

STRATEGI MEDIA CETAK LAMPUNG POST UNTUK BERTAHAN DI TENGAH MENJAMURNYA BERITA ONLINE

**Oleh
Agus Riyanto¹**

¹Media Harian Lampung Post

ABSTRAK

Perkembangan Teknologi Informatika dan Komunikasi (TIK) begitu cepat, membuat peran media cetak semakin ditinggalkan oleh pembacanya. Hal itu dipegaruhi oleh perkembangan portal berita online yang memberikan kemudahan untuk mencari informasi berita. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui Faktor Pergeseran Preferensi Pembaca Media Cetak Menjadi Berita *Online* Untuk Memilih Informasi Berita dan Untuk Mengetahui Strategi Media Cetak Bertahan di Tengah Menjamurnya Berita *Online* di Era Digitalisasi. Penelitian ini menggunakan metode penelitian. Teknik pengumpulan data menggunakan observasi, wawancara dan dokumentasi. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa (1) Faktor Pergeseran Preferensi Pembaca Media Cetak Menjadi Berita *Online* Untuk Memilih Informasi Berita meliputi, mudah, praktis, berita tersaji secara cepat (*realtime*), murah, melek teknologi dan juga faktor usia. (2) Strategi Media Cetak Bertahan di Tengah Menjamurnya Berita Online di Era Digitalisasi meliputi menyajikan berita secara mendalam (*indeep*), menggunakan kaidah bahasa yang baik dan benar sesuai dengan KBBI, mepebaharui tampilan koran (*layout*), mencetak koran sesuai dengan jumlah order, kovergensi media, mengupdate kemampuan sumber daya manusia (SDM) dan yang terakhir membuat koran digital (*e-paper*).

Kata Kunci: Pergeseran Preferensi, Media Cetak, Berita *Online*, Berita

PENDAHULUAN

Perkembangan Teknologi, Infor
masi dan Komunikasi (TIK) yang
begitu cepat membuat eksistensi
media massa khususnya media cetak
semakin ditinggalkan oleh
pembacanya. Jika dulu khalayak
(pembaca) menjadikan media cetak
sumber utama pilihan untuk mencari
informasi berita yang faktual dan

tercepat. Di kondisi sekarang
khalayak (pembaca) tidak lagi
menempatkan media cetak sebagai
sumber utama untuk mencari
informasi bertita. Hal itu disebabkan
oleh kemajuan media baru atau bisa
disebut dengan media *online* yang
semakin menjamur dan dengan sangat
mudah diakses.

Kemajuan teknologi, informasi dan

komunikasi (TIK) membuat kondisi media cetak semakin terpuruk, tidak hanya di kancah nasional, kondisi media cetak di kancah internasionalpun mulai bergejolak. Bisnis media cetak mulai ditinggalkan para pemiliknya akibat perkembangan teknologi informasi. Kalangan anak muda kini lebih suka membuka media massa melalui ponsel, komputer, atau perangkat digital lainnya yaitu informasi berita berbasis digital.

Media cetak atau yang lebih dikenal dengan nama surat kabar merupakan media massa yang paling tua dibandingkan dengan media massa lainnya. Keberadaan surat kabar dimulai sejak ditemukannya mesin cetak oleh Johann Gutenberg di Jerman. Sedangkan keberadaan surat kabar di Indonesia ditandai dengan perjalanan panjang melalui empat periode yakni masa penjajahan Belanda, penjajahan

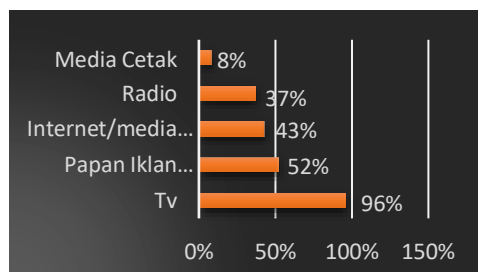
Jepang, menjelang kemerdekaan, dan awal kemerdekaan.

