

## BAB I

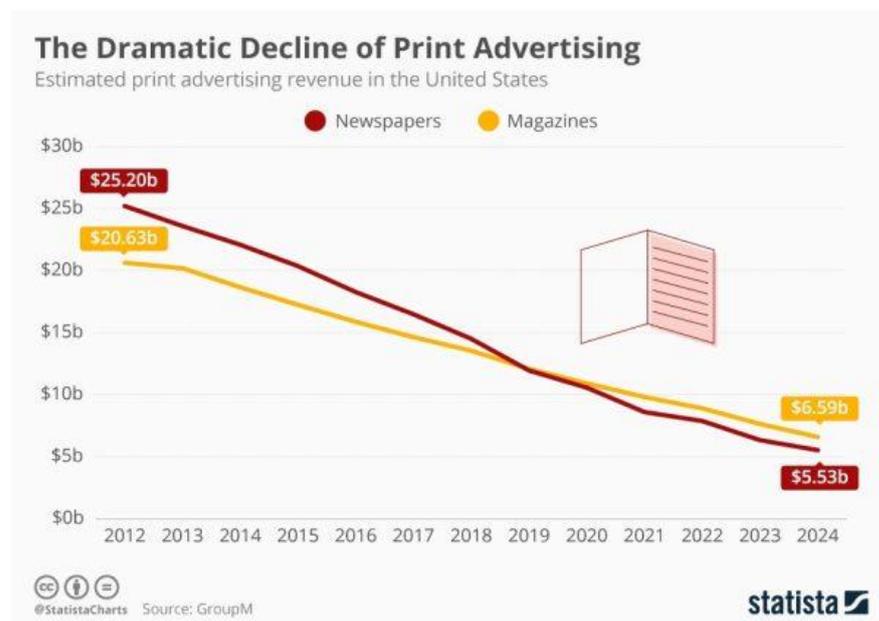
### PENDAHULUAN

#### A. Latar Belakang

Perkembangan teknologi informasi dan komunikasi di telah membawa perubahan signifikan dalam industri media massa, termasuk media cetak. Munculnya internet dan *platform* digital telah mengubah cara masyarakat mengakses informasi yang menyebabkan berkurangnya ketergantungan pada media cetak tradisional. Media *online* menawarkan kecepatan, interaktivitas, dan aksesibilitas yang tidak dimiliki media cetak, menyebabkan penurunan ompolah dan pendapatan iklan bagi media cetak lokal. Karena hal tersebut media cetak lokal menghadapi tantangan yang lebih besar dibandingkan media nasional maupun internasional (Khaer et.al, 2021:325).

Keterbatasan sumber daya, baik dari segi finansial maupun teknologi, membuat media cetak kesulitan dalam bersaing dengan media *online*. Selain itu, media cetak lokal seringkali memiliki jangkauan audiens yang terbatas sehingga pendapatan iklan mereka juga lebih rendah dari pada media cakupan nasional. Media cetak, yang biasanya memproduksi konten dengan siklus produksi lebih lama, mengalami kesulitan dalam bersaing di lingkungan ini. Riset Reuters Institute (2022) menunjukkan bahwa media sosial juga telah menjadi sumber utama berita bagi banyak orang, terutama generasi muda. Kondisi ini memaksa media cetak lokal untuk mencari cara agar tetap eksis dan berkelanjutan di tengah perubahan lanskap media (Nengsih, 2023:85).

Hasil riset dari We Are Social dan Hootsuite (2021) menunjukkan bahwa lebih dari 70% populasi dunia sekarang terhubung ke internet, dengan sebagian besar pengguna mengakses berita melalui perangkat mobile seperti smartphone dan tablet. Perubahan ini mengakibatkan penurunan signifikan dalam penjualan koran dan majalah cetak, serta menggeser pendapatan iklan ke *platform* digital. Philip Meyer berpendapat dalam bukunya tahun 2006 “The Vanishing Newspaper” bahwa pada tahun 2044 nantinya jumlah koran cetak hanya akan berjumlah sebanyak satu eksemplar saja. Kondisi ini menunjukkan bahwa era koran cetak akan segera berakhir dan akan digantikan dengan kehadiran teknologi koran digital (Nengsih, 2023:81).



