atau suasana pekerjaan yang kondusif sehingga timbul saling pengertian, kepercayaan yang baik, menumbuhkembangkan disiplin kerja dan rasa saling memiliki.

Dari definisi tersebut, ringkasnya pengarahan adalah komunikasi persuasif untuk memotivasi bawahan agar bersedia bekerja semaksimal mungkin untuk menghasilkan produktivitas dari para bawahan. Fungsi pengarahan sangat penting dalam sebuah organisasi media untuk menciptakan hubungan yang baik antara seorang manajer dengan bawahannya untuk melaksanakan tugas yang sejalan dengan visi dan misi media itu sendiri.

4) *Controlling* (Pengontrolan)

Manajemen redaksi harus memastikan bahwa publikasi dipantau secara terus-menerus untuk memastikan bahwa publikasi memenuhi standar kualitas dan memenuhi kebutuhan dan harapan pembaca.

Fungsi manajemen digunakan untuk menyusun, mengatur dan mengontrol organisasi seefektif dan seefisien mungkin. Bagian redaksional merupakan bagian pemberitaan dan dipimpin oleh seorang Pemimpin Redaksi. Pemimpin redaksi inilah yang bertanggung jawab atas pekerjaan terkait dengan pencarian berita dan pelaporan berita.¹⁴

Sementara itu, Sam Abede Pareno mendefinisikan manajemen redaksional sebagai penerapan fungsi-fungsi manajemen yang dilakukan oleh bidang redaksi melalui tindakan-tindakan perencanaan, pengorganisasian, pergerakan, dan pengawasan dalam pengelolaan materi pemberitaan yang mencakup proses peliputan, penulisan sampai dengan tahap pengditan.¹⁵

Manajemen redaksi pada media massa koran adalah bagian dari organisasi yang bertanggung jawab untuk memastikan publikasi harian memenuhi standar jurnalistik dan memenuhi kebutuhan dan harapan pembaca. Tugas dan tanggung jawab manajemen redaksi meliputi:

- 1) Perencanaan konten: Manajemen redaksi harus memiliki strategi perencanaan konten yang jelas untuk memastikan bahwa publikasi memenuhi harapan pembaca dan mencakup topik penting dan aktual.

¹⁴ Santana K, *Jurnalisme Kontemporer*, h. 188

¹⁵ Sam Abede Pareno, *Manajemen Berita Antara Idealisme dan Realita* (Surabaya: Papyrus, 2000), h.45.

- 2) Assignments: Manajemen redaksi harus memberikan tugas yang jelas kepada reporter dan penulis untuk mengumpulkan dan menulis berita, serta memastikan bahwa tugas tersebut sesuai dengan standar jurnalistik.
- 3) Pengolahan berita: Manajemen redaksi harus memastikan bahwa semua berita yang diterima sesuai dengan standar jurnalistik dan diterjemahkan dengan benar. Ini meliputi verifikasi sumber, fact-checking, dan editing.
- 4) Pemilihan berita: Manajemen redaksi harus memutuskan berita mana yang akan diterbitkan dan dihalaman berapa, serta memastikan bahwa publikasi memenuhi standar pemilihan berita yang adil dan akurat.
- 5) Penyuntingan: Manajemen redaksi harus memastikan bahwa semua berita dalam publikasi diterbitkan setelah disunting dan diedit untuk memastikan bahwa konten berkualitas dan sesuai dengan standar jurnalistik.
- 6) Layouts: Manajemen redaksi harus memastikan bahwa tata letak halaman memenuhi standar dan memastikan bahwa publikasi terlihat indah dan mudah dibaca.
- 7) Review: Sebelum publikasi, manajemen redaksi harus melakukan ulasan akhir untuk memastikan bahwa publikasi memenuhi standar jurnalistik dan memenuhi kebutuhan dan harapan pembaca.