Sifat media massa (media cetak) yang serba hadir, keberadaannya tidak dapat dipisahkan dari kehidupan manusia terkait akan kebutuhan informasi berita baik berita yang sifatnya *hard news* maupun *soft news*. Akan tetapi perkembangan teknologi media, telah mengubah wajah dunia, batas, jarak dan waktu yang menjadi kendala di masa lalu, kini telah teratasi melalui media *online* yang berbasis menggunakan koneksi internet. Pada buku Teori Komunikasi Analisis dan Aplikasi West & Turner “Media massa adalah saluran atau cara pengiriman pesan- pesan ke massa atau *audiens*. Sedangkan komunikasi massa adalah komunikasi kepada khalayak (pembaca) luas dengan menggunakan media massa” (West & Turner, 2008: 41).

Sejalan dengan kemajuan teknologi, informasi dan komunikasi (TIK), posisi media cetak pada tahun

2020 berada di urutan kelima menggambarkan ketatnya persaingan media massa saat ini. Fakta itu berdasarkan data yang dikemukakan lembaga riset Nielsen, bahwa konsumsi media dikota-kota baik di Jawa maupun luar Jawa menunjukkan jika televisi masih menjadi medium utama yang dikonsumsi masyarakat Indonesia yakni sebanyak (96%), diikuti papan iklan jalanan sebanyak (52%), internet atau media *online* sebanyak (43%), radio sebanyak (37%), dan media cetak, (surat kabar, tabloid, dan majalah) sebanyak (8%). (Supriyatna, 2020).

Gambar 1: Grafik Perkembangan Media Massa di Indonesia



Sumber: Riset Nielsen, 2020.

Hal itu selaras dengan kondisi media cetak di Indonesia saat ini

dimana sejumlah media cetak yang sempat eksis dimasanya, kini mulai berhenti beroperasi, media tersebut antara lain:

1. Sinar Harapan
2. Jurnal Nasional
3. Koran Bola
4. Koran Tempo
5. Suara Pembaruan yang telah mengumumkan pamit mulai Februari 2021. (Ferdian Ananda Majni, 2021).

Meredupnya media cetak merupakan perubahan pola hidup manusia saat ini yang sudah beralih dengan teknologi terbaru, dan mudahnya mengakses internet. Masyarakat informasi merupakan gambaran dari mereka yang telah tergantung pada jaringan informasi elektronik yang rumit serta aktivitas komunikasi (Melody dalam McQuail, 2011:114).

Dengan kata lain masyarakat informasi menghadirkan wujud nyata dari apa yang dikatakan marshal

McLuhan sebagai *global village*. Metafora ini akan terlihat berbeda ketika kita memperbandingkan dengan ratusan tahun yang lalu, di mana kita dapat melihat bahwa kini kita bisa memperoleh informasi yang lebih banyak mengenai bangsa dan budaya asing disertai dengan akses yang lebih mudah dan cepat dalam memperoleh informasi tersebut (Ess, 2001: vii).

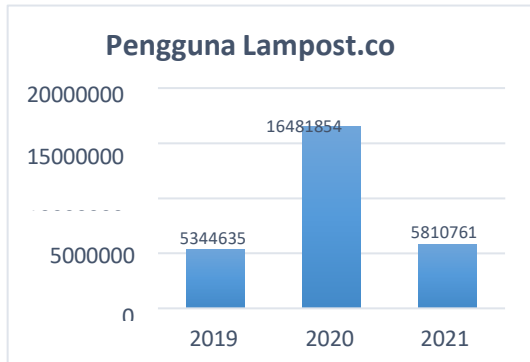
Perubahan sosial ini terlihat dari struktur jaringan masyarakat kontras dengan masyarakat industri di abad ke-19 dan ke-20 (McQuail, 2011:115). Kehadiran masyarakat informasi global ini merupakan efek yang melekat pada ekspansi teknologi digital di berbagai belahan dunia termasuk di Indonesia khususnya di Provinsi Lampung.

Teknologi media yang semakin canggih yang di dukung dengan akses internet yang sangat mudah, murah dan perangkat keras

seperti ponsel pintar dan komputer yang hanya tinggal diakses dengan media digital melalui situs *web* (berita *online*) sesuai yang diinginkan menjadikan khalayak (pembaca) malas untuk membaca dalam bentuk cetakan (surat kabar).