Gambar 1.1 Grafik Penurunan Penjualan Koran dan Majalah Cetak

Sumber : statista.com

Berdasarkan gambar di atas penjualan, koran dan majalah cetak di Amerika Serikat mengalami penurunan pendapatan sebanyak 78.06% dari tahun 2012 hingga 2024. Hal ini dipengaruhi karena adanya penurunan audiens koran dan majalah cetak sebanyak 38,56% menurut wordsrated.com pada kisaran tahun 2019 hingga 2022.

Survei Nielsen Consumer & Media View menyatakan, kebiasaan membaca orang Indonesia telah mengalami pergeseran. Pada 2017, tingkat pembelian koran hanya sebesar 20%, yang mana hal ini menunjukkan adanya penurunan dibandingkan 2013 yang tingkat pembeliannya sebesar 28%. Media cetak pula hanya digunakan masyarakat sebagai pilihan kelima dalam mendapatkan informasi dengan penetrasi 8%. Sementara pada urutan pertama ditempati oleh media televisi sebesar 96%, lalu papan iklan sebesar 52%, penggunaan internet 43%, dan radio 37% (Nengsih, 2023:82).

Terdapat empat implikasi penggunaan koran *paperless* dan meluasnya penggunaan koran digital dalam industri media massa di Indonesia (Khaer et.al, 2021:329). Pertama, implikasi langsungnya adalah adanya transfer teknologi besar-besaran dari media cetak ke model bisnis surat kabar digital yang lebih hemat biaya dalam hal produksi dan distribusi di seluruh dunia. Kedua, implikasi langsung lainnya adalah perubahan dalam cara dan gaya hidup masyarakat dalam mengakses media massa, dari yang sebelumnya secara konvensional dengan membuka lembaran surat kabar menjadi lebih modern dengan menekan tombol atau layar monitor. Ketiga, variasi konten media akan meningkat karena jangkauannya tidak lagi dibatasi oleh batas negara atau

wilayah. Keempat, implikasi utama lainnya adalah semakin banyak perusahaan media massa yang mengintegrasikan berbagai format multimedia, yang mengarah pada konvergensi multimedia. Dari implikasi yang sudah dijabarkan tersebut dapat disimpulkan bahwa media cetak dari sisi industri maupun pembaca pada akhirnya akan menerapkan beberapa format pada media pemberitaan.

Untuk menghadapi tantangan penurunan oplah dan menjaga eksistensi media cetak lokal, banyak penerbit menerapkan beberapa format pada media pemberitaan. Upaya ini melibatkan pengembangan *platform online* seperti situs web, aplikasi mobile, dan kehadiran di media sosial untuk menjangkau audiens yang lebih luas. Selain itu, media cetak lokal juga mengadopsi teknologi digital seperti *e-paper* dan layanan berlangganan *online* untuk menyediakan akses yang lebih mudah dan fleksibel bagi pembaca (Suryawati & Alam, 2022:191).

Berkembangnya teknologi digital tidak hanya memunculkan konvergensi media, namun juga *newsroom convergence* atau konvergensi ruang redaksi. Konvergensi bermakna penyatuan atau pemusatan dua hal atau lebih suatu hal dalam satu tempat. Dalam pemberitaan sendiri, konvergensi ruang redaksi ini sebagai bentuk upaya pemusatan dua atau lebih konten berita yang kemudian disebarkan melalui berbagai *platform* media. Untuk mewujudkan hal tersebut, wartawan dan jurnalis dituntut untuk dapat mencari dan melaporkan berita yang disesuaikan untuk memenuhi kebutuhan berbagai *platform* media (Zuhri et.al, 2023:324).

Dalam bidang jurnalisme sendiri konvergensi yang dipakai bersifat multidimensional, difasilitasi oleh penggunaan luas teknologi komunikasi digital yang berdampak pada aspek teknologi, bisnis, dan editorial media. Upaya konvergensi pada media cetak lokal yakni mengintegrasikan berbagai format media untuk menciptakan pengalaman yang lebih menyeluruh bagi pembaca. Ini termasuk menggabungkan artikel tertulis dengan multimedia seperti video, *podcast*, dan infografis interaktif. Konvergensi ini juga mendorong penyatuan alat, ruang kerja, metode kerja, dan penggunaan bahasa, memungkinkan jurnalis untuk membuat konten yang dapat disebarluaskan di berbagai *platform* dengan menyesuaikan bahasa yang digunakan pada masing-masing media (Triana et.al, 2022:17781).