Manajemen redaksi harus bekerjasama dengan tim lain seperti desain grafis, sales, dan pemasaran untuk memastikan bahwa publikasi memenuhi standar kualitas dan memenuhi kebutuhan pembaca. Mereka juga harus berkomunikasi dengan

pembaca melalui surat pembaca dan umpan balik lainnya untuk memastikan bahwa publikasi memenuhi harapan pembaca dan memenuhi standar jurnalistik.

Jadi manajemen redaksi dapat dipahami sebagai proses menginterpretasikan dan mengordinasi pemberitaan mulai dari tahapan-tahapan atau alur kerja redaksi mulai dari proses perencanaan sampai pada proses pendistribusian.

Manajemen redaksi pada media *citizen journalism* sedikit berbeda dengan manajemen redaksi media utama, manajemen keredaksian *citizen journalism* meliputi:¹⁶

1. Memiliki dewan redaksi yang profesional. Dewan redaksi ini meliputi posisi pemimpin umum, pemimpin redaksi, wakil redaksi, redaksi, sekretaris redaksi dan redaktur pelaksana yang membawahi para editor (rubrik-rubrik). Seluruh anggota dalam jajaran dewan redaksi adalah mereka yang andal dalam bidang masing-masing guna menghasilkan *out put* berita-berita yang selalu aktual, terpercaya, akurat, dan enak dibaca oleh siapa saja.

2. Memiliki prosedur tetap peliputan yang mampu mengatur dengan sempurna wilayah-wilayah liputan masing-masing pewarta warga. Hingga kini, masih terkesan masing-masing pewarta warga bekerja dan melakukan liputan sesuai dengan kehendak masing-masing dan belum teratur.

¹⁶ Supadiyanto, Booming Profesi Pewarta Warga, Wartawan&Penulis, h. 47.

Selajutnya, terdapat beberapa hal yang menjadi kebutuhan sistem manajemen liputan ideal pada internal media *citizen journalism* meliputi: 1) menempatkan masing-masing *citizen journalism* disebuah wilayah untuk berkuasa penuh atas wilayah tersebut; 2) menempatkan *citizen journalism* pada pos-pos penting seperti kantor-kantor pemerintahan, lembaga swadaya masyarakat (LSM), partai politik, lembaga-lembaga swasta dan lainnya; 3) media *citizen journalism* tersebut hendaknya menjalin kerjasama yang baik dengan media massa cetak dan elektronik; 4) redaksi media tersebut mulai memikirkan cara profesional untuk memperhatikan kesejahteraan para *citizen journalism* mengingat selama ini mereka tidak memperoleh imbalan atau gaji atas jerih payah mereka; 5) redaksi *citizen journalism* seharusnya membekali para jurnalisnya dengan kartu pengenal, sehingga mereka tidak mengalami kendala ketika melakukan peliputan; 6) pada masa mendatang, bagian redaksi juga harus mengembangkan divisi media dengan membentuk antara lain sekolah jurnalistik (pewartawarga), penerbitan buku atau koran atau majalah dan semacamnya, pusat konsultasi bahasa dan kantor biro-biro media pewartawarga hingga tingkat kelurahan; 7) Dewan redaksi media *citizen journalism* memproyeksikan setiap orang, setiap warga negara Indonesia dengan otomatis menjadi *citizen journalist* yang memiliki kecakapan dalam

melakukan tugas jurnalisme baik berskala lokal hingga berskala internasional.

Pada sebuah manajemen media massa sangat amat penting dalam menghasilkan sebuah produk yang berkualitas dan harus mempertimbangkan beberapa aspek-aspek. Adapun pertimbangan yang dipakai bisa juga bersangkutan aspek pada tulisan ataupun berita itu bernilai atau tidak bernilai, menarik tidaknya bagi pembaca dan juga menjaga ciri khas yang dipakai oleh media itu sendiri. Lalu juga media massa harus memperhatikan bahasa, akurasi, dan kebenaran tulisan di dalam berita tersebut agar tidak terjadi kesalahan dalam mencetak. Produk media yang memiliki format yang jelas memiliki efek langsung dalam kualitas yang ditawarkan oleh sebuah perusahaan. Peran yang signifikan terkait dengan keberhasilan salah satunya ditentukan dari aspek kualitas.¹⁷

