

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Perkembangan dunia digital saat ini sangat pesat, tidak hanya untuk berkomunikasi dan memperoleh informasi melainkan untuk memenuhi kebutuhan sehari-hari. Dunia digital dikatakan membantu manusia dalam aktivitas sehari-hari. Berkembangnya dunia digital menjadi awal kehadiran media online yang menawarkan berita dengan waktu akses yang cepat dan tidak terbatas. Media adalah alat atau sarana komunikasi guna menyampaikan sebuah informasi atau pesan kepada pengguna media dengan tujuan meningkatkan pemahaman penerima pesan. Informasi merupakan hal yang sangat penting untuk diketahui setiap saat sebagai sumber pengetahuan dan melihat perkembangan serta permasalahan yang sedang terjadi. Dengan adanya media membantu untuk mempermudah mencari dan mendapatkan informasi atau pesan bermanfaat yang disampaikan melalui media. Tampaknya kehadiran media online membuat oplah media cetak menurun drastis dan tidak sedikit media cetak yang gulung tikar kemudian beralih ke media digital.

Koran Jakarta Globe menjadi koran yang pamit dari industri media cetak dimana koran yang diterbitkan pada tanggal 12 November 2008, dengan terbitan awal sebanyak 40 ribu eksemplar yang dirumuskan oleh 60 wartawan harus terpaksa berhenti pada tanggal 15 Desember 2015 akibat ongkos produksi yang terus meningkat tiap waktunya, sedangkan untuk jumlah pembacanya

semakin menurun karena adanya persaingan dengan media internet yang semakin sengit, yang membuat koran ini menjadi kalah pamor.

Koran Harian Bola, merupakan jenis koran yang menyajikan berita yang berfokus pada dunia sepak bola lalu tutup dan berhenti beroperasi pada tahun 2013 baik dalam bentuk cetak maupun digital. Selanjutnya, Koran Sinar Harapan menjadi koran tertua yang memutuskan untuk berhenti terbit di tahun 2016 setelah 14 tahun lamanya bertahan, baik dalam bentuk cetak maupun online. Sinar Harapan berkembang pesat dan di tahun 1985 koran tersebut sudah menerbitkan sekitar 250.000 eksemplar namun disayangkan Sinar Harapan harus berhenti terbit sesuai dengan keterangan dari Pemimpin Umum/Ketua Dewan Redaksi, Daud Sinjal.¹

Media cetak lainnya yaitu Koran Republika merupakan koran nasional yang terbit pada tahun 1993. Dimana pencetusnya ialah sebuah komunitas muslim Indonesia dan mendapatkan beragam penghargaan. Berbeda dengan beberapa surat kabar di atas yang memutuskan untuk memberhentikan seluruh penerbitan surat kabarnya, koran Republika memutuskan untuk berhenti terbit dalam bentuk cetak pada 31 Desember 2022 namun koran Republika masih dapat di akses secara digital.

Media digital dan media cetak adalah dua bentuk media massa yang memiliki karakteristik dan peran yang berbeda. Media digital mencakup segala bentuk konten yang dapat diakses melalui internet atau perangkat digital seperti

¹ Pramuji, Eko. Media Cetak vs Media Online. Cetakan Pertama (Surabaya : Unitomo Press. 2019) Hlm. 4

situs web, aplikasi, media sosial, dan video online. Kelebihan media digital termasuk akses instan, distribusi global, tingkat interaktivitas yang tinggi, serta kemampuan untuk memperbarui konten dengan cepat dan efisien. Media digital juga memungkinkan pengguna untuk berpartisipasi aktif, memberikan tanggapan, dan berinteraksi dengan konten secara langsung.

Di sisi lain, media cetak terdiri dari publikasi fisik seperti surat kabar, majalah, dan buku yang memerlukan proses percetakan dan distribusi fisik. Meskipun media cetak bersifat lebih statis dan kurang interaktif, kelebihanannya termasuk keaslian fisik dan pengalaman membaca yang nyata. Kedua bentuk media ini memiliki peran yang penting dalam menyediakan informasi, hiburan, dan konten lainnya kepada audiens. Penggunaan media digital atau media cetak tergantung pada kebutuhan dan preferensi audiens, serta tujuan dari penerbit atau pengiklan dalam mencapai target mereka dengan efektif. Beberapa penerbit dan pengiklan mungkin memilih untuk menggunakan keduanya secara bersama-sama untuk mencapai strategi pemasaran yang holistik dan efektif.