Konvergensi media memungkinkan penyajian berita yang lebih dinamis dan mendalam, sehingga menarik bagi generasi muda yang lebih akrab dengan teknologi digital. Melalui pemanfaatan media sosial dan kolaborasi dengan *platform* digital lainnya, media cetak lokal dapat memperluas jangkauan dan meningkatkan interaksi dengan audiens. Langkah-langkah ini tidak hanya membantu mempertahankan pembaca setia tetapi juga menarik generasi muda yang lebih akrab dengan teknologi digital (Mujiati, 2022:160).

Integrasi *newsroom* menjadi salah satu solusi strategis yang diharapkan dapat membantu media cetak lokal beradaptasi dengan perubahan ini. Hal ini disarankan oleh Kaltenbrunner & Meier dengan pemanfaatan teknik digitalisasi dan perluasan *market place* pada konsumen media cetak. Dalam konteks media, integrasi seringkali melibatkan penggabungan *newsroom* atau ruang redaksi

cetak dan digital. Tujuannya adalah untuk menciptakan alur kerja yang lebih efisien dan kolaboratif, sehingga dapat menghasilkan konten yang lebih cepat dan relevan bagi audiens yang semakin banyak mengakses berita secara digital (Permatasari, 2020:58).

Penerapan integrasi *newsroom* di media cetak menghadapi berbagai tantangan. Salah satu tantangan utamanya adalah resistensi budaya. Banyak jurnalis tradisional yang enggan mengadopsi teknologi dan metode kerja baru yang diperkenalkan dalam proses integrasi. Menurut hasil riset dari Pew Research Center pada tahun 2021, banyak jurnalis merasa terbebani oleh tuntutan untuk memproduksi konten untuk berbagai *platform*. Penerapan teknologi baru juga menjadi tantangan tersendiri dalam integrasi *newsroom* seperti sistem manajemen konten dan alat kolaborasi digital memerlukan investasi besar dan pelatihan bagi staf. Selain itu, mengintegrasikan sistem lama dengan teknologi baru dapat menjadi proses yang kompleks dan memakan waktu.

International News Media Association (INMA) memaparkan bahwa sinkronisasi alur kerja adalah salah satu tantangan terbesar dalam integrasi *newsroom*. Proses ini membutuhkan penyesuaian signifikan dalam cara kerja, peralatan, dan sistem yang digunakan oleh jurnalis dan staf redaksi. Media cetak tradisional, yang terbiasa dengan proses editorial yang linier dan terpisah, harus beradaptasi dengan alur kerja yang lebih kolaboratif dan terpadu. Menyatukan berbagai *platform* media, seperti cetak, *online*, dan siaran, memerlukan perubahan dalam pengaturan waktu, distribusi tugas, dan koordinasi antar

departemen. Tim cetak yang terbiasa dengan deadline harian dituntut harus beradaptasi dengan kecepatan produksi berita digital yang lebih cepat. Seiring dengan peralihan menuju operasi *digital-first, newsroom* harus mampu menghasilkan konten yang konsisten, relevan, dan berkualitas tinggi meskipun disampaikan melalui berbagai format, termasuk cetak, *online*, dan media social (Zuhri et.al, 2023:324).

Solopos merupakan salah satu media cetak lokal yang berdiri pada tahun 1997 dan dikenal sebagai surat kabar harian yang fokus pada berita lokal di wilayah Solo dan sekitarnya. Seiring perkembangan teknologi dan perubahan cara dalam konsumsi media, Solopos juga telah bertransformasi dengan menghadirkan *platform* digital (Suryawati & Alam, 2022:192). Solopos sendiri merupakan salah satu surat kabar berpengaruh dalam masa pergerakan hingga kini, sampai Solopos ini mendapatkan julukan sebagai kuburan pers karena dapat mempertahankan eksistensi dan kesuksesan ditengah perubahan drastis dalam industri media (Rahzen et.al, 2007:1085).

Sedangkan Radar Solo sendiri merupakan bagian dari Jawa Pos Group. Jawa Pos sendiri merupakan surat kabar harian yang sudah terintegrasi pada jaringan *online* sekitar 80 media, dan jaringan media cetak sekitar 100 lebih media. Awal berdiri Radar Solo mulai tahun 2000, sedangkan Jawa Pos sendiri sudah berdiri selama 75 tahun. Jawa Pos yang bermula sebagai surat kabar harian lokal yang didirikan di Surabaya berkembang menjadi surat kabar harian nasional dengan oplah terbesar di Indonesia, melihat potensi ini maka Jawa Pos memperluas jangkauannya dengan mendirikan surat kabar harian di daerah per

karesidenan atau lokal untuk mendekatkan diri dengan *audiens*. Seperti Radar Solo di karesidenan Solo Raya, Radar Semarang di karesidenan Semarang, dan media lainnya. Solopos dan Radar Solo merupakan media cetak lokal tertua di Solo yang mana dua surat kabar harian ini berdiri sebelum diterapkannya konsep integrasi *newsroom* di Indonesia.