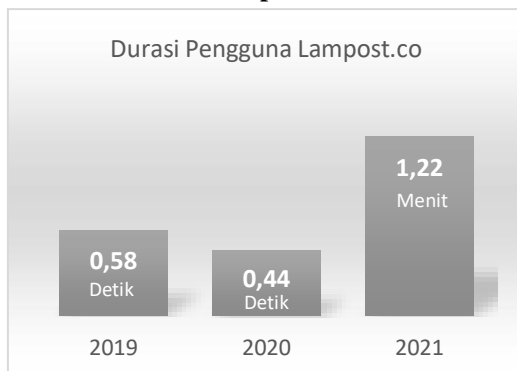
Berdasarkan kondisi kemajuan teknologi informasi dan komunikasi (TIK) yang semakin canggih, perkembangan berita *online* pun tidak bisa terbendung lagi, kenyataan ini selaras dengan kondisi media *online Lampost.co* yang memiliki jumlah pembaca jutaan. Dimana pada tahun 2019 pembaca *Lampost.co* mencapai 5.344.635 juta, pada tahun 2020 pembaca *Lampost.co* 16.481.854 juta sedangkan pada tahun 2021 berada di angka 5.810.761 juta. Berikut data jumlah pembaca media online *Lampost.co* di lihat dari grafik:

Gambar 2. Grafik Pengguna Portal Media Online Lampost.co



menit, berikut datanya dilihat dari grafik:

Gambar 3 Grafik Durasi Pengguna Lampost.co



Sumber : HU Lampung Post, 2021

Dilihat dari grafik pengguna portal media online *lampost.co* pada tahun 2020 mengalami kenaikan yang sangat tajam dibandingkan pada tahun 2019, hal itu dipengaruhi oleh situasi *web lampost.co* yang menyajikan berita secara *realtime*, sehingga menjadi pilihan utama pencari informasi berita. Akan tetapi pada tahun 2021 kondisi pengguna media online *lampost.co* mengalami

Sumber : HU Lampung Post, 2021

Lebih lanjut rata-rata pembaca/pengguna *lampost.co* untuk mencari informasi berita di portal berita *online* kurang lebih 1 penurunan yang sangat signifikan hal tersebut dipengaruhi dari persaingan media *online* di Provinsi Lampung yang sangat ketat. Kendati kondisi media *online lampost.co* mengalami kenaikan dan penurunan pengguna, hal tersebut tidak mempengaruhi penggunanya beralih ke media cetak untuk memilih informasi berita.

Selaras dengan kondisi tersebut. Penjualan oplah surat kabar di Harian Umum *Lampung Post* mengalami kemerosotan yang sangat signifikan. Pada tahun 2019 penjualan oplah Koran Haran Umum *Lampung Post* tercatat hanya 10.500 *exemplar*, pada tahun 2020 oplah yang terjual 9.750 *exemplar* dan pada tahun 2021 oplah yang terjual mengalami penurunan yakni sebesar 8.100 *exemplar*. Berikut data jumlah oplah

koran di Harian Umum Lampung

Dilihat dari pebandingan grafik media *online Lampost.co* dan grafik oplah jual surat kabar harian umum *Lampung Post* tentu keadaan pembacanya mempunyai perbedaan yang sangat signifikan, itu artinya pembaca media cetak mengalami pergeseran untuk memilih informasi berita.

Dalam penelitian ini memiliki tujuan yang spesifik yakni (1) Untuk menganalisa pergeseran *preferensi* pembaca media cetak menjadi berita *online* untuk memilih informasi berita. (2) Untuk menganalisa strategi media cetak bertahan di tengah menjamurnya media *online* di era digitalisasi.

METODOLOGI PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan diteliti pada masa sekarang. Tipe penelitian deskriptif kualitatif ini dianggap sangat relevan untuk digunakan karena menggambarkan

Post di lihat dari grafik. tipe penelitian kualitatif. Penelitian kualitatif adalah penelitian yang bermaksud untuk memahami fenomena tentang apa yang dialami oleh subjek penelitian misalnya perilaku, persepsi, motivasi, tindakan, dan lain-lain. (Maleong, 2004: 6). Penelitian kualitatif sendiri adalah prosedur penelitian yang menghasilkan data deskriptif berupa kata- kata tertulis atau lisan dari orang- orang dan perilaku yang diamati.