Saat ini adanya media baru membuat sebagian masyarakat memiliki argumen yang berbeda-beda, ada yang berargumen surat kabar masih bisa hidup hingga 2050, atau 20 tahun lagi. Ada juga yang berargumen bahwa masa hidup surat kabar segera berakhir setelah media baru berbasis online hadir.² Terpaan media baru berbasis internet menjadi isu paling hangat terutama soal eksistensi surat kabar. Dengan demikian, diperlukan langkah-langkah strategis

² *Ibid.* Hlm 5.

menghadapi persaingan sekaligus menghadapi era baru media massa. Sebagai institusi ekonomi bisnis, perusahaan surat kabar harus bisa bertahan bagaimana pun tingkat kompetisi itu terjadi.³



Sumber : mediaindonesia.com

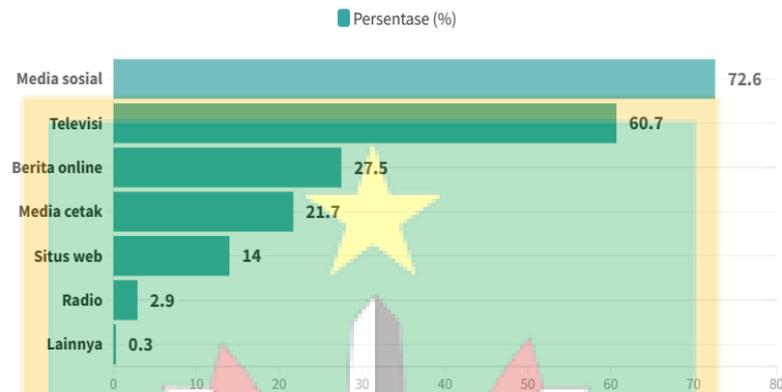
Gambar 1.1 Data Statistik Oplah Media Cetak

Dikutip dari data Serikat Perusahaan Pers (SPS) yang di muat dalam situs *mediaindonesia.com*, data menunjukkan adanya penurunan oplah pada media cetak sebanyak 5 juta eksemplar dalam kurun waktu lima tahun terakhir⁴. Pada 2013 oplah media cetak sebanyak 22,4 juta eksemplar sedangkan pada tahun 2017 oplah media cetak turun menjadi 17,2 juta terlebih lagi Media Direktori SPS Pusat mengungkapkan pada kurun waktu yang sama oplah surat kabar/koran mengalami penurunan dari 9,6 juta eksemplar menjadi 7,1 juta eksemplar. Diperkirakan jumlah media massa di Indonesia mencapai 47.000 media dan media daring sebanyak 43.300. Sekitar 2.000 sampai 3.000 dari

³ *Ibid.* Hlm. 22

⁴ MI Editor, "Tentang Kami" <https://mediaindonesia.com/statics/tentang-kami> (diakses pada tanggal 11 Juli 2023)

jumlah tersebut merupakan media cetak dan sisanya radio serta televisi. Dalam konteks Indonesia, dimana pembaca surat kabar terus turun, namun hal itu tidak serta merta membuat media cetak beralih sepenuhnya ke media online.



Sumber : Katadata Insight Center

Gambar 1.2 Data Statistik Sumber Informasi Masyarakat Indonesia tahun 2022.

Berdasarkan data terkait sumber informasi masyarakat Indonesia tahun 2022, Media sosial berhasil unggul dengan presentase pengguna sebanyak 72.6, Media sosial menjadi sumber informasi utama bagi sebagian masyarakat hal ini di karenakan hadirnya beragam platform Media sosial yang dapat menyajikan informasi serta hiburan kepada audiens tidak hanya berupa tulisan tetapi dapat berupa audio visual bahkan dengan teknologi interaktif dari dalam negeri maupun mancanegara serta dapat diakses kapan saja dan dimana saja.⁵Laporan KIC dan Keminfo juga mencatat sejumlah platform media social yang paling banyak digunakan oleh masyarakat selama tiga tahun terakhir. Platform

⁵ Aditya, Dimas. Karina Listya. Dkk. Memaksimalkan Penggunaan Media Sosial dalam Lembaga Pemerintah. Cetakan Pertama. (Jakarta : Direktorat Jenderal Informasi dan Komunikasi Publik, Kementerian Komunikasi dan Informatika. Hlm.10)

WhatsApp, Facebook, dan Youtube menjadi tiga teratas dalam daftar media social yang paling banyak digunakan.

Diurutan kedua, terdapat media konvensional yakni televisi yaitu media informasi dengan audio visual yang masih menjadi sumber informasi bagi masyarakat. Hal itu dapat dilihat dari jumlah presentase pengguna televisi yang mencapai angka 60.7, walaupun terdapat kecenderungan penurunan jumlah responden yang mempercayai televisi sebagai sumber informasi di tahun 2022, tetapi media ini tercatat masih menjadi media yang paling banyak diakses. Kemudian disusul oleh sumber informasi dari berita online yang sekarang ini tersedia di berbagai macam portal berita online layaknya detik.com, kompasiana.com, dan lain sebagainya. Diposisi keempat, presentase sebanyak 21.7 memilih media cetak sebagai sumber informasi, dengan begitu media cetak masih masuk ke dalam sumber informasi pilihan masyarakat.

