

LAPORAN PENELITIAN KOMPETITIF DOSEN INTRERNAL



**ANALISIS PENGARUH PERKEMBANGAN TEKNOLOGI DIGITAL
TERHADAP MEDIA CETAK SURAT KABAR LOKAL RADAR
SAMPIT**

- | | | |
|----|-----------------------------|-------------------------|
| 1. | Dr.Aquarini,M.I.Kom | NIDN.11.13028102 |
| 2. | Irwani S.Sos.,M.A.P. | NIDN.11.21129001 |
| 3. | Miftahul Ilma | NIM.19.12.022163 |

**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI FAKULTAS ILMU SOSIAL
DAN ILMU POLITIK UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH
PALANGKARAYA TAHUN 2023**

HALAMAN PENGESAHAN PENELITIAN

Judul : Analisis Pengaruh Perkembangan Teknologi Digital Terhadap Media Cetak Surat Kabar Lokal Radar Sampit

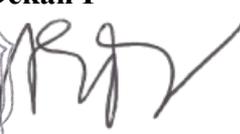
Nama Ketua : Dr. Aquarini, M.I.Kom
NIDN : 1113028102
Jabatan Fungsional : Asisten Ahli
Program Studi : Magister Administrasi Publik
Nomor HP : 08125144003
Alamat email : aquariniedward@gmail.com
Nama Anggota : Irwani S.Sos.,M.A.P.
NIDN : 11.21129001
Program Studi : Administrasi Negara
Email : Nusaindah021@gmail.com
Nama Anggota : Miftahul Ilma NIM. 19.12.022163
Program Studi : Ilmu Komunikasi
Biaya Penelitian : 10.000.000
Waktu Penelitian : Mei-Juni 2023

| | |
|--|---|
| <p>Ketua Prodi Magister Administrasi Publik UM Palangkaraya</p>  <p>Dr. Aquarini, M.I. Kom NIK. 140102064</p> | <p>Laporan penelitian telah didata oleh prodi</p> |
|--|---|

Palangkaraya, 09 Agustus 2023

Mengetahui
Dekan FISIP UM Palangkaraya

Wakil Dekan I



Sunaidi S.H., M.Ikom
NIDN.11.12096701

Peneliti



Dr. Aquarini M.Ikom
NIDN.11.13028102

Menyetujui
Kepala BEM UM Palangkaraya



Dr. Nugul Hikmah Kartini, S.Si., M.Pd.
NIK. 12.0203.008

DAFTAR ISI

| | |
|--|-----|
| HALAMAN PENGESAHAN..... | ii |
| DAFTAR ISI..... | iii |
| RANGKUMAN | 5 |
| BAB I PENDAHULUAN | 6 |
| I. LATAR BELAKANG | 6 |
| II. RUMUSAN MASALAH | 9 |
| III. BATASAN MASALAH | 9 |
| IV. TUJUAN DAN MANFAAT PENELITIAN..... | 10 |
| | |
| BAB II LANDASAN TEORI | 12 |
| A. Penelitian Terdahulu..... | 12 |
| B. Kajian Pustaka | 14 |
| 1. Konvergensi Media..... | 14 |
| 2. Media Cetak..... | 19 |
| 1. Berita Online..... | 27 |
| D. Kerangka Berfikir..... | 29 |
| | |
| BAB III METODE PENELITIAN..... | 30 |
| A. Metode Penelitian..... | 30 |
| B. Lokasi dan Waktu Penelitian..... | 30 |
| C. Subjek Penelitian..... | 30 |
| D. Instrument Penelitian..... | 31 |
| E. Sumber Data | 31 |
| F. Teknik Pengumpulan Data..... | 32 |
| | |
| BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN | 33 |
| A. DESKRIPSI OBJEK PENELITIAN | 33 |
| 1. Sejarah singkat PT. Manuntung Press | 33 |
| 2. Tujuan harian Radar Sampit | 33 |
| 3. Struktur organisasi Radar Sampit | 34 |
| B. Pengaruh Teknologi Digital Terhadap Koran Lokal..... | 39 |
| 1. Teknologi canggih | 39 |
| 2. Banyaknya Berita Hoax yang Beredar..... | 43 |
| 3. Penyampaian berita..... | 46 |
| 4. Biaya serta cara mengakses berita | 47 |
| C. Strategi Koran Harian Radar Sampit Pada Era Digital | 48 |
| 1. Memberikan pelayanan yang maksimal kepada para pembaca | 49 |

| | | |
|----------------------|--|----|
| 2. | Berinovasi dengan ide-ide baru | 52 |
| D. | Analisis SWOT (<i>Strenght, Weakness, Opportuniaties, and Treath</i>)..... | 55 |
| a. | Strength (kekuatan) | 55 |
| b. | Weakness (kelemahan) | 57 |
| c. | Opportunaties (peluang) | 57 |
| d. | Treath (Ancaman) | 58 |
| E. | Hasil Analisi SWOT | 59 |
| a) | Menyuguhkan harga yang sesuai | 59 |
| b) | Perluasan target konsumen | 60 |
| c) | Melakukan promosi | 62 |
| BAB V PENUTUP | | 63 |
| A. | Kesimpulan..... | 63 |
| B. | Saran | 64 |
| DAFTAR PUSTAKA | | 65 |

RANGKUMAN

Koran atau surat kabar adalah salah satu media yang menyampaikan informasi tentang suatu kejadian atau berita terkini. Koran merupakan salah satu media penyebar informasi tertua. Didalamnya mengampu berbagai informasi mulai dari kriminal, politik, tajuk rencana, hingga prakiraan cuaca. Surat kabar yang berbentuk cetak ini, sudah diminati sejak masyarakat sedari dulu. Selain sajian informasi yang sudah terpampang di halaman koran, media ini juga mudah didapatkan melalui penjual keliling maupun berlangganan langsung. Namun, seiring dengan perkembangan teknologi, koran sudah mulai ditinggalkan oleh para pembacanya. Masyarakat era modern sudah beralih ke sarana berita digital berbentuk web (online) yang bisa diakses melalui gawai atau komputer secara *real time*, mudah dan cepat. Selain itu, berita online juga dianggap lebih praktis dan gratis.

Tergerutusnya industri koran sudah mulai dirasakan. Kantor redaksi percetakan koran skala nasional sudah merubah haluan menjadi media digital. Hal itu dikarenakan minat masyarakat dalam membaca berita yang ingin serba praktis di era digitalisasi. Tidak jarang, banyak perusahaan media online mulai tumbuh dan berkembang mendahului media cetak. Namun, eksistensi koran yang sudah mulai redup di skala nasional tidak terlalu terasa pada industri media cetak di skala lokal Kalimantan Tengah. Masyarakat lokal Kalimantan Tengah Khususnya Kabupaten Kotawaringin Timur (Kotim) masih mencari koran sebagai media pemberitaan di daerah tersebut. Meskipun media online juga mulai tumbuh dan berkembang di Kotim, namun eksistensi media cetak menungguli media online yang juga berbasis lokal.