Maka dapat dijelaskan bahwa manajemen redaksi adalah sebuah proses perencanaan, pengorganisasian, dan pengendalian aktivitas redaksi dalam sebuah media, termasuk juga didalamnya jurnal, surat kabar atau koran, majalah, televisi, radio, dan online. Ini meliputi aspek-aspek seperti pemilihan berita atau topik yang akan dibahas didalam konten berita tersebut, lalu juga ada pengembangan konten, penentuan jenis konten, pemilihan penulisan, lalu didalamnya ada juga pengelolaan sumber daya redaksi, pengendalian kualitas, dan pengawasan proses produksi. Tujuannya adalah untuk memastikan bahwa konten yang diterbitkan sesuai dengan

¹⁷ Denis, "Media massa makna karakter jenis dan fungsi", ASM Romli, Oktober 27, 2016.

tujuan, nilai, dan visi perusahaan media massa tersebut, serta memenuhi kebutuhan dan harapan bagi para pembacanya.

2.2.4 Media Cetak

Media cetak merupakan media penyampai informasi yang memiliki manfaat dan berkaitan dengan peristiwa dan berhubungan oleh masyarakat luas, yang disampaikan melalui secara tertulis. Media cetak menjadi media yang mendominasi bagi penyebaran informasi. Namun seiring perkembangan teknologi, dominasi industri media cetak ini mulai terancam tergeser. Munculnya internet yang melahirkan pers digital dan multimedia mengubah total industri media massa.

Menurut Dewi Salma Prawiradilaga “*Wawasan Teknologi Pendidikan*” (2012) menyebutkan: ”Media cetak memiliki kekhususan berkaitan dengan pembaca dalam mencerna materi secara linear, mencerna visual menurut ruang, dan gerak pembacanya bersifat pasif. Terdapat ketergantungan terhadap aspek keabsahan, biasanya pesan disusun kembali berdasarkan kepentingan pemakai”.¹⁸

¹⁸ Ivony, “15 Pengertian Media Cetak menurut Para Ahli”, Pakar Komunikasi, Oktober 01, 2022, <https://pakarkomunikasi.com/pengertian-media-cetak-menurut-para-ahli>.

2.2.4.1 Jenis-jenis Media Cetak

a. Surat kabar harian

Sebagai salah satu medium dan industri, surat kabar diletakan pada tepi keseimbangan suatu perubahan signifikan dalam peran dan operasionalnya. Perubahan hubungan antara surat kabar dan pembacanya merupakan bagian pergolakan ini. Ketika kita merasa tidak asing membaca dan mendengarkan komentar seperti ini, CEO perusahaan teknologi Padova “secara pribadi saya percaya bahwa sebagian besar dari kita akan melihat hamper punahnya karya cetak dalam masa hidup kita. Surat kabar dimasa lalu telah berkali-kali menghadapi tantangan yang serupa namun masih tetap bertahan.”.

Surat kabar adalah lembaran tercetak yang memuat laporan yang terjadi di masyarakat dengan ciri-ciri terbit secara periodik, bersifat umum isinya terbaru atau actual, mengenal apa saja di seluruh dunia yang mengandung nilai-nilai untuk diketahui khalayak pembaca. Surat kabar adalah suatu dokumen atau segala hal yang dikatakan orang lain dan rekaman peristiwa yang ditangkap oleh sang jurnalis dan dirubah dalam bentuk kata-kata, gambar, foto, dan sebagainya. Dalam penerbitan surat kabar terdiri dari beberapa divisi yang bertanggung jawab langsung maupun yang tidak langsung terhadap sebuah penerbitan surat kabar, (Khomsahrial, 2016:74/75).