Untuk itu media cetak terus melakukan yang terbaik untuk menjaga eksistensinya di tengah gempuran media online yang terus bermunculan. Salah satu media yang surat kabarnya masih eksis hingga sekarang adalah Media Indonesia. Media Indonesia merupakan institusi media yang tergabung ke dalam Media Group yang surat kabarnya terbit sejak 19 Januari 1970, dalam pengelolaan beritanya Media Indonesia berhasil mempertahankan pembacanya melalui berita-berita yang disajikan di setiap rubriknya. Media Indonesia menargetkan pasar mereka untuk kalangan menengah ke atas dengan rata-rata pembacanya berusia 35-55 tahun. Surat Kabar Media Indonesia telah tersebar di 34 provinsi dan 400 kabupaten kota diseluruh Indonesia. Umumnya pembaca

Media Indonesia ini diminati oleh pria sekitar 60% dan wanita 40%. Media Indonesia merupakan media yang berhasil meraih beberapa penghargaan diantaranya *Gold Winner* kategori surat kabar nasional terbaik pada tahun 2021, hingga penghargaan lainnya yang bertaraf internasional seperti ajang Asian Media Awards (AMA22) WAN-IFRA 2022, dalam ajang internasional tersebut Media Indonesia berhasil mendapatkan empat *Silver Winner* berturut-turut. Media Indonesia melakukan beberapa upaya dalam mempertahankan media cetaknya selain pengelolaan isi beritanya, yaitu dengan cara menerbitkan E-paper (koran elektronik).



Sumber : epaper.mediaindonesia.com
Gambar 1.3 Tampilan E-Paper Media Indonesia

E-paper merupakan surat kabar yang dikemas dalam format elektronik dan dapat diakses dengan internet di komputer maupun di *smartphone*. Media

Indonesia sendiri menawarkan beberapa paket harga untuk berlangganan E-paper milik mereka pada *link* epaper.mediaindonesia.com, terdapat paket berlangganan mulai dari 1 bulan yang dibandrol dengan harga Rp. 35.000,- sampai paket berlangganan 1 tahun dengan harga Rp. 300.000.- . Tampilan E-paper dengan koran cetak aslinya tidak jauh berbeda hanya saja perbedaannya terletak pada format dan waktu akses.

Berbicara soal media cetak, surat kabar Media Indonesia memiliki oplah yang dinilai stabil yakni 30.000. Oplah surat kabar adalah sebuah istilah yang digunakan di Indonesia untuk menggambarkan praktik pembelian surat kabar dengan cara membaca atau mengutipnya secara teliti tanpa harus membeli salinan fisik surat kabar tersebut. Dalam konteks media cetak, koran tentu tidak sembarangan dalam menentukan oplah atau seberapa banyak dia dicetak dalam setiap penerbitan. Oplah koran ditentukan berdasarkan jumlah pelanggan yang berlangganan dan potensi penjualan secara eceran. Ada jumlah yang bisa diperhitungkan dalam menentukan oplah.

Dalam upaya mempertahankan eksistensi dari gempuran media baru tersebut, surat kabar Media Indonesia yang terbit pertama kali pada 19 Januari 1970 ini, terus membuat beragam inovasi dan terobosan baru untuk mempertahankan eksistensi dan memperluas jaringan pasar. Ketidakpastian dalam perkembangan industri media harus dijawab dengan kreativitas. Lebih baik mencoba dan gagal daripada tidak mencoba yang sudah pasti gagal.

Surat kabar Media Indonesia membuat pembenahan dengan melakukan beragam inovasi dan kerjasama dengan sejumlah pihak terkait serta berupaya mendekat dengan komunitas-komunitas literasi dan pebisnis. Surat kabar Media Indonesia juga bertransformasi ke platform digital dengan menerbitkan versi digital atau e-paper, membuat sejumlah program digital untuk menjangkau kaum milenial, seperti Nunggu Sunset, The Editors, Journalist on Duty, Diksi, Indonesia Bicara, Dialektika serta program yang ditayangkan lewat media sosial lain, seperti Tik-Tok, live instagram, Youtube dll.