Oleh sebab itu, penelitian ini mencoba menelusuri berbagai indikasi bertahannya industri media cetak koran di tengah era serba digital sekarang. Sebab-sebab yang melatar belakangi, serta strategi dan cara industri media cetak lokal untuk tetap bertahan. Maka, penulis tertarik mengungkap penelitian ini dengan judul: **“Pengaruh Perkembangan Teknologi Digital Terhadap Media Cetak Surat Kabar Lokal”**.

Dalam penelitian ini, penulis menggunakan pendekatan kualitatif dengan metode deskriptif. Adapun responden dalam penggalan data dan informasi dalam penelitian ini adalah kantor berita Radar Sampit sebagai media cetak dan kantor berita Beritasampit.com sebagai media online dalam perbandingannya. Sesuai dengan sifat dan tujuan masalah dalam penelitian ini, penulis menggunakan teknik pengumpulan data yang juga bersifat kualitatif, yaitu teknik wawancara, observasi, dan studi dokumentasi. Setelah data terkumpul, maka akan dilakukan analisa kualitatif dengan langkah proses klasifikasi dan kategorisasi data yang kemudian diinterpretasi dengan mengacu pada kerangka berfikir penelitian. Implikasi dari penelitian ini adalah mengutamakan penyajian berita local tanpa mengabaikan berita regional dan nasional.

BAB I

PENDAHULUAN

I. LATAR BELAKANG

Informasi merupakan sebuah kebutuhan yang sudah sejak dahulu diperlukan oleh manusia. Informasi adalah data yang telah diolah menjadi sebuah bentuk yang berarti bagi penerimanya dan bermanfaat dalam pengambilan keputusan saat ini ataupun saat mendatang. (Kelly) (2011: 10). Informasi yang dibutuhkan masyarakat dapat diterapkan sebagai media masyarakat mengenai sesuatu yang terjadi saat itu. salah satunya kabar yang tak jarang dicari masyarakat adalah kabar. Informasi yang adalah cerita atau keterangan mengenai suatu momen yang hangat (KBBI) menjadi suatu keperluan tersendiri bagi masyarakat. Berbagai metode dijalankan masyarakat demi menerima kabar hangat dan menarik untuk dibaca. Sehingga dengan adanya keperluan masyarakat terhadap informasi, kabar juga dapat dibuat bisnis dari dulu hingga kini.

Menurut Ilham Prigunanto dalam bukunya yang berjudul Praktik Ilmu Komunikasi Dalam Kehidupan Sehari-Hari mengatakan perkembangan teknologi komunikasi dan kabar saat ini memperlihatkan banyaknya media yang beredar dalam masyarakat, keperluan kabar dalam masyarakat tentu ikut serta meningkat. Di era serba maju ini masyarakat berharap mengetahui perkembangan suatu kejadian secara cepat dan instan. sejajar dengan pesatnya perkembangan teknologi komunikasi terlebih dunia maya, media memunculkan pengaruh dan pengaruh yang besar terhadap kehidupan masyarakat mulai dari kelas atas, menengah hingga masyarakat kelas bawah. Media benar-benar berkuasa dalam mengubah hidup publik, apalagi dalam hal mengubah sikap, karakter dan tingkah laku.

Salah satu teknologi komunikasi dan berita yang berkembang dikala ini yaitu telepon terampil yang diwujudkan sebagai media untuk mengakses seluruh berita via media digital mudah dan cepat. Masyarakat kini menggunakan telepon seluler ini menjadi alat komunikasi dan berita. Teknologi yang berkembang seperti pesatnya pemakaian smartphone dengan fitur super canggih dan tersedianya aplikasi yang terkoneksi dengan dunia maya maka peralihan pemakaian terhadap digital akan terus berkembang dan masyarakat akan mulai masuk mengadopsi era digital dikala ini.

Perkembangan teknologi yang begitu cepat kini menggeser adat istiadat masyarakat dalam mendapatkan sebuah isu berbentuk isu. Teknologi yang berkembang benar-benar cepat ini tentunya membuat pembaca dengan gampang mencari isu yang mereka inginkan secara cepat dan pas waktu. Maraknya layanan media online yang berbasis komputerisasi dan gampang diakses tentunya membuat masyarakat kian gampang dalam mendapatkan isu secara real time. Ini merupakan imbas dari revolusi komunikasi. Menurut Dissayanake, revolusi komunikasi merupakan peledakan (eksplorasi) teknologi komunikasi. Hal ini tentunya menggeser industry media cetak dalam pemasaran kabarnya. Media cetak yang biasanya memberikan isu-isu pada waktu tertentu, tentunya kurang diminati masyarakat kini. Kecuali karena pemberian isu-isu yang tak real time, media cetak berupa koran juga mewajibkan pembacanya mencari dan membeli format jasmaniah koran yang berupa kertas. Sehingga hal ini dianggap kuno dan kurang tepat sasaran di zaman yang serba komputerisasi kini.

Media cetak koran yang dari dahulu sudah menjadi media masyarakat dalam menerima isu, kini sudah mulai ditinggalkan. Beberapa dari mereka pun

mulai berevolusi dan berinovasi menjadi media komputerisasi demi menerima perhatian pelanggannya. Hal ini sudah marak terjadi di kota-kota besar di Indonesia. Namun hal itu berbanding terbalik bagi industry media cetak koran local. Koran cetak local asal Kalimantan Tengah hingga kini masih eksis dan masih diminati oleh masyarakat setempat. Walaupun tak seeksis dahulu, namun koran masih menjadi media isu utama bagi masyarakat untuk mengetahui isu dan isu local. Pembahasan tentang surat isu terbilang menarik karena terkait dengan perkembangan teknologi analog menjadi komputerisasi. Hadirnya berbagai media baru akan terkait dengan sistem masyarakat dalam mendapat isu. Fenomena terkini dari perkembangan media yaitu teknologi media yang memungkinkan terjadinya konvergensi teknologi media, telekomunikasi dan computer (Straubhaar, 2009).

Industry media cetak mungkin amat tertinggal kalau cuma mengandalkan kabar nasional. Pasalnya, kabar dan kabar berbasis nasional pasti telah lebih dulu diberitakan melalui media komputerisasi berbasis online yang bisa diakses kapan saja dan dimanapun secara tidak dipungut bayaran. Tapi, hal itu tak terjadi bagi kabar-kabar local. Informasi local tempat Kalimantan Tengah masih dicari masyarakat di media cetak. Pasalnya minat masyarakat dalam mencari kabar-isi di daerah sendiri masih rendah. Sehingga kabar yang terpampang di halaman kertas koran masih menjadi opsi yang digandrungi masyarakat. Masyarakat bisa mengenal sekilas seputar kejadian diwilayahnya cuma dengan memandang halaman koran. Selain itu, kabar yang ditampilkan dalam koran juga lebih komplit dibandingi kabar didalam media online. Hal itulah yang mewujudkan koran di kawasan local Kalimantan Tengah masih konsisten eksis di era pesatnya perkembangan komputerisasi sekarang salah satunya yaitu Radar Sampit.