Berangkat dari pemaparan tersebut, peneliti tertarik untuk membahas lebih jauh mengenai penerapan integrasi *newsroom* pada Solopos dan Radar Solo. Peneliti ingin melihat adakah perbedaan dalam penerapan integrasi *newsroom* pada Solopos dan Radar Solo sebagai media cetak tertua di Solo. Oleh karena itu, fokus dalam penelitian ini adalah sejauh mana integrasi *newsroom* ini diterapkan pada media cetak lokal Solopos dan Radar Solo dengan penelitian berjudul **“Integrasi *Newsroom* Media Cetak Lokal Solo Raya (Studi Pada Perusahaan Surat Kabar Harian Solopos dan Radar Solo)”**.

## **B. Identifikasi Masalah**

Berdasarkan uraian latar belakang diatas, peneliti mengidentifikasi permasalahan sebagai berikut:

1. Perlunya penerapan integrasi *newsroom* pada media cetak untuk tetap eksis.
2. Kolaborasi tim dan alur kerja mempengaruhi efisiensi kinerja pada ruang redaksi/*newsroom*.
3. Penggunaan teknologi *multiplatform* menuntut konsistensi konten di semua media yang dimiliki.

### **C. Pembatasan Masalah**

Penelitian ini membatasi analisis penerapan integrasi *newsroom* pada surat kabar harian Solopos dan Radar Solo, mencakup kolaborasi tim, penggunaan teknologi, alur kerja terpadu, serta konsistensi konten pada ruang redaksi atau *newsroom*. Fokus penelitian ini adalah pada penerapan integrasi *newsroom* yang dilihat melalui alur kerja juga strategi kolaborasi tim dalam *newsroom*, dan mengenai adaptasi teknologi digital seperti sistem manajemen konten serta pengelolaan konten yang konsisten.

### **D. Perumusan Masalah Penelitian**

Dalam penelitian ini maka peneliti ingin menganalisis mengenai integrasi *newsroom* pada surat kabar harian Solopos dan Radar Solo yang merupakan salah satu di antara media cetak lokal yang ada di Solo. Maka rumusan masalah pada penelitian ini yaitu:

1. Bagaimana penerapan integrasi *newsroom* pada surat kabar harian Solopos dan Radar Solo?
2. Bagaimana kolaborasi tim dan alur kerja pada ruang redaksi/*newsroom* Solopos dan Radar Solo?
3. Bagaimana penggunaan teknologi dan konsistensi konten di semua *platform* pada Solopos dan Radar Solo?

### **E. Tujuan Penelitian**

Penelitian ini dilakukan tidak lain agar tercapainya suatu tujuan pada permasalahan yang diangkat. Maka tujuan dari penelitian ini yaitu :

1. Menjelaskan bagaimana penerapan integrasi *newsroom* pada surat kabar harian Solopos dan Radar Solo.
2. Menjelaskan bagaimana kolaborasi tim dan alur kerja pada ruang redaksi/*newsroom* Solopos dan Radar Solo.
3. Menjelaskan bagaimana penggunaan teknologi dan konsistensi konten di semua *platform* pada Solopos dan Radar Solo.

## **F. Manfaat Penelitian**

1. Manfaat Teoritis
  - a) Hasil penelitian ini diharapkan dapat menambah pemahaman yang mendalam tentang bagaimana media cetak lokal dapat berintegrasi dengan *platform* digital dalam upaya menjawab tantangan industri media yang berubah dengan cepat.
  - b) Hasil penelitian ini diharapkan dapat bermanfaat bagi seluruh kalangan mahasiswa pada umumnya dan juga sebagai referensi dan menambah khazanah kajian bagi mahasiswa komunikasi program studi Komunikasi dan Penyiaran Islam (KPI), terutama yang ingin melakukan penelitian dalam bidang jurnalistik.

2. Manfaat Praktis

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan panduan praktis bagi media cetak lokal lainnya yang ingin melakukan integrasi *newsroom*. Temuan dan rekomendasi dari penelitian ini juga diharapkan dapat menjadi acuan bagi manajemen media dalam merancang strategi integrasi yang efektif.