Perkembangan teknologi juga disikapi dengan inovasi program yang memiliki nilai edukasi dan informatif seperti rubrik Setara dan Berdaya. Meski ekonomi media memiliki peran optimasi dalam upaya mencari keuntungan untuk tetap menjaga keberlanjutan industri media massa, namun surat kabar Media Indonesia tetap menjaga ruang redaksi tetap independen. Surat kabar Media Indonesia menerapkan batasan yang tegas atau tembok pemisah antara bidang bisnis dengan redaksi.

Walaupun menjadi Media dengan banyak pencapaian, mempertahankan pembaca merupakan hal yang tidak mudah untuk dilakukan terutama di era sekarang, kebanyakan dari pembaca beralih ke media online. Pengelolaan pada berita menjadi hal yang menarik untuk di analisis, beralihnya media konvensional ke media digital tidak cukup untuk menjadi hal dalam mempertahankan pembaca, faktor lainnya adalah tentang berita itu sendiri. Apakah berita tersebut mengangkat isu yang menarik dan di bahas secara mendalam, atau apakah penulisan berita tersebut yang menjadi daya tarik untuk

pembaca. Pengelolaan adalah salah satu kegiatan terpenting dalam kehidupan manusia. Untuk mencapai tujuan yang tidak dapat diraih secara individual, mulai dibentuknya individu menjadi sebuah grup. Pengelolaan dilakukan untuk memastikan upaya koordinasi individu.

Dalam institusi media, pengelolaan juga diterapkan dengan tujuan yang berbeda-beda seperti pada bagian redaksi institusi media memiliki cara pengelolaan yang berbeda dengan bagian pemasaran untuk mencapai tujuan mereka. Bagian redaksi contohnya yang mengerjakan atau menangani isi media, dari mulai wartawan, penulis, editor, sampai dengan fotografer adalah bagian dari redaksi media. Sekelompok jajaran yang ada pada bagian inilah yang bekerja sama untuk memutuskan peristiwa dan berita apakah yang layak untuk di konsumsi oleh publik serta berita mana yang tidak layak untuk diterbitkan. Selain itu, untuk menciptakan berita yang aktual dan faktual, bagian redaksi melakukan pengelolaan pada beritanya. Mulai dari tahap awal layaknya perencanaan yang dilakukan sampai dengan tahap akhir dari pengelolaan tersebut. Surat kabar menjadi pilihan penulis untuk di teliti secara rinci mengenai pengelolaan beritanya.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah dijabarkan diatas, maka penulis merumuskan masalah pada penelitian ini sebagai berikut : Bagaimana pengelolaan berita pada surat kabar Media Indonesia dalam mempertahankan pembaca?

1.3 Tujuan Penelitian

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui dan menganalisis pengelolaan berita pada surat kabar Media Indonesia dalam mempertahankan pembaca.

1.4 Manfaat Penelitian

1.4.1 Manfaat Teoritis

Hasil dari penelitian ini diharapkan bisa memberikan manfaat seperti menambah ilmu pengetahuan dan menjadi sebuah pemahaman baru untuk masyarakat mengenai pengelolaan berita pada surat kabar Media Indonesia dalam mempertahankan media itu tersendiri dan juga pembacanya.

1.4.2 Manfaat Praktis

Penelitian ini diharapkan dapat digunakan sebagai acuan maupun referensi bagi penulis berikutnya yang ingin meneliti permasalahan yang sama.

1.5 Sistematika Penulisan

Sistematika penulisan dalam sebuah penelitian secara singkatnya merupakan susunan atau struktur penulisan pada proposal penelitian. Untuk dapat memahami isi yang terkandung dalam proposal penelitian ini, maka penulis membagi proposal penelitian tersebut dalam tiga bab :

BAB I PENDAHULUAN

Bab ini menjelaskan latar belakang masalah pada sub bab pertama, dimana pembahasan mengenai permasalahan yang dijadikan penelitian ini dijabarkan oleh penulis. Kemudian

terdapat rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, serta sistematika penulisan.

BAB II KAJIAN PUSTAKA

Bab dua membahas mengenai teori yang akan digunakan yaitu konsep teori dasar Manajemen George R. Terry dan dijabarkan konsep-konsep relevan tentang penelitian ini, penelitian terdahulu, kerangka teori, dan kerangka pemikiran dalam penulisan proposal skripsi ini.

BAB III METODOLOGI PENELITIAN

Dalam bab ini terdiri dari pendekatan penelitian yang dimana menggunakan pendekatan kualitatif, di bab ini terdiri dari metode penelitian, teknik pengumpulan data dan pengolahan jadwal penelitian.

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Dalam bab ini, penulis menguraikan secara mendalam temuan hasil penelitian yang telah dilakukan penulis.

BAB V KESIMPULAN DAN SARAN

Bab terakhir dalam penelitian ini berisi penarikan kesimpulan dari seluruh bab serta memberikan saran secara teoritis dan praktis