Kebutuhan kepada interaktivitas komunikasi yang memungkinkan orang untuk berbagi sesuatu tanpa karakteristik delay inilah yang menjadi titik lemah teknologi konvensional dan sebaliknya menjadi salah satu dasar berkembangnya tren konvergensi media yang membuat khalayak memiliki lebih banyak alternatif media dengan konten yang semakin bermacam-macam pula (Grant dan Wilkinson, 2009). Dari konvergensi media inilah lahir cikal bakal koran digital yang bisa diakses oleh tiap-tiap orang secara mudah lewat gadgetnya. Hal itu pula yang dilaksanakan oleh Radar Sampit. Untuk itu, penulis mengangkat judul **“Pengaruh Perkembangan Teknologi Digital Terhadap Industri Media Cetak Surat Kabar Lokal (Study kasus pada kantor redaksi bertita Radar Sampit)”**

II. RUMUSAN MASALAH

Berdasarkan uraian pada latar belakang di atas, maka pembahasan dalam proposal ini akan ditekankan pada:

1. Bagaimana pengaruh perkembangan teknologi digital terhadap media cetak koran?
2. Bagaimana Strategi Radar Sampit untuk bersaing di era digitalisasi?

III. BATASAN MASALAH

Berdasarkan penekanan pembahasan di atas, maka ruang lingkup pada proposal ini adalah:

1. Pengaruh pesatnya kemajuan digital terhadap media cetak koran Radar Sampit.
2. Strategi Radar Sampit untuk bersaing di era digitalisasi.

IV. TUJUAN DAN MANFAAT PENELITIAN

1. Tujuan

Penelitian ini bertujuan untuk mengukur sejauh mana akibat dari perkembangan teknologi komputerisasi kepada media percetakan Radar Sampit serta sistem untuk menjaganya konsisten eksis. Kecuali itu, penelitian ini juga bertujuan untuk mengenal bagaimana industry Koran local konsisten bertahan dikala hampir seluruh orang beralih pada platform komputerisasi. Untuk itu, penelitian ini akan berkonsentrasi perihal bagaimana sistem dan taktik, serta mencari tahu sejauh mana perkembangan teknologi komputerisasi kini menggeser adat istiadat masyarakat dalam mendapat isu. Di sisi lain, penelitian ini juga bertujuan untuk mengenal taktik konvergensi media yang dilaksanakan oleh Radar Sampit di era digitalisasi ini, contoh konvergensi media yang dipilih, sampai factor penunjang dan penghalang konvergensi yang diaplikasikan oleh Radar Sampit.

2. Manfaat Penelitian

a. Manfaat teoritis

Secara teoritis, diharapkan penelitian ini bisa menjadi rujukan ilmiah lebih-lebih berhubungan dengan sejauh mana teknologi komputerisasi merubah budaya masyarakat dalam mendapatkan berita. Sehingga hal tersebut berpengaruh pada industry media cetak. Dengan mengetahui dampak tersebut, media cetak bisa mengerjakan dan memperkirakan konvergensi media jenis apa yang sesuai untuk bisa mengimbangi pesatnya perkembangan teknologi seperti sekarang. Kecuali itu, penelitian ini juga diinginkan bisa dibuat sebagai rujukan ilmiah dalam pengembangan penelitian berikutnya dibidang jurnalistik.

b. Manfaat Praktis

Secara praktis, penelitian ini diharapkan menjadi sebuah perkembangan seputar penelitian Jurnalistik terutamanya media cetak. Kecuali dapat menambah wawasan, diinginkan konvergensi Radar Sampit dapat menjadi salah satu model konvergensi media cetak bagi koran- koran daerah yang akan melaksanakan konvergensi.

BAB II

LANDASAN TEORI

Komunikasi adalah satu arah yang berguna untuk menjawab suatu pertanyaan, siapa mengatakan apa, melalui saluran apa, kepada siapa dan berdampak apa (*who say what in wich channel to whom with what effect*). (Harold Lasswell, 1948). Komunikasi merupakan aspek penting dan kompleks dalam kehidupan. Komunikasi berfungsi untuk mengetahui suatu kejadian tentang apa dari seseorang. Komunikasi bisa juga disebut sebagai berbagi. Membagi yang dimaksud adalah berbagi ide, gagasan, atau pemikiran seseorang dengan orang lain. Selain itu, komunikasi bersifat sama. Artinya, komunikasi yang dilakukan oleh dua orang atau lebih memiliki makna informasi yang sama. Dalam hakekatnya, terkandung kesamaan makna dan kesamaan pengertian di antara komunikator dan komunikan. Jika tidak ada kesamaan antara mereka yang melakukan komunikasi, maka komunikasi tidak akan berlangsung. Media penyampaian komunikasi saat ini sudah beragam. Mulai dari mulut ke mulut hingga melalui media. Salah satu media penyampaian informasi tertua adalah surat kabar. Surat kabar yang memuat berbagai informasi menjadi salah satu pilihan manusia sejak dahulu. Mudah-mudahan akses mendapatkannya hingga banyaknya informasi dalam selembar kertas menjadikan surat kabar banyak diminati oleh orang-orang.

A. Penelitian Terdahulu

Dalam penulisan ini, sebelum penulis mengerjakan penelitian ke lapangan, penulis mengerjakan riset sebagai tinjauan pustaka dalam pembentukan skripsi ini. Hal ini bertujuan untuk bahan kajian terhadap penelitian-penelitian sebelumnya yang relevan dengan judul skripsi yang diambil oleh penulis. Dengan begitu,

pembaca dapat membandingkan penelitian terdahulu, dengan penelitian yang dijalankan oleh penulis ketika membikin skripsi ini.

Berdasarkan penelusuran penulis, terdapat beberapa penelitian yang relevan dengan permasalahan yang diambil oleh penulis dalam pembuatan skripsi ini. Penelitian tersebut yaitu: “Tantangan Media Cetak Di Era Digitalisasi (studi kasus pada surat kabar harian rakyat Susel Makassar)”. Penelitian tersebut merupakan skripsi karya Hartina mahasiswa program studi Ilmu Komunikasi dari Universitas Muhammadiyah Makassar (2020).

Dalam isi skripsi tersebut dibebaskan bahwa latar belakang dari penelitian tersebut ialah pesatnya perkembangan teknologi serta aktifnya masyarakat dalam mengakses internet, memaksa media cetak untuk melakukan konvergensi media demi konsisten bertahan di era pesatnya perkembangan teknologi. Dalam penelitian tersebut dibebaskan bahwa surat harian rakyat Susel Makassar mampu bertahan dengan berinovasi ke arah Koran digital (e-paper) tanpa meninggalkan Koran dalam format kertas. Dengan semacam itu, sebagian pembaca bisa dengan gampang mengakses konten yang dihasilkan via telepon genggam mereka secara cepat dan gampang. Dari keseluruhan ini skripsi tersebut bisa disimpulkan bahwa materi yang dimuat dalam penelitian tersebut berfokus pada metode surat berita harian rakyat Sumsel Makassar dalam memasarkan kontennya.