Adapun susunan tim redaksi surat kabar sebagai berikut, penanggung jawab surat kabar yaitu pemimpin dari lembaga penerbit surat kabar. Pemimpin redaksi adalah salah satu tim dari redaksi yang bertugas memimpin rapat redaksi untuk menentukan tema dan topik-topik tulisan Setiap edisi surat kabar. Tim redaksi yaitu terdiri dari beberapa

orang yang bertugas menyeleksi, mengolah, dan menyunting tulisan yang masuk agar cocok untuk dimuat pada surat kabar (dari segi topik dan Panjang tulisan). Tim reporter adalah jurnalis yang bekerja untuk mencari berita di lapangan, mewawancarai seseorang dan membuat tulisan hasil lapangan atau wawancara tersebut. *Lay-outer* ini adalah orang yang bertugas melakukan rata kiri, naskah, gambar, dan bagian-bagian Lainnya di dalam surat kabar. Ilustrator orang membuat gambar ilustrasi untuk melengkapi sebuah naskah (cerita, atau catatan pengalaman, cerpen puisi dan sebagainya). Kontributor tulisan yaitu seseorang yang punya kepandaian menulis, tetapi tidak masuk kedalam struktur organisasi media.

b. Surat Kabar Mingguan

Jenis media cetak ini lebih banyak dikenal dengan sebutan tabloid. Biasanya berita yang diangkat adalah berita hiburan atau juga *in depth news* dengan jenis berita adalah berita news atau tentang sebuah peristiwa.

c. Bulletin

Media cetak ini biasanya dibuat untuk kalangan tertentu atau internal saja. Media ini biasanya hanya terdiri dari beberapa halaman, serta dibuat konsep sederhana. Bulletin juga tidak dibuat untuk kepentingan komersial.

2.2.4.2 Karakteristik Media Cetak

Menurut Ir, Budi Santoso pemimpin umum Harian Suara Merdeka dan ketua umum Serikat Pers (SGP) mengatakan bahwa media cetak mempunyai beberapa

karakteristik yang tidak bisa ditandingi oleh media elektronik seperti televisi dan internet. Beberapa diantaranya yaitu:¹⁹

- a. Membaca merangsang orang untuk berinteraksi dengan aktif berpikir dan mencerna secara reaktif, sehingga lebih berpeluang membuka dialog dengan pembaca atau masyarakat di samping memungkinkan untuk mengulas permasalahan secara lebih mendalam dan spesifik.
- b. Media cetak, baik koran atau majalah relatif lebih jelas siapa masyarakat konsumennya. Sementara media elektronik seringkali sulit mengukur dan mengetahui siapa konsumen mereka.
- c. Kritik sosial yang disampaikan Melalui media cetak akan lebih berbobot atau lebih efektif karena diulas secara lebih mendalam dan bisa menampung sebanyak mungkin opini pengamat serta aspirasi masyarakat pada umumnya.
- d. Media cetak lebih bersifat *fleksibel* mudah dibawa ke mana-mana, bisa disimpan (dikliping), bisa dibaca kapan saja dan tidak terikat.

Dalam hal penyajian iklan, walaupun media cetak dalam banyak hal kalah menarik dan lebih alternatif dibanding media elektronik namun di segi lain bisa disampaikan secara lebih informatif, lengkap dan spesifik untuk memenuhi kebutuhan masyarakat konsumen. Mengingat banyak perbedaan yang ada di antara beragam media dan konten, dan dalam upaya untuk membangun sebuah persamaan umum untuk semuanya, dapat dikatakan bahwa konten yang ada dalam format sama. Agar dapat

¹⁹ Alan B Albarran , *Handbook Of Media Management and Economics*, hal 188.

menentukan posisi dan persepsi produk media di pasar, adalah penting untuk hati-hati memilih format (jenis koran ataupun majalah, jenis musik atau film, gaya program televisi, radio, dan lain-lain). Konsep format juga dapat digunakan untuk menganalisis persaingan produk dengan tema di antara berbagai jenis media, seperti dalam kasus berita khusus di radio atau televisi.²⁰

2.2.5 Eksistensi

Eksistensi adalah keadaan atau kenyataan bahwa sesuatu ada atau memiliki keberadaan. Dalam filsafat, eksistensi mengacu pada konsep bahwa objek atau entitas memiliki realitas nyata dan memiliki eksistensi independen dari pikiran atau konsep kita tentang mereka. Sedangkan eksistensialisme sendiri adalah gerakan filsafat yang menentang esensialisme, pusat perhatiannya adalah situasi manusia.²¹