Penelitian deskriptif ini dipakai untuk meneliti objek dengan cara menuturkan, menafsirkan data yang ada, dan dalam pelaksanaannya melalui pengumpulan, penyusunan, analisa dan intepretasi data yang

keadaan objek yang ada pada masa sekarang secara kualitatif berdasarkan data yang diperoleh dari penelitian.

Metode pengumpulan data

merupakan cara yang digunakan untuk mendapatkan data atau informasi yang diperlukan. Penelitian ini menggunakan wawancara mendalam, observasi lapangan serta studi kepustakaan sebagai teknik untuk mendapatkan informasi.

In depth interview adalah teknik mengumpulkan data berupa informasi secara langsung dengan key informan guna untuk mendapatkan gambaran lengkap tentang topik penelitian Bungin (2001). Dalam wawancara, partisipan peneliti adalah Iskandar Zulkarnain selaku pemimpin redaksi, Riza mauluddin selaku pemimpin perusahaan dan Indra selaku manajersirkulasi.

HASIL

Perkembangan media saat ini sangat membantu masyarakat dalam memenuhi kebutuhannya akan informasi berita apalagi dengan tersedianya aplikasi-aplikasi yang

Observasi merupakan metode yang mengamati perilaku, subjek dan objek serta fenomena melalui pengamatan lapangan tanpa adanya interaksi dengan individu Indriantoro & Supomo (2002). Peneliti melakukan pengamatan secara langsung dengan mengunjungi kantor Lampung Post.

Supranto (1998) mengatakan riset kepustakaan adalah salah satu teknik mencari informasi data melalui buku referensi, jurnal dan artikel publikasi. Serta juga menggunakan data sekunder yaitu studi literatur untuk menggali informasi tentang sejarah, visi dan misi, dan lain-lain.

bisa di gunakan oleh khalayak. Seperti saat ini telah ada portal berita *online* yang bisa diakses dengan mudah oleh masyarakat untuk mendapatkan suatu informasi tentang peristiwa-peristiwa yang terjadi di sekitar kita, khalayak juga bisa memberikan argumen

tersendiri secara langsung pada informasi tersebut. Sehingga hampir terjadinya komunikasi dua arah antar pengguna.

Melihat fenomena tersebut pada penelitian ini membahas (1) Faktor Penyebab terjadinya pergeseran *preferensi* pembaca media cetak menjadi berita *online* untuk memilih informasi berita :

Pertama ada nilai berita yang mencakup informasi berita yang disajikan secara cepat (*realtime*), dan juga berita baru (*actual*). Seperti yang telah dituturkan informan penelitian. Wiji dan Chairil mengatakan portal berita *online* menjadi rujukan utama di era digitalisasi dikarenakan portal berita *online* menyajikan informasi berita secara cepat (*realtime*) jika dibandingkan dengan media cetak (koran) yang membutuhkan proses lama dalam menyajikan informasi berita. (Wiji dan Chairil,

Wawancara.2022).

Selain faktor nilai berita tentunya faktor mudah dan praktis merubah pilihan pembaca media cetak menjadi berita *online* untuk memilih informasi berita. Selain menyajikan berita secara cepat (*realtime*), portal berita *online* juga dapat diakses secara mudah dan praktis, hal itu disampaikan oleh informan penelitian. Mezan menuturkan portal berita *online* sangat praktis dan mudah diakses dimana saja. Selain itu Mezan mengatakan bisa mendapat berita terbaru. (Mezan, Wawancara. 2022).

Kemudian ada faktor murah, melek teknologi dan usia. Berita *online* tentunya mempunyai keunggulan tersendiri, dimana untuk mengakses berita *online* tidak membutuhkan biaya mahal, selain itu untuk mengakses berita *online* harus melek teknologi. Lebih lanjut panji mengatakan jika usia juga mempengaruhi seseorang untuk

memilih mengakses portal berita online. Dia menyampaikan orang berusia 50 tahun tentunya akan kesulitan untuk mengakses portal berita online dikarenakan kurang memahami cara menggunakan medianya yakni ponsel pintar. (Panji, Wawancara. 2022).

