

BAB I PENDAHULUAN

1.1 Signifikansi Penelitian

Media konvensional seperti media cetak (surat kabar, majalah, tabloid), media elektronik (radio, televisi) yang sering digunakan oleh masyarakat pada beberapa tahun kebelakang untuk memperoleh informasi, saat ini sudah mulai tergantikan oleh adanya perkembangan teknologi yaitu internet. Di tengah perkembangan teknologi saat ini, di mana dalam memperoleh kebutuhan informasinya masyarakat cenderung memilih internet untuk mendapatkan informasi. Hanya dengan menggunakan satu alat seperti *gadget* dalam hitungan detik saja dan di mana pun berada, kita dapat secara langsung mencari dan mendapatkan segala kebutuhan informasi yang diinginkan dengan mudah. Media cetak sudah selama ratusan tahun menjadi media sebagai saran penyebar informasi yang mendominasi di dunia pers. Namun, seiring dengan perkembangan teknologi, dominasi industri media cetak kini terancam tergeser (Sholahuddin, 2013, h. 10).

Media cetak seperti koran yang saat ini sudah sangat jarang masyarakat gunakan dalam mencari informasi, terlebih sudah banyak perusahaan media cetak di Indonesia yang tutup produksi menjadi pertanyaan besar apakah koran akan terus bisa bertahan menjaga eksistensinya di tengah kemajuan teknologi saat ini. Jika sebelumnya waktu pembaharuan informasi di media cetak adalah 24 jam, saat ini waktunya semakin berkurang. Berita cepat basi, dikarenakan media *online* sudah mengeluarkan berita terbarunya, namun surat kabar, majalah, tabloid baru naik cetak dan belum sampai di tangan pembaca. Sehingga masyarakat akan lebih memilih media *online* untuk mencari berita serta informasi yang mereka butuhkan, dengan segala keunggulan yang ada seperti cepat, mudah, dan bisa diakses dimanapun dan kapanpun.

Philip Meyer (2006, h. 124) meramalkan dalam Bukunya yang berjudul *The Vanishing Newspaper*, bahwa pada tahun 2044 mendatang hanya akan

terdapat satu eksemplar koran. Beberapa tahun kebelakang ini masa depan media cetak, khususnya koran menjadi suatu pertanyaan besar di tengah maraknya penggunaan TV, radio bahkan internet yang saat ini tengah menjadi perhatian utama. Sejumlah survei menunjukkan posisi koran mulai tergerus oleh penetrasi media *online* (Kusuma, 2016, h. 58). Data dari Badan Pusat Statistik pada tahun 2014, menunjukkan penduduk Indonesia berumur 10 tahun ke atas yang membaca surat kabar sebesar 23,70%. Tahun 2006 berkurang 0,24%. Penurunan drastis terjadi pada 2009, di mana pembaca surat kabar di Indonesia menurun menjadi 18,94% dan pada tahun 2012 turun lagi dengan angka 17,66% (BPS n.d). Artinya melihat dari data tersebut, dalam konteks pembaca dan pasar maka *coverage* media cetak makin berkurang dan tentu saja lambat laun akan menyebabkan industri persuratkabaran dapat gulung tikar.

Tabel 1. Data Persentase Penduduk Indonesia Berumur 10 tahun ke Atas Pengguna Media Massa

Indikator	2003	2006	2009	2012
1. Persentase Penduduk Berumur 10 tahun ke Atas yang Mendengar Radio	50,9	40,26	23,50	18,57
2. Persentase Penduduk Berumur 10 tahun ke Atas yang Menonton Televisi	84,94	85,86	90,27	91,68
3. Persentase Penduduk Berumur 10 tahun ke Atas yang Membaca Surat Kabar atau Majalah	23,70	23,46	18,94	17,66

(Sumber : Data Badan Pusat Statistik 2014)

Fenomena media *online* yang terus dengan cepat berkembang dan semakin canggih, diprediksi akan menggantikan media cetak juga terus meningkat di Indonesia. Menurut data Badan Pusat Statistik menunjukkan pada tahun 2005 pengguna internet di Indonesia baru mencapai 3,34%. Jumlah pengguna internet mengalami kenaikan yang cukup signifikan menjadi 35,64% di tahun 2014. Artinya dalam kurun waktu sembilan tahun terjadi peningkatan sepuluh kali lipat.