Eksistensi dalam media massa sangat penting karena media massa memiliki kekuatan yang besar dalam mempengaruhi opini dan persepsi publik. Kebanyakan orang bergantung pada media massa sebagai sumber informasi dan penentu pandangan mereka terhadap berbagai hal, seperti politik, ekonomi, budaya, dan lainnya. Oleh karena itu, apa yang muncul dalam media massa dan bagaimana hal tersebut dipresentasikan dapat mempengaruhi apa yang dipikirkan dan dirasakan oleh masyarakat. Eksistensi suatu hal dalam media massa juga dapat mempengaruhi popularitas dan citra dari hal tersebut. Contohnya, jika suatu produk baru dipromosikan secara intensif melalui iklan televisi, media sosial, dan lainnya, maka produk tersebut

²⁰ Alan B Albarran , *Handbook Of Media Management and Economics*, hal 188.

²¹ Lorens Bagus, *Kamus Filsafat* (Jakarta: Gramedia Pustaka Utama, 2005), 183.

akan lebih dikenal dan diingat oleh publik, sehingga mempengaruhi popularitas dan citra dari produk tersebut. Begitu juga dengan tokoh atau kejadian, apabila mereka sering muncul dalam media massa dan dipromosikan secara positif, maka publik akan memiliki pandangan positif terhadap mereka. Dengan demikian, eksistensi suatu hal dalam media massa memiliki pengaruh yang sangat besar terhadap persepsi dan pandangan publik, dan dapat mempengaruhi popularitas, citra, dan kesan masyarakat terhadap hal tersebut. Oleh karena itu, sangat penting untuk memahami dan mempertimbangkan eksistensi dalam media massa dalam berbagai situasi dan konteks.²²

Lalu jika dikaitkan pada media cetak eksistensi dapat dipahami bahwa, eksistensi Media yang tumbuh dan berkembang sampai saat ini mempunyai peranan penting sebagai media penyampaian informasi. Informasi dalam peradaban dan kehidupan masyarakat merupakan kebutuhan yang mendesak dan teramat penting. Hanya saja di era globalisasi, kemajuan ilmu dan teknologi yang berkembang pesat mengakibatkan media tradisional terdesak dan terkontaminasi dari budaya luar, karena perubahan orientasi dan harapan masyarakat boleh jadi kurang direspon oleh pecinta seni khususnya media tradisional dengan ide-ide baru yang dapat merangsang masyarakat yang kini mengalami *culture shock* (keterkejutan budaya).

²² Ayunita, Vidya. 2014. Strategi Manajemen Suara Merdeka untuk Mempertahankan Eksistensi Perusahaan dalam Menghadapi Media Kompetitor di Jawa Tengah (Studi Kasus pada PT Suara Merdeka Press). Interaksi Online. Volume 2, Nomor 3

Baik. Eksistensi dalam media koran sangat penting untuk memahami bagaimana media koran mempengaruhi pandangan dan persepsi publik. Beberapa hal yang perlu diperhatikan tentang eksistensi dalam media koran adalah:

- 1) Keberadaan Berita: Keberadaan suatu berita dalam media koran dapat mempengaruhi bagaimana publik memahami dan mempersepsi berita tersebut. Berita yang muncul dalam media koran seringkali diprioritaskan berdasarkan kepentingan redaksi, seperti kepentingan politik atau kepentingan komersial.
- 2) Tampilan Berita: Eksistensi suatu berita dalam media koran juga dapat dipengaruhi oleh tampilan berita tersebut. Berita yang ditempatkan di halaman depan, dengan font besar dan warna mencolok, seringkali memiliki dampak yang lebih besar dibandingkan berita yang ditempatkan di halaman belakang.
- 3) Penempatan Iklan: Iklan yang muncul dalam media koran juga mempengaruhi eksistensi produk atau tokoh yang dipromosikan. Produk atau tokoh yang memiliki potensi pasar besar seringkali muncul lebih sering dan dipromosikan dengan lebih intens dalam media koran.
- 4) Kontrol Ideologi: Eksistensi suatu hal dalam media koran juga dapat dipengaruhi oleh kontrol ideologi. Redaksi media koran seringkali memiliki pandangan dan sikap politik tertentu, yang dapat mempengaruhi bagaimana hal-hal yang muncul dalam media koran dipresentasikan dan dipahami oleh publik.