Selanjutnya pada penelitian ini membahas (2) Bagaimana Strategi media cetak bertahan di tengah menjarmurnya berita *online* di era digitalisasi:

Strategi yang pertama yakni Berita Pilihan, Mendalam dan Penguatan Kerjasama. Dengan persaingan media saat ini, media cetak harus memiliki langkah nyata atau manajemen yang baik. Strateginya, kita itu terus membangun relasi dengan perusahaan-perusahaan atau instansi-instansi terkait. Riza mengatakan langkah nyata yang kami lakukan yaitu memberi bobot

berita secara indeep (mendalam) selain itu kami memakai kaidah bahasa yang baik dan benar sesuai dengan KBBI sehingga konten media cetak yang kami terbitkan bisa bersaing dengan berita online. (Riza, Wawancara. 2022). Dari hasil wawancara dengan riza hal tersebut termasuk dalam unsur nilai berita dimana berita yang berkualitas harus mencakup nilai-nilai sebagai berikut:

- 1 Objektif—berdasarkan fakta, tidak memihak.
- 2 Aktual—terbaru, belum “basi”.
- 3 Luar biasa—besar, aneh, janggal, tidak umum.
- 4 Penting—pengaruh atau dampaknya bagi orang banyak; menyangkut orang penting/terkenal.
- 5 Jarak familiaritas, kedekatan (geografis, kultural, psikologis).

Strategi yang kedua yakni Meningkatkan kualitas tampilan koran (*layout*). Media cetak harus mempunyai tampilan menarik untuk mengambil

hati para pembacanya, dimana dengan tampilan yang menarik diharapkan media cetak mampu bersaing dengan portal berita *online* yang saat ini semakin berkembang.

Kami meningkatkan kualitas tampilan atau layout media cetak yang lebih atraktif dengan penguatan dari segi data yang berbentuk grafis sehingga dapat menarik pembaca untuk mencari berita di media cetak. (Riza, Wawancara. 2022).

Kemudian strategi yang ketiga mencetak koran berdasarkan jumlah order. Media cetak di era digitalisasi sekarang ini untuk tetap eksis dan bertahan ditengah gempuran media online harus mengikuti perkembangan zaman dan otomatis harus memiliki inovasi-inovasi yang bagus. Seperti yang dilakukan harian umum Lampung Post yang hanya mencetak koran berdasarkan

jumlah order. Indra mengatakan Kondisi saat ini tentunya menjadi tantangan bagi

kami untuk tetap mempertahankan media cetak di tengah maraknya portal berita online. Langkah-langkah nyata yang kami lakukan untuk tetap memproduksi koran di era digitalisasi yaitu mencetak koran berdasarkan jumlah order hal ini diharapkan mampu menekan biaya produksi sehingga media cetak dipasarkan berdasarkan pesanan" (Indra, Wawancara . 2022).

Selanjutnya konvergensi media menjadi strategi yang ke empat untuk tetap mempertahankan media cetak ditengah menjamurnya berita *online*. Langkah-langkah kongkrit yang dilakukan harian umum Lampung Post untuk tetap membaut media cetak eksis di tengah-tengah khalayak pembaca yakni dengan melakukan kovergensi media, berikut penuturan Iskandar. Konvergensi media dirasa sangat tepat untuk tetap mempertahankan media

cetak di era digitalisasi saat ini, memang konvergensi media tidak hanya berbicara tentang media cetak saja akan tetapi berbicara multi platform yang dimiliki harian umum Lampung Post, dengan konvergensi media diharapkan media cetak mampu mempertahankan eksistensinya di era digitalisasi saat ini terlebih persaingan media saat ini sangat ketat sehingga perlu terobosan-terobosan memberikan atau mengupdate informasi berita secara baik, bukan hanya berita yang di-update tetapi kemampuan jurnalis harus diberikan update. Langkah nyata harian umum Lampung Post dalam mengupdate kemampuan jurnalis yaitu memberikan uji kompetensi wartawan baik dari tingkat muda, madya maupun utama, sehingga mereka mampu dan menghargai profesinya sebagai wartawan yang baik dalam memberitakan suatu kejadian maupun berita-berita yang

untuk tetap bisa bertahan dari gempuran berita online dan dari pesaing media lain" (Iskandar, Wawancara. 2022).