Tentu saja hal ini memberi kontribusi pada masa depan media cetak (BPS, 2005 dalam Kusuma, 2016, h. 62). Menurut Philip (2009, h. 76) media cetak harus bertransformasi menjadi media *online*. Proses transformasi tidak selalu memiliki arti sebagai suatu perubahan yang dilakukan media cetak dengan mengubah bentuk korannya, yang semula cetak ke *online*, transformasi juga bisa diartikan sebagai suatu bentuk adaptasi dengan menghadirkan konten digital. Industri koran cetak memiliki dua peran dalam menghadapi perubahan teknologi informasi, yaitu menjadikan perubahan untuk mengembangkan eksistensi koran cetak dan memanfaatkan perubahan untuk memberikan informasi yang sekarang bersifat global dan serentak kepada masyarakat (Sugiya, 2012, h. 11).

Berkembangnya teknologi informasi dan komunikasi selama dekade terakhir membawa *trend* baru di dunia industri komunikasi, yakni hadirnya beragam media yang menggabungkan teknologi komunikasi baru dan teknologi komunikasi massa tradisional, atau yang sering disebut dengan konvergensi media. Konvergensi media bukan saja memperkaya informasi yang disajikan, melainkan juga memberi pilihan kepada khalayak untuk memilih informasi yang sesuai dengan selera mereka. Menurut Preston (2001, h. 113) konvergensi media juga memberikan sebuah kesempatan baru yang radikal dalam proses penanganan, penyediaan, distribusi dan tahap proses pada seluruh bentuk informasi baik yang bersifat visual, audio, data dan lainnya.

Fenomena jurnalisme *online* saat ini menjadi salah satu contoh yang menarik. Masyarakat pengakses media konvergen alias "pembaca" hanya perlu meng-*click* informasi yang diinginkan di komputer atau *gadget* mereka yang sudah dilengkapi dengan internet untuk mengetahui informasi yang diinginkan dan hanya dalam hitungan detik saja mereka akan langsung memperoleh informasi tersebut. Selain itu, jurnalisme *online* juga mengharuskan para wartawannya untuk bisa terus memperbaharui informasi dari hasil temuan di lapangan dalam bentuk berita. Dalam konteks ini, konsekuensi lanjutnya adalah berkurangnya fungsi *editor* dari sebuah lembaga pers karena wartawan relatif mempunyai kebebasan untuk segera meng-*upload* informasi baru tanpa terkendala

lagi oleh mekanisme kerja lembaga pers konvensional yang relatif panjang (Siswanto, 2017, h. 21).

Berbeda dengan mekanisme di media cetak, dimana ketika wartawan selesai menulis suatu berita maka berita tersebut harus terlebih dahulu masuk ke proses pengecekan oleh *editor* yang setelah itu baru akan masuk ke proses percetakan. Walaupun secara struktur dan prinsip media *online* sama dengan media cetak, namun tetap ada perbedaan antar keduanya. Media *online* tidak terbatas dalam hal jumlah halaman seperti halnya media cetak. Namun demi alasan kecepatan akses, keindahan desain, tingkat keterbacaan dan alasan-alasan lainnya, perlu dihindarkan penulisan naskah yang terlalu panjang. Dalam media *online*, mekanisme dalam prosedur naskah cenderung lebih *simple* karena media *online* mengejar kecepatan.

Proses *editing* sekaligus publikasi sering dilakukan oleh satu bagian yang sama. Proses *editing* juga bisa dilakukan ketika suatu berita sudah dipublikasi. Jadwal terbit media *online* sangat ketat. Informasi dalam berita yang disajikan di media *online* sangat mengejar kecepatan sehingga berita tersebut langsung *publish* dalam rentan waktu yang cukup singkat dari proses peliputan. Ketika peristiwa itu berlangsung, maka pada saat itu juga berita terkait peristiwa tersebut akan langsung diinformasikan oleh media *online*. Berbeda proses di media cetak, dimana perlu waktu harian, mingguan atau bahkan bulanan. Proses publikasi inheren dengan kerja bagian redaksi. Berita yang sudah ditulis sudah otomatis terdistribusi ke jaringan (Siswanto, 2017, h. 25).