Dengan demikian, eksistensi dalam media koran memainkan peran penting dalam mempengaruhi persepsi dan pandangan publik terhadap hal-hal yang muncul dalam media koran. Oleh karena itu, sangat penting untuk memahami dan mempertimbangkan eksistensi dalam media koran dalam berbagai situasi dan konteks.

Konsep eksistensi pada media koran adalah keberadaan atau wujud suatu berita, acara, produk, atau tokoh yang muncul atau dipromosikan melalui media koran. Eksistensi dalam media koran memainkan peran penting dalam membentuk persepsi dan pandangan publik terhadap hal-hal yang ada dan terjadi di dunia. Keberadaan suatu hal dalam media koran dapat mempengaruhi popularitas, citra, dan persepsi publik terhadap hal tersebut. Penting untuk diingat bahwa media koran memiliki keterbatasan dalam hal jumlah halaman dan ukuran font yang digunakan, sehingga hal-hal yang muncul dalam media koran seringkali diprioritaskan berdasarkan kepentingan redaksi dan kepentingan komersial. Eksistensi suatu hal dalam media koran juga dapat dipengaruhi oleh berbagai faktor, seperti kepentingan politik, agenda redaksi, dan pemasaran produk.

Dengan demikian, eksistensi dalam media koran memainkan peran penting dalam mempengaruhi persepsi dan pandangan publik, dan dapat dipengaruhi oleh berbagai faktor, seperti kepentingan redaksi, kepentingan komersial, dan faktor lainnya. Oleh karena itu, sangat penting untuk memahami dan mempertimbangkan eksistensi dalam media koran dalam berbagai situasi dan konteks.

Akibat dari besarnya arus informasi dan desakan pola hidup modern, teknologi global sering disalahkan sebagai penyebab surutnya media tradisional. Namun tidak

pula dapat disangkal bahwa media modern kini juga memberikan kontribusi yang cukup besar pada konservasi media tradisional, yang dengan jelas menginformasikan pertunjukan kesenian tradisional atau asli.

Media cetak pada masa era digital saat ini amat banyak yang kehilangan para pembacanya secara signifikan. Era digital ini sudah menjadi disrupsi yang berdampak negatif bagi para industri media cetak. Masyarakat memilih beralih ke media digital karena mudah dan informasi yang dibutuhkan lebih cepat. Berubahnya media yang digunakan dalam penyampaian informasi tentu akan memberikan dampak pada masa depan dari media itu sendiri.

2.2.6 Era Digital

Revolusi digital telah mengubah cara pandang masyarakat dalam menjalani kehidupan yang sudah mulai canggih ini. Sebuah teknologi telah membuat perubahan besar kepada seluruh dunia, mulai dari membantu mempermudah segala urusan sampai membuat masalah karena tidak bisa menggunakan fasilitas digital yang semakin canggih.

Fenomena jurnalisme *online* saat ini menjadi fenomena yang imenarik. Masyarakat pengakses media konvergen alias “pembaca” tinggal mengklik informasi yang diinginkan melalui *gadget* mereka yang sudah dilengkapi dengan aplikasi yang tersedia untuk mencari informasi. Di sisi lain, jurnalisme *online* juga memungkinkan wartawan untuk terus menerus mencari tahu informasi yang mereka sampaikan terkait peristiwa-peristiwa yang mereka temukan di lapangan. Konsekuensi selanjutnya adalah berkurangnya fungsi editor dari sebuah lembaga pers karena wartawan relatif

mempunyai kebebasan untuk meng-*upload* informasi terbaru tanpa terkendala lagi oleh mekanisme kerja lembaga pers konvensional yang relatif panjang.