Kedua, jurnal karya Budi Arista Romadhoni, mahasiswa program studi magister Ilmu Komunikasi Universitas Diponegoro yang berjudul “Meredupnya Media Cetak, Dampak Kemajuan Teknologi Informasi” (2018). Dalam jurnal tersebut, dibahas tentang meredupnya media cetak sejak tahun 2017 akibat dari kemajuan teknologi. Dalam penelitian tersebut dipaparkan pula survey dari salah

satu lembaga survey Nielsen untuk memperkuat data yang diberikan. Isi dari jurnal tersebut berfokus pada minat pembaca media cetak atau Koran secara keseluruhan.

Ketiga, skripsi karya Ainun Azizah mahasiswa program studi Jurnalistik Fakultas Ilmu Dakwah dan Komunikasi Universitas Islam Negeri Syarif Hidayatullah Jakarta yang berjudul “Strategi Konvergensi Media Cetak Pada Surat Kabar Radar Cirebon” (2021). Dalam penelitian tersebut dipaparkan bahwa perkembangan media online menjadi sebuah ancaman bagi industry Koran local. Sehingga mereka harus melakukan inovasi dengan melakukan konvergensi media. Dalam skripsi tersebut turut dipaparkan apa saja strategi surat kabar Radar Cirebon dalam mengatasi pesatnya perkembangan berita online sekarang.

B. Kajian Pustaka

1. Konvergensi Media

Pengertian Konvergensi Media

Konvergensi dalam kamus besar bahasa Indonesia adalah kondisi menuju satu spot pertemuan, memusat. Adapun pengertian pengertian konvergensi secara harfiah adalah dua benda atau lebih bersua / bersatu di suatu spot pemusatan pandangan mata ke suatu tempat yang benar-benar dekat. Konvergensi adalah bergabungnya media telekomunikasi tradisional dengan jaringan dunia maya sekalian. Konvergensi merupakan perubahan radikal dalam penanganan, penyediaan, distribusi, dan pemrosesan, seluruh bentuk informasi baik visual, audio, data, dan sebagainya. (Runtiko, 2012)

Kunci dari konvergensi adalah digitalisasi, karena segala bentuk info ataupun data diubah dari bentuk analog ke bentuk digital. Karna info yang dikirim adalah bentuk digital, konvergensi mengarah terhadap penciptaan produk produk

yang aplikatif yang kapabel mengerjakan fungsi audiovisual sekaligus komputasi.

konvergensi media yaitu salah satu wujud mediamorfosis yang merupakan suatu transformasi media komunikasi yang dimunculkan imbas berbagai kebutuhan yang dinikmati dan berbagai inovasi sosial dan teknologi. Fiddler menyatakan bahwa kehadiran konvergensi media merupakan salah satu bentuk mediamorfosis suatu media komunikasi yang ditimbulkan akibat hubungan timbal balik antara berbagai kebutuhan rumit yang dirasakan, politik, dan tekanan persaingan. (Fiddler, 2003).

Menurut Gunter konvergensi diistilahkan sebagai sebuah progres komunikasi dengan membikin dan membagikan isu antar individu untuk mencapai sebuah pengertian yang sama. Definisi konvergensi media lainnya yang lebih terang seperti dikatakan oleh Jenkis yaitu konvergensi sebagai sebuah progres multidimensi teknologi, ekonomi, sosial dan kultur global yang tidak berbeda dengan transisi dan transformasi periode Renaissance.

Pada awal 2000an, perkembangan teknologi informasi (TI) sudah menghadirkan media baru dalam penyebaran informasi, adalah media komputerisasi. Media konvensional bukan tidak mungkin akan mati di masa akan datang jika tidak mengikuti perkembangan teknologi komputerisasi. Dikala hampir semua orang beralih untuk memilih media komputerisasi yang lebih efisien untuk menerima informasi, secara otomatis semua macam wujud periklanan juga akan beralih ke media komputerisasi sebab tuntutan dari konsumen tersebut.

Dalam belasan tahun terakhir ini, konvergensi menjadi istilah paling populer di kalangan industri media. Konvergensi menjadi progres mediamorfosis dan esensi evolusi pada masa sekarang. Wujud media baru yang tidak terhitung banyaknya

dikala ini adalah hasil dari sebuah konvergensi berskala kecil. Konvergensi adalah perkawinan atau persilangan yang menciptakan transformasi atas masing-masing entitas dan berjumpa penciptaan entitas baru.

Perkembangan teknologi merupakan perpindahan teknologi menuju kearah yang lebih canggih dari masa ke masa yang tidak bisa di tunda kemajuannya. Hal ini secara langsung mengubah kebiasaan masyarakat dalam melakukan sesuatu. Dikutip dari buku sejarah perkembangan teknologi informasi dan komunikasi karya Nuryanto (2012), contoh perkembangan teknologi dapat dilihat dari perbedaan pemakaian alat pada zaman dulu dan zaman sekarang. Misalnya, jika masyarakat zaman dulu menerima sebuah informasi atau berita dari media cetak, radio, serta televisi, sekarang masyarakat zaman kini sudah berubah dengan mencari sebuah informasi atau berita melalui smartphone. Perkembangan teknologi inilah yang mempengaruhi sistem atau adat istiadat masyarakat dalam mendapatkan atau melaksanakan sesuatu.

Media berasal dari bahasa latin yang berarti antara atau perantara, yang mengacu pada sesuatu yang dapat mengaitkan informasi antara sumber dan penerima informasi. Media berdasarkan Newby yaitu saluran informasi (*channels of communication*) sementara itu, Rogers mengatakan saluran komunikasi yaitu alat yang membawa pesan dari seorang individu lainnya. Media juga di pandang sebagai bentuk-bentuk komunikasi yang melibatkan cara simbol dan perlengkapan produksi dan distribusi.

Dalam studi komunikasi, istilah media tak jarang diletakkan pada kata massa, mass media, yang perwujudannya dapat diperhatikan dalam format surat informasi atau koran, majalah, radio, video, layar kaca, computer, internet dan in-

internet, dan sebagainya. Seiring dengan kemajuan teknologi informasi, media menjadi suatu kajian menarik dan banyak diminati pada hampir seluruh disiplin ilmu meski penamaan yang sedikit berbeda. Seumpama, media telekomunikasi, media dakwah, pembelajaran bahasa mediasi komputer, media pembelajaran dan seterusnya. Dalam bidang komunikasi sosial, istilah media tak jarang diletakkan dengan sosial atau disebut dengan media sosial atau ada yang menyebutnya jejaring sosial, yang dikala ini amat digemari dimana-mana

Media yakni semua wujud saluran atau alat yang dipakai untuk mencari dan mendapatkan info atau pesan dari komunikator terhadap khalayak baik itu dalam wujud artikel atau cetak, gambar, video, bunyi. Media yakni alat berupa benda apa saja yang dapat dipakai sebagai perantara dan penyaluran pesan atau info untuk membantu masyarakat dalam tujuan tertentu.