Harian Pagi Radar Bogor sebagai salah satu media cetak di Indonesia yang merupakan grup dari Jawa Pos, adalah media cetak terbesar yang ada di Kota Bogor. Dalam perkembangan zaman saat ini di mana untuk mencari dan mendapatkan informasi, kebanyakan masyarakat sudah mencarinya di portal media *online*. Harian Pagi Radar Bogor sampai saat ini masih bertahan memproduksi koran. Dalam perkembangannya, Harian Pagi Radar Bogor terus berusaha untuk meningkatkan kualitas berita-beritanya, termasuk kualitas sumber daya manusianya. Salah satu upaya adalah dengan menyajikan berita-berita dan informasi-informasi lokal yang terjadi di wilayah Bogor dan sekitarnya, dengan

penyajian berita yang secepat mungkin, di mana kejadian hari ini, sepanjang pagi sampai sore dan malam hari, sudah dapat disajikan pada keesokan harinya.

Harian Pagi Radar Bogor melakukan segala usaha untuk dapat mengembangkan media hingga dapat meningkatkan oplah dan dapat memperluas jaringan pendistribusiannya. Harian Pagi Radar Bogor membuka Agen penyalur atau Biro di beberapa wilayah di sekitar Bogor, seperti Sukabumi, Depok, Cianjur, Cileungsi, Karawang dan daerah sekitar Bogor lainnya. Sampai saat ini Harian Pagi Radar Bogor yang telah bertahan selama 20 tahun ini, mampu mempertahankan pendapatan oplahnya sekitar lebih dari 56.000 eksemplar perhari. Di samping juga Radar Bogor berusaha untuk tetap mengikuti kemajuan teknologi dengan memiliki portal *online* yaitu www.radarbogor.id serta memiliki akun media sosial Instagram untuk menyajikan berita bagi masyarakat Bogor dan sekitarnya serta juga bisa diakses oleh seluruh masyarakat Indonesia. Artinya Radar Bogor masih dipercaya oleh masyarakat Kota Bogor sebagai media yang dapat memberikan kebutuhan informasi serta berita yang ada di Kota Bogor dan sekitarnya.

Media cetak ini juga dipercaya menjadi media utama untuk meliput berbagai kegiatan pemerintahan maupun swasta. Hal ini menjadi perhatian bagi penulis untuk meneliti bagaimana strategi dan langkah-langkah yang dilakukan oleh Harian Pagi Radar Bogor dalam bertransformasi untuk menjaga eksistensinya di tengah kemajuan teknologi saat ini. Bagaimana manajemen redaksional yang dilakukan oleh Radar Bogor dalam memproduksi berita yang akan dimuat dalam korannya, pencarian dan pengolahan berita oleh para reporternya, agar menghasilkan berita yang berkualitas dan tetap menarik untuk dibaca oleh masyarakat dan tetap memiliki pasar tersendiri di era digital.

1.2 Fokus Penelitian

Fokus penelitian ini adalah menganalisis transformasi yang dilakukan oleh Harian Pagi Radar Bogor dalam mempertahankan eksistensi media tersebut di tengah kemajuan teknologi dan gempuran media *online*. proses transformasi yang dilakukan oleh Radar Bogor ini, di dalamnya terdapat berbagai strategi, mulai dari

teknologi, sumber daya manusia, pembuatan berita, hingga pemanfaatan berbagai *platform* sebagai sarana penyajian berita.

1.3 Pertanyaan Penelitian

Berdasarkan signifikansi penelitian yang dikemukakan oleh penulis, maka dirumuskan pertanyaan dalam penelitian ini yaitu:

1. Bagaimana strategi Harian Pagi Radar Bogor dalam bertransformasi untuk menjaga eksistensinya di tengah kemajuan teknologi?
2. Langkah-langkah apa saja yang dilakukan Harian Pagi Radar Bogor dalam melakukan transformasi media?