Dalam konteks yang lebih luas, konvergensi media sesungguhnya bukan hanya memperlihatkan perkembangan teknologi yang kian cepat. Konvergensi mengubah hubungan teknologi, gaya hidup, industri, dan lain-lain. Padatnya konvergensi mengubah pola-pola hubungan produksi dan konsumsi, yang penggunaannya berdampak serius pada berbagai bidang seperti ekonomi, politik, pendidikan, dan kebudayaan.²³

Keunggulan utama dari era digital ini yakni kecepatan *update* dan jangkauan globalnya. Sejak dini, berbagai surat kabar sudah memiliki teknologi internet dalam penerbitan beritanya. Untuk mempertahankan eksistensi media cetak di tengah banyaknya saingan usaha, seharusnya menjadi peluang bagi pihak perusahaan media tidak boleh berhenti dalam melaksanakan upaya-upaya perbaikan.

Tidak diragukan lagi, saat ini media dan informasi menjadi senter warga dunia. Media sedang berada dititik pusat perhatian masyarakat dunia abad dua puluh satu (McChesney, 2004:41). Arus globalisasi yang semakin intens membuat media menjadi aktif berubah, bergeser, dan bertransformasi. Oleh karena itu, pemahaman terhadap transformasi media sangat penting, karena pertukaran ide dan aliran informasi sudah tak terelakkan. Fenomena ini seiring dengan transformasi media yang memasuki era *cyberspace* yang membatasi batas geografis (Masco, 2004:213).

²³ Mazduki dan Muzayin Nazaruddin, *Media, Jurnalisme dan Budaya Populer*. (Cet. 1: Yogyakarta: Program Studi Ilmu Komunikasi Universitas Islam Indonesia & UII Press, 2008). hal. 61-62.

Media online atau new media memberikan kecepatan dan ruang. New media membuka peluang untuk informasi yang tidak tersedia dalam media konvensional berbentuk cetak. Format multimedia yang ditawarkan lebih inovatif dan menarik.²⁴ New media memang membawa digitalisasi informasi, mempercepat penyebaran informasi dan memudahkan pembentukan masyarakat informasi yang setara. Transisi dari old media ke new media membuat ruang public lebih fleksibel dan mudah mengakses media.