Sebagian ahli psikologi memperhatikan bahwa dalam komunikasi antar manusia, maka media yang paling dominan dalam berkomunikasi yakni panca indera manusia seperti mata dan telinga. Pesan-pesan yang diterima panca indera diproses dalam pikiran manusia untuk mengendalikan dan memastikan sikapnya kepada sesuatu, sebelum diucapkan dalam perbuatan.

Kemajuan teknologi yang betul-betul kencang, terutamanya dibidang teknologi berita, seperti *dunia maya of things*, *smart city*, *big data*, dan *artificial intelligence (AI)* memberikan pengaruh perubahan lingkungan yang bersifat *volatility*, *urcentainity*, *complexity dan ambiguity (VUCA)*, (Muhammad Danuri, 2019). Perubahan lingkungan ini pengaruh pesatnya perkembangan teknologi yang tidak bisa ditahan lajunya. Masyarakat betul-betul terbantu dengan pesatnya perkembangan teknologi. Tiap individu bisa memanfaatkan perkembangan

teknologi ini dalam mempermudah profesi dan berkesibukan sehari-hari. Tidak saja mengubah gaya hidup manusia dari generasi ke generasi, kemajuan teknologi ikut berimbas terhadap cara pandang, cara berfikir, dan akselerasi neuron otak dalam merespon setiap perubahan dan kemajuan teknologi informasi tersebut, (Santoso, 2018).

Teknologi yang berpengaruh besar bagi kehidupan manusia yaitu dunia online. Dunia yang yaitu sebuah jaringan global memungkinkan tiap-tiap orang untuk dapat saling terhubung satu sama lain dengan cepat dan praktis. Kemajuan teknologi dunia online inilah yang perlahan merubah hampir seluruh kebiasaan manusia zaman sekarang. Di era modern ini, manusia tidak akan dapat lepas dari teknologi serta system komputerisasi dalam melaksanakan aktifitas sehari-hari. Seluruh kesibukan akan langsung terintegrasi dengan dunia online. Beragam fasilitas serta kemudahan yang diberi oleh teknologi ini membikin manusia semakin memerlukan teknologi untuk memudahkan aktifitasnya termasuk dalam memperoleh info.

Perkembangan teknologi kabar mengalami peningkatan yang sangat kencang. Perlahan, teknologi lama mulai ditinggalkan dan digantikan oleh teknologi baru yang lebih canggih sehingga bisa meningkatkan efektifitas dan efisiensi manusia. Zaman kini yang dikenal dengan era komputerisasi sudah mengganti campur tangan manusia dalam menjalankan sesuatu sebab sudah digantikan oleh system dalam kegiatannya. Kegiatan yang mulai berpindah dari manual ke system modern ini akan terus berlanjut dari masa ke masa. Sehingga manusia zaman kini tidak akan bisa lepas dari teknologi dan system. Di masa depan, manusia akan merasakan hasil karya teknologin komputerisasi tanpa perlu menjalankannya lagi

secara manual.

Pesatnya perkembangan teknologi berdampak pada cara masyarakat dalam mendapatkan suatu info. Penyedia layanan info wajib menjalankan revolusi media demi mempertahankan eksistensinya di masyarakat. Isu yang diproduksi di media cetak seperti Koran, majalah, maupun media lain seperti radio dan televisi kini telah mulai ditinggalkan masyarakat. Dengan beralihnya kultur ini, maka industry penyedia layanan info wajib mengubah cara lama mereka dalam menyampaikan info. Upaya penyampaian info kini telah dijalankan via dunia online berbasis website. Persaingan di dunia maya inilah yang menjadi tantangan disetiap media untuk memasarkan produk info info. Masyarakat yang kini telah terbiasa dengan kemudahan yang diberi oleh teknologi modern membuat mereka meninggalkan cara lama dalam mendapatkan suatu info. Sehingga tidak heran kalau media yang telah ada dari dulu mengubah cara lama mereka dalam memperkenalkan info menjadi lebih modern.

2. Media Cetak

a. Definisi media cetak

Media cetak adalah sebuah media yang menampilkan konten disebuah kertas untuk menyampaikan sebuah pesan atau berita terhadap khalayak. Media cetak berarti bahan bacaan yang dipriduksi secara professional, seperti buku, majalah, dan bahan cetak lainnya. Kecuali itu, fotocopy juga termasuk media cetak, (Ronlad H, 1994, 161). Media cetak mengacu pada media yang menyebarkan barang hasil cetakan. Umumnya di dalam media cetak terdapat faktor-faktor teks dan gambar sebagai visual. Di sini, media cetak lebih diberi pengarahannya pada bidang komunikasi untuk menyebarluaskan berita untuk

memenuhi keperluan massa (Yaumi, media dan teknologi pembelajaranI, 3). Media cetak biasanya diterapkan dalam berjenis-jenis variasi produk seperti majalah, buku, dan surat berita atau Koran.

Rudi Susilana dan Cepi Riyana berpendapat bahwa media cetak adalah media visual yang disajikan dalam bentuk huruf dan dibuat melalui proses percetakan yang berisikan tentang informasi, (2008, 14). Menurut Ronald H. Anderson menyatakan bahwa media cetak biasanya berarti bahan bacaan yang diproduksi secara profesional, seperti buku, majalah dan bahan cetakan lainnya. Selain itu *fotocopy* atau hasil reproduksi sendiri juga termasuk media cetak, (1994, 161). Media cetak juga dapat digunakan dalam pengajaran karena media cetak mempunyai beberapa kemampuan, khususnya kemampuan dalam tujuan *kognitif* (Ronald Anderson, 1994: 170).

Koran sudah menjadi media penyampai surat kabar dari dulu. Berita yang dimuat dari lembaran koran biasanya sudah berupa berita baku yang tinggal dipilih oleh pembaca. Berita yang disajikan di koran juga beraneka ragam. Mulai dari berita pemerintahan, berita ringan, hingga berita kriminal yang dikemas dalam bentuk cerita. Selain itu daya tarik koran juga terdapat pada headline dan foto disetiap halaman kertas. Headline yang menarik akan mengundang pembaca untuk membaca artikel atau berita yang tertera dalam sebuah kertas koran. Selain itu, kelebihan Koran adalah harganya yang terbilang murah, informasi yang dimuat sudah lengkap dan aktual, mudah menjangkau khalayak yang diinginkan, serta mudah dibawa kemana-mana (Ardianto, *Komunikasi Massa*. : 112).

Berbagai macam konten di kertas koran bisa dipilih masyarakat

tergantung dari media koran itu sendiri. berdasarkan ruang lingkungannya, Koran dapat di bagi menjadi Koran local, regional dan nasional (Ardianto,*Komunikasi Massa.* : 3). Koran yang menunjukkan informasi nasional sudah pasti akan tergantikan oleh media online berbasis web yang dapat diakses secara pesat dan mudah. Tetapi, tidak demikian dengan koran lokal. Surat info harian ini masih menjadi media utama masyarakat dalam mencari info didaerahnya.Hal ini dikarenakan tradisi masyarakat yang ogah mencari tahu perihal sesuatu yang terjadi diwilayahnya sendiri.Kepedulian masyarakat terhadap info diwilayahnya masih terbilang rendah. Hal inilah yang membuat industri koran lokal masih berada di depan dibandingi info online.