1.4 Tujuan Penelitian

Berdasarkan signifikansi penelitian dan pertanyaan penelitian yang telah disajikan, maka penelitian ini bertujuan untuk menganalisis strategi dan langkah-langkah yang dilakukan Harian Pagi Radar Bogor dalam melakukan transformasi untuk menjaga eksistensinya di tengah kemajuan teknologi dan gempuran media *online*.

1.5 Manfaat Penelitian

Penelitian ini diharapkan dapat bermanfaat bagi semua pihak, terutama bagi penulis dan pembaca, adapun manfaat penelitian ini adalah:

1.5.1 Manfaat Akademis

Dari hasil penelitian ini dapat mengembangkan ilmu pengetahuan yang dimiliki dan dapat memberikan gambaran bagaimana strategi yang digunakan Harian Pagi Radar Bogor dalam bertransformasi untuk mempertahankan eksistensi media tersebut. Penulis juga dapat mengetahui penerapan teori mediamorfosis dalam mencari tahu strategi suatu media dalam penyajian beritanya. Selain itu diharapkan penelitian ini dapat menambah wawasan, sehingga hasil penelitian ini dapat menjadi landasan pemikiran penelitian-penelitian selanjutnya.

1.5.2 Manfaat Praktis

Dari hasil penelitian ini diharapkan media cetak khususnya koran dapat terus bertahan di tengah kemajuan teknologi dan era digital saat ini. Terlebih media tradisional seperti koran merupakan media massa yang menyajikan informasi yang dapat dipertanggung jawabkan kebenarannya.

1.6 Sistematika Penulisan

Pada skripsi ini terdapat sejumlah sub bab yang akan dijabarkan. Masing-masing bab akan dijelaskan secara terperinci sehingga dapat memudahkan para pembaca dalam memahami isi setiap sub bab. Bab yang akan dijelaskan adalah sebagai berikut :

BAB I PENDAHULUAN

Bab ini menjelaskan tentang uraian latar belakang, rumusan masalah tujuan penelitian, manfaat penelitian, dan sistematika penulisan. Dimana dalam bab ini berisi hal-hal yang menjadi pertimbangan utama penulis dalam menentukan judul, pokok permasalahan dan media yang diambil untuk diteliti lebih dalam.

BAB II TINJAUAN PUSTAKA

Pada bagian ini tertera teori komunikasi yang berhubungan dengan penelitian yang dilakukan. Terdiri dari teori dasar, definisi konsep dan kerangka pikir. Pada bab ini juga dijelaskan untuk menjadi landasan dan memberikan gambaran serta pemahaman untuk kepentingan analisis yang diperoleh peneliti.

BAB III METODOLOGI PENELITIAN

Pada bagian ini menjelaskan metode penelitian, metode pengumpulan data, penetapan informan, teknik analisis data, teknik keabsahan data, serta waktu dan lokasi penelitian. Pada bab ini juga peneliti akan menguraikan tata cara dalam menganalisis data sesuai dengan topik penelitian.

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Pada bab ini menjelaskan masalah yang diangkat dan menguraikan analisis penelitian secara umum dan mendalam yaitu mengenai **“Transformasi Harian Pagi Radar Bogor dalam Mempertahankan Eksistensi Media”**.

BAB V KESIMPULAN DAN SARAN

Pada bab ini memberikan kesimpulan dan saran berdasarkan pembahasan dan analisis yang telah dilakukan agar menimbulkan suatu *goodwill* dan pesan yang disampaikan dapat diterima secara efektif oleh publik (khalayak).

DAFTAR PUSTAKA

Pada bagian ini berisi sumber-sumber seperti buku, jurnal, dan sumber digital.

LAMPIRAN

Pada bagian ini berisi lampiran yang mendukung hasil penelitian dan segala persyaratan yang sudah ditentukan oleh Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik UPN “Veteran” Jakarta.