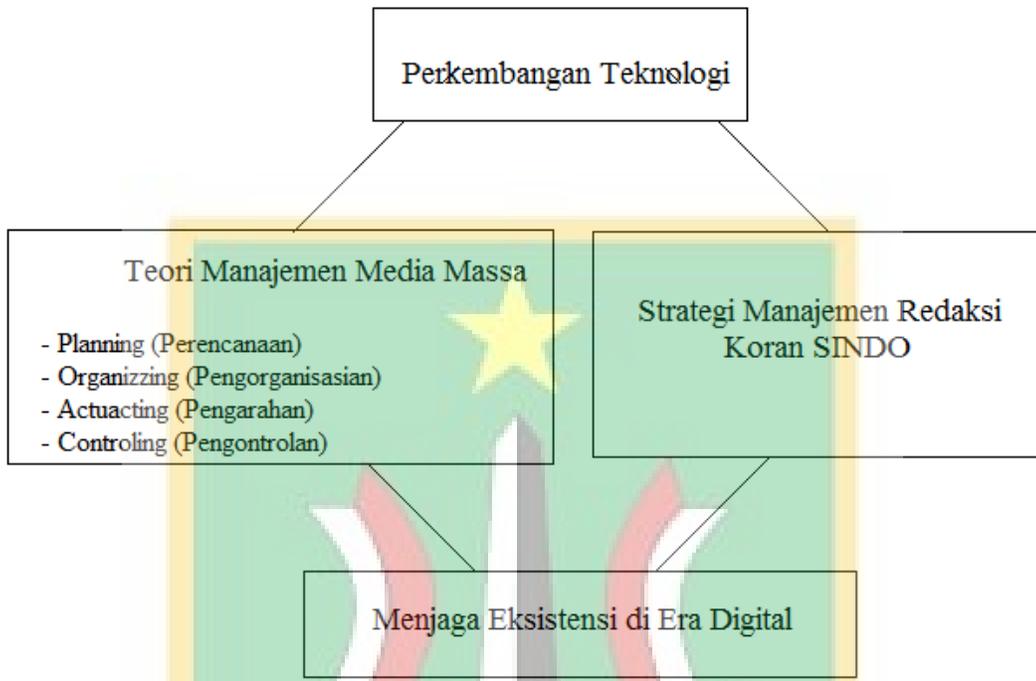
Media online atau yang dikenal dengan internet adalah hasil dari kolaborasi antar teknologi informasi dan menawarkan kepada pengguna sebagai alat komunikasi manusia. Media online juga disebut media interaktif, yaitu media yang memungkinkan partisipasi aktif baik dari penerima maupun pengirim (interaktif). Pertumbuhan cepat teknologi disertai dengan hadirnya media online yang baru. Media online menjadi salah satu jenis media massa yang pertumbuhannya sangat spektakuler. Saat ini, hampir sebagian besar masyarakat menggemari media online, meskipun internet belum sepenuhnya digunakan sebagai media massa. Namun, keberadaan media online diperhitungkan sebagai alternatif untuk memperoleh informasi dan berita. Bahkan meskipun sudah memiliki jaringan internet, kualitas aksesnya masih belum merata sehingga mengurangi efektivitas dan efisiensi media online. Informasi yang tidak

²⁴ Fonton, Natalie (ed). (2010). *New Media, Old News: Journalisme & Democracy in the Digital. Age.* E-book. London: Sage Publications.

berkualitas dan sumber yang tidak terpercaya juga masih menjadi masalah dalam media online, sehingga memerlukan verifikasi dan validasi informasi yang lebih ketat.



2.3 Kerangka Berpikir



Gambar 2.1 Kerangka berpikir

Kerangka berpikir tentang strategi manajemen redaksi Koran SINDO dalam menjaga eksistensi di era digital, melibatkan beberapa proses dan tahapan. Analisis situasi pasar, tahap ini untuk mengetahui tren dan kebutuhan pembaca di era digital. Manajemen redaksi harus memahami bagaimana perubahan teknologi dan tren digital mempengaruhi cara pembaca mengakses dan mengonsumsi konten.

Lalu identifikasi keunggulan kompetitif, Dalam tahap ini, manajemen redaksi harus menentukan apa yang membedakan koran Sindo dari media lain dan bagaimana hal ini dapat membantu mempertahankan eksistensinya. Ini mungkin termasuk kemampuan untuk memberikan konten yang unik dan berkualitas, atau memiliki

jaringan luas sumber daya dan koneksi yang memungkinkan koran untuk menjangkau pembaca dengan lebih baik. Penerapan teknologi dalam era digital, teknologi adalah faktor kunci dalam mempertahankan eksistensi koran. Manajemen redaksi harus memastikan bahwa koran memanfaatkan teknologi terbaru untuk mempermudah akses, memperkuat posisi, dan memenuhi kebutuhan pembaca. Ini mungkin termasuk penerapan aplikasi mobile, platform distribusi digital, dan sistem pengelolaan konten.

Pembentukan strategi konten, strategi konten harus menekankan pada kualitas dan uniktitas konten yang diberikan. Manajemen redaksi harus memastikan bahwa koran memiliki strategi yang memadai untuk membuat, memproduksi, dan mempublikasikan konten yang menarik dan berkualitas. Ini mungkin termasuk konten video, infografis, dan artikel yang didukung data. Monitor dan evaluasi, tahap terakhir melibatkan monitor dan evaluasi terus-menerus untuk memastikan bahwa strategi manajemen redaksi efektif dan dapat diperbarui sesuai perkembangan era digital. Ini melibatkan pemantauan tingkat engagement