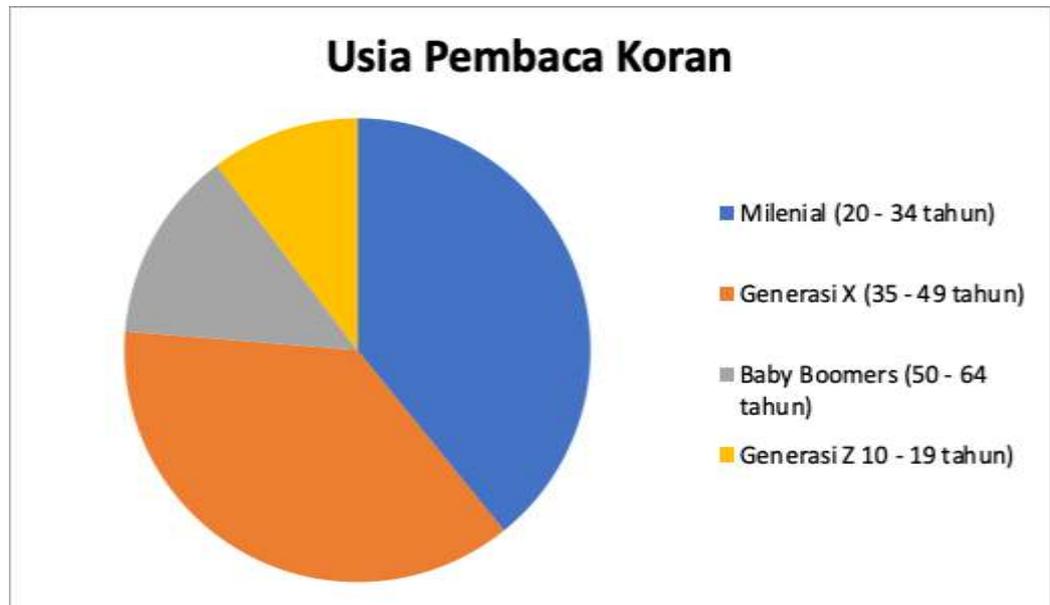
Tidak banyak masyarakat lokal disuatu wilayah secara sengaja mencari informasi maupun isu yang ada diwilayahnya. Hal inilah yang menjadi permasalahan bagi penyedia situs berita online untuk berkembang. Sebaliknya, industri koran yang sudah dari dulu menjadi trend, sampai sekarang masih diburu masyarakat dalam mencari informasi disekitar wilayahnya. Alasannya sederhana, informasi lokal yang ditampilkan oleh koran, sudah terpampang jelas disetiap lembar kertasnya. Sehingga membuat pembaca dapat dengan cepat mendapatkan informasi lebih banyak. Inilah yang menjadi keunggulan koran sehingga masih tetap eksis ditengah pesatnya kemajuan zaman.

Untuk mengembangkan dan memudahkan dalam pemasaran kontennya, koran lokal juga melakukan konvergensi media. Saat ini, koran sudah bertransformasi menjadi media digital. *Digital papernews* merupakan bentuk

koran baru yang bisa diakses oleh setiap individu melalui *smarphone*. Hadirnya teknologi digital membuat industri koran harus berpindah haluan dan menyediakan halaman digital. Mengutip dari catatan Tempo.com pada tahun 2012 Indonesia menduduki peringkat ke delapan dalam penggunaan *smartphone* dengan estimasi 27 juta pengguna yang merupakan hasil dari peningkatan pertumbuhan 36 persen dari tahun sebelumnya.

Dari data inilah pergeseran gaya hidup masyarakat dapat menjadi peluang baru bagi industri media cetak untuk memperluas konsumennya. Kini berita lokal tidak hanya bisa diakses melalui kertas, akan tetapi juga melalui harian digital. Kebutuhan informasi lokal tentunya masih banyak dibutuhkan baik itu bagi instansi pemerintah maupun masyarakat biasa. Hal itu digunakan untuk mempelajari dan menjadi kajian bagi pemerintah setempat dalam mempelajari suatu pekerjaan melalui isu-isu yang ditampilkan di koran lokal. Dengan adanya konvergensi media yang dilakukan oleh industri ini, maka koran dapat dengan mudah diakses secara cepat dan mudah kapan dan dimana saja.

Berdasarkan hasil survey Nielsen tahun 2017, Koran sudah mulai terlihat meredup meskipun masih banyak orang yang membaca media cetak tersebut. Mereka beralasan media cetak seperti Koran memuat berita yang berbobot dan minim berita hoax. Dari data tersebut dikatakan bahwa sebagian besar pembaca media cetak adalah masyarakat generasi milenial berkisar 20 – 34 tahun.



Suervei Nielsen 2017

Dilihat dari rentang usianya, pembaca Koran adalah orang-orang yang sudah memasuki usia produktif. Mereka yang membutuhkan informasi dalam dunia pekerjaannya biasa mengakses Koran untuk menampilkan berita pemerintahan untuk mengetahui situasi dan isu yang terjadi. Sedangkan generasi muda yang hanya biasa membaca berita entertainment, biasa mengaksesnya di kanal website. Hal itu karena mereka menilai berita online dapat dengan mudah diakses secara cepat tanpa harus membeli bentuk fisik berita seperti Koran.

Hingga sekarang, tercatat beberapa media surat kabar sudah merambah bisnis media online. Hal itu juga sejalan dengan perkembangan hukumnya. Media yang belum memiliki perusahaan media cetak secara hukum diperbolehkan menyebarkan informasi berita melalui internet. Ini juga menjadi tantangan baru. Dimana berita dan informasi yang disajikan tidak lagi terbatas pada edisi harian atau mingguan, tapi juga beredisi dalam hitungan jam. Berikut adalah beberapa

media cetak yang juga merambah ke berita online:

| Media Cetak | Media Online |
|--------------------|--|
| Kompas | www.kompas.com |
| Jakarta Post | www.thejakartapost.com |
| Jawa Pos | www.jawapost.com |
| Tempo | www.tempo.co.id |

b. Jenis-jenis media cetak

Jenis-jenis media cetak yang sering dijumpai adalah:

a). Surat kabar atau koran

Surat isu merupakan media massa yang paling tua diperbandingkan dengan media massa yang lainnya. Keberadaan surat isu dimulai sejak ditemukannya mesin cetak oleh Johan Guternberg di Jerman. Surat isu merupakan publikasi bersambung yang berisi seputar kejadian khusus dan biasa di cetak dan diedarkan satu hingga dua kali tiap-tiap hari. adian khusus dan umum di cetak dan diedarkan satu sampai dua kali setiap hari.