Mengupdate Sumber Daya Manusia (SDM), menjadi strategi ke lima untuk tetap pertahankan eksistensi media cetak. Tentunya kawan-kawan jurnalis di lapangan harus dibekali ilmu jurnalistik yang mumpuni sehingga mereka dapat berkaitan dengan pemerintahan. Selain itu wartawan yang baik harus memahami kaidah-kaidah jurnalistik sehingga berita yang mereka tulis tidak berbenturan dengan hukum jurnalistik yang berlaku di Indonesia" (Iskandar, Wawancara. 2022).

Kemudian strategi ke enam yaitu membuat koran berbentuk digital atau *e-paper* guna untuk bersaing dengan berita *online*. Untuk tetap bisa bersaing di era digitalisasi saat ini media cetak harus mempunyai terobosan yang real salah satunya yaitu

membuat koran digital (e-paper). Iskandar mengatakan perkembangan teknologi ini menjadi tantangan yang berat bagi media cetak harian umum Lampung Post untuk hadir di tengah-tengah pembaca, kita harus punya segmen tersendiri, dengan adanya koran dalam bentuk digital (e-paper) ini kita harus betul-betul informasi menggunakan portal berita online. Dimana portal beita *online* diakses lebih mudah,praktis dan murah melalui jaringan internet, serta mendapat informasi berita secara cepat (*realtime*) dan baru (*actual*). Masyarakat juga bisa menginformasikan sendiri suatu kejadian yang telah terjadi disekitarnya sehingga hal-hal yang di anggap penting akan cepat di informasikan melalui media baru tersebut. sehingga masyarakat tidak hanya memperoleh informasi dari media-media tertentu tetapi juga dari

mampu bersaing dengan portal berita online.” (Iskandar, Wawancara. 2022).

KESIMPULAN

1.Faktor Penyebab terjadinya pergeseran preferensi pembaca media cetak menjadi berita online untuk memeilih informasi berita.

Masyarakat pembaca koran untuk memenuhi kebutuhannya akan suatu masyarakat pengguna teknologi media baru tersebut.

2.Strategi media cetak bertahan di tengah menjarmurnya berita online di era digitalisasi.

Harin umum Lampung Post mempertahankan oplah penjualankoran dengan mengusung langkah-

langkah nyata yaitu dengan memberikan berita pilihan, mendalam (*indeep*), penguatan kerjasama dengan instansi-intansi terkait dan meningkatkan kualitas tampilan koran (*layout*) dengan lebih atrakif.

Selain itu mencetak koran dengan

jumlah order menjadi strategi selanjutnya yang dilakukan harian umum Lampung Post untuk tetap eksis di tengah-tengah khalak pembaca. Lebih lanjut Konvergensi media, mengupdate kemampuan sumber daya manusia (SDM) dan juga membuat koran dalam bentuk digital (*e-paper*) menjadi strategi kongkrit yang dilakukan harian umum Lampung Post.

DAFTAR PUSTAKA

- Bambang Supomo dan Nur Indriantoro, 2002, Metodologi Penelitian Bisnis, Cetakan Kedua, Yogyakarta; Penerbit BFEE UGM.
- Burhan Bungin, Sosiologi Komunikasi (Jakarta: Kencana, 2011), Hlm. 79
- Cangara, Hafied. 1998. Pengantar Ilmu Komunikasi. Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada
- J Supranto, 1998, STATISTIK (Icori dan Aplikasi) Edisi Keiima, Erlangga, Jakarta.
- McQuail, Dennis. (2011). Teori Komunikasi Massa (ed 6). Jakarta: Salemba Humanika.
- Moleong, Lexy J. 2004. Metodologi Penelitian Kualitatif. Bandung: PT. Remaja Rosdakarya. Hal 6
- West Richard dan Lynn H. Turner. 2008. Pengantar Teori Komunikasi: Analisis Dan Aplikasi. Buku 1 edisi ke-3 Terjemahan Maria Natalia