Pada hakikatnya koran atau biasa disebut surat isu merupakan alat komunikasi manusia dalam arti saluran dari pernyataan manusia yang bersifat biasa atau terbuka dan aktual serta teratur waktu terbitnya dalam bentuk tercetak. Surat isu sebagai media cetak cuma bisa disimak oleh khalayak yang berpendidikan dan memiliki kebiasaan membaca yang tinggi, dan sukar disimak oleh mereka yang berpendidikan rendah. Surat berita di edarkan tanpa mengunaka penutup (cover), yang diikat secara bersama yang berukuran kira-kira 297 mm x 420 mm. oleh karena surat berita memuat berita-berita mutakhir, karenanya kerap kali diwujudkan

sebagai salah satu bahan didik baik dalam format kliping ataupun dalam format lembaran- lembaran yang di potong sesuai dengan keperluan pelajaran.

Surat kabar boleh dikatakan sebagai media massa tertua sebelum ditemukan film, radio, dan tv. Surat kabar memiliki keterbatasan karena hanya bisa dinikmati oleh mereka yang melek huruf, serta lebih banyak disenangi oleh orangtua daripada kaum remaja dan anak-anak. (Hafied Cangara, 2015).

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 hampir punahnya karya cetak dalam masa hidup kita. Surat kabar di masa lalu telah berkali – kali menghadapi tantangan yang serupa namun masih tetap bertahan” (Baran, 2012: 130).

Menurut Onong Uchjana Effendy (2003:241) mengatakan bahwa surat kabar adalah lembaran tercetak yang memuat laporan yang terjadi di masyarakat dengan ciri – ciri terbit secara periodik, bersifat umum isinya termasa atau aktual, mengenal apa saja di seluruh dunia yang mengandung nilai – nilai untuk diketahui khalayak pembaca.

Menurut Renald Kasali (1992:99), surat kabar adalah suatu dokumen atau segala hal yang dikatakan orang lain dan rekaman peristiwa yang ditangkap oleh sang jurnalis dan dirubah dalam bentukkata – 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).

b) Majalah

Variasi ini terbit tiap pekan sekali atau bulanan. Info yang diangkat yakni berita in depth news dengan variasi berita yakni berita news atau seputar sebuah peristiwa.

c) Bulletin

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

C. Fungsi media cetak

Menurut Sumadiria, fungsi media cetak adalah:

1. *Informasi (to Inform)*

Ini merupakan fungsi utama dari sebuah surat kabar, ialah memberikan informasi yang akurat, faktual, menarik, penting, benar, dan bermanfaat.

2. *Edukasi (to educated)*

Inilah yang membedakan surat kabar dengan lembaga kemasyarakatan yang lain. Surat kabar harus mengajar. Pers sebagai lembaga ekonomi tidak cuma berorientasi komersial saja, tetapi juga harus mewariskan nilai-nilai luhur, nilai-nilai dasar nasional, dan kandungan tradisi-tradisi lokal dari segala generasi. Pers harus sanggup memerankan diri sebagai guru bangsa.

3. *Koreksi (to influence)*

Dalam hal ini, pers berfungsi mengawasi atau membatasi kekuasaan legislatif, eksekutif, dan yudikatif supaya kekuasaan mereka tak menjadi totaliter.

Maka dari itu, beberapa negara penganut mengerti demokrasi mewujudkan pers sebagai pemerintah dan masyarakat (*watchdog*). Padahal seperti itu, pers tetap berperilaku pantas perundang-undangan dan aturan yang berlaku.

4. Rekreasi (*to entertain*)

Pers juga kapabel memerankan dirinya sebagai wahana rekreasi yang menyenangkan bagi seluruh lapisan masyarakat. Informasi yang diberi tahu oleh pers tidak bersifat negatif dan destruktif.

5. Mediasi (*to mediate*)

Pers sebagai penghubung suatu peristiwa dengan peristiwa lainnya, satu tempat dengan tempat lainnya, satu orang dengan orang lainnya.

1. Berita Online

Kehadiran website pertama pada tahun 1989 oleh Tim Berners-Lee memunculkan ide baru dalam berbagai bidang salah satunya jurnalistik. Pemanfaatan laman website sebagai wadah dalam menebar informasi yang dapat mudah diakses menjadi cikal bakal berita berbasis dalam jaringan (*Daring*). Akhir tahun 1993 web pertama pada bidang jurnalistik diluncurkan oleh University of Florida (Noci, 2013). Sampai sekarang, dunia jurnalisme mengalami transformasi dalam hal wadah penyampaian informasinya. Abad ke-21 muncul jurnalisme baru yang memiliki sifat serta bentuk yang berbeda dibandingkan jurnalisme sebelumnya. Perbedaan tersebut terdapat pada aspek yang ada di mana-mana, akses informasi global, pelaporan secara cepat, interaktivitas, serta konten multimedia (Titis Nurwulan Suciati dan Ratna Pustpita, 2019).

Media baru mengubah jurnalisme dalam empat cara. Pertama, akibat dari munculnya teknologi baru, sifat konten berita berubah secara tidak terelakan. Kedua,

kebutuhan dan penggunaan alat saat peliputan oleh wartawan berubah di era digital. Ketiga, transformasi mendasar dialami oleh struktur ruang redaksi dan industry berita. Keempat, media baru membentuk seperti apa, dan bagaimana hubungan antara unsur dalam organisasi berita, jurnalis dan audiens mereka termasuk narasumber, pengiklan, pesaing, dan pemerintah (Jhon P Pavlik, 2001).

Media baru memunculkan perkembangan teknik bercerita baru yang melibatkan pembaca dalam setiap pelaporan berita. Selain itu, berita juga lebih jauh mengalir dan lebih cepat. Dalam cara lama, sebuah cerita dalam bentuk berita diproduksi dan diterbitkan oleh surat kabar atau diliput pada saat berita di televise malam hari, kemudian disunting pada keesokan harinya. Saat zaman terus berkembang, berita berbasis web akan menampilkan berita dan cerita yang baru saja diperbaharui. Pembaharuan tersebut dilakukan secara terus menerus mengikuti isu dan kejadian yang terjadi saat itu.

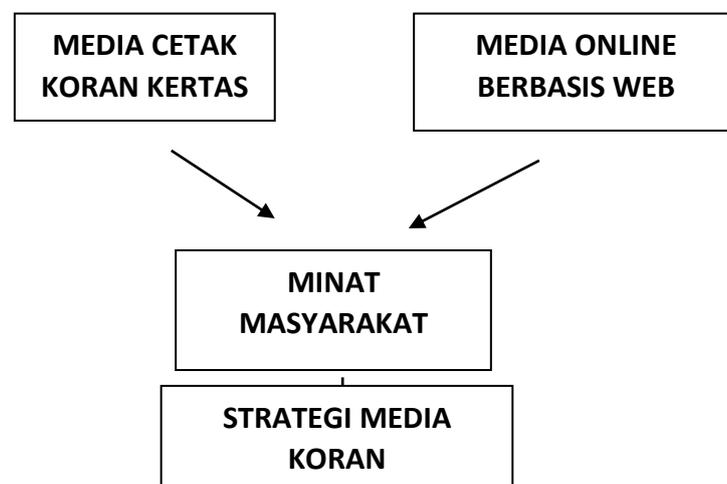
Pesatnya perkembangan teknologi akan mengubah wajah dunia jurnalistik. Jurnalisme online muncul karena pesatnya perkembangan teknologi yang didukung oleh maraknya penjualan gawai atau ponsel pintar. Media berita konvensional memanfaatkan perkembangan teknologi ini dengan menambah layanan berita online dalam berbagai bentuk. Praktik jurnalisme online ini tidak hanya melalui situs (*web*), akan tetapi media social. Sehingga penyebaran berita dapat dilakukan melalui media social (Muliawanti, 2018).

Media social adalah platform media yang memfokuskan pada eksistensi pengguna yang memfasilitasi mereka yang beraktifitas maupun berkolaborasi. Karena itu, media social dapat dapat dilihat sebagai fasilitator online

yang menguatkan hubungan antar pengguna sekaligus sebagai sebuah ikatan social (Nasrullah, 2016: 11). Saat smartphone menjadi sebuah kebutuhan, maka setiap aspek yang ada didalam gawai tersebut juga ikut andil dalam setiap kegiatan manusia. Maraknya penggunaan media social dapat dimanfaatkan dalam membantu memasarkan segala hal dengan mudah, bisnis periklanan hingga penyampaian informasi dapat dilakukan oleh siapapun dan kapanpun melalui media social. Hal ini tentunya mengubah cara jurnalis dalam hal peliputan hingga penyampaian berita. Berita langsung yang dihadirkan dimedia social dapat diakses dan disebarakan sesaat setelah suatu kejadian terjadi.

D. Kerangka Berfikir

Dari latar belakang, rumusan masalah, dan tujuan penelitian yang sudah dipaparkan penulis diatas, maka dalam memudahkan pembaca memahami alur penelitian ini penulis akan memaparkan dan menggambarkan bagaimana pendapat penikmat berita local terhadap Koran cetak, Koran digital dan media online berbasis website, serta strategi apa yang dilakukan oleh surat kabar harian Radar Sampit dalam kerangka berfikir berikut.



BAB III

METODE PENELITIAN

A. Metode Penelitian

Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode penelitian kualitatif. Metode penelitian kualitatif adalah jenis penelitian yang mengeksplorasi dan memahami makna di sejumlah individu yang berasal dari masalah social. (Creswell, 2016).

B. Lokasi dan Waktu Penelitian

Dari keadaan yang ada, penelitian memilih lokasi di kantor berita Radar Sampit sebagai media cetak harian local yang masih terbit sampai sekarang dengan Koran harian sebagai subjeknya. Selain itu akan dilakukan perbandingan dengan media online yang berbasis local di wilayah yang sama yaitu beritasampit.com. Penelitian ini akan menempuh waktu kurang lebih 2 bulan. Alasan peneliti mengapa penelitian ini dilakukan di cakupan wilayah tertentu adalah:

1. Menghindari kendala yang nantinya mengganggu saat proses penelitian berlangsung seperti kendala konten yang diterbitkan hingga jangkauan pembaca.
2. Kantor berita Radar Sampit merupakan kantor berita yang masih berfokus melakukan penertiban berita berbentuk Koran cetak hingga sekarang sehingga penelitian dapat terfokus pada satu tujuan.
3. Banyaknya penelitian terdahulu yang membahas hanya pada satu edisi Koran saja yang berbasis Koran nasional.

C. Subjek Penelitian

Subjek penelitian adalah responden atau informan yaitu orang yang bersedia memberikan informasi tentang data yang diinginkan peneliti terkait dengan penelitian

yang dilakukan.

Adapun informan dalam penelitian ini, yakni sebagai berikut:

- a. Masyarakat pembaca Koran : 10 Orang
- b. Redaksi : 5 Orang

Informan masyarakat diambil dengan criteria yang telah ditentukan yaitu masyarakat Kota Sampit. Peneliti melakukan wawancara dengan masyarakat yang faham terhadap perkembangan teknologi komunikasi dan informasi pada era saat ini, khususnya Koran yang sudah ada dalam bentuk digital yang lebih mudah diakses.

D. Instrument Penelitian

Salah satu kegiatan dalam perencanaan penelitian adalah instrument penelitian atau alat yang digunakan dalam pengumpulan sesuai dengan rumusan masalah yang diteliti. Adapun instrument yang dilakukan peneliti adalah:

1. Pedoman wawancara, yaitu daftar sejumlah pertanyaan yang dibuat oleh peneliti sebagai pedoman saat meneliti.
2. *Gadget*, sebagai alat yang digunakan peneliti dalam merekam hasil wawancara dengan responden.

E. Sumber Data

Data akan dikumpulkan dari berbagai sumber yang berhubungan dengan masalah yang sedang diteliti seperti jurnal, buku, website, artikel yang berkaitan dengan penelitian. Data yang diambil dalam penelitian ini adalah data primer dan data sekunder.

1. Data primer, adalah data yang diperoleh secara langsung dari sumber yang berkaitan dengan pembaca Koran cetak dan Koran digital serta berita online.
2. Data sekunder, adalah data yang diambil dalam bentuk yang sudah jadi melalui

publikasi dan informasi yang dikeluarkan oleh sejumlah majalah, artikel, jurnal, skripsi, buku yang berkaitan dengan Koran dan berita online.

F. Teknik Pengumpulan Data

1. Wawancara

Wawancara merupakan teknik pengumpulan data yang dinilai akurat karena dapat memperoleh informasi langsung dari narasumbernya. Dalam teknik pengumpulan ini, peneliti akan bertanya kepada responden secara langsung maupun tidak langsung melalui kontak pribadi untuk mengumpulkan data. Wawancara langsung adalah wawancara yang dilakukan secara bertatap muka langsung dengan responden, sedangkan wawancara tidak langsung adalah wawancara yang dilakukan melalui media seperti *Whatsapp* dan saluran telepon. Dalam wawancara ini, penulis akan memilih 10 orang responden dari masyarakat Kota Sampit dan 5 orang reponden dari instansi media cetak.

2. Observasi

Teknik observasi dilakukan dengan mengumpulkan data secara langsung dilapangan dengan mengamati dan meninjau secara cermat untuk mengetahui secara langsung kondisi di lapangan yang dijadikan tempat penelitian. Tujuan pengamatan adalah mencatat dan mendeskripsikan perilaku objek serta memahaminya (I Made Wirartha, 2006).

BAB IV

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

A. DESKRIPSI OBJEK PENELITIAN

1. Sejarah singkat PT. Manuntung Press

Koran harian Radar Sampit adalah salah satu surat kabar yang memiliki wilayah pemasaran di Kabupaten Kotawaringin Timur (Kotim). Koran yang mempunyai *tagline* “*Spirit Baru Kotawaringin*” ini mengklaim sebagai surat kabar harian yang mampu menjadi wadah informasi yang kredibel dan dapat dipercaya oleh masyarakat Kotawaringin. Koran yang diterbitkan oleh PT Manuntung Press ini anak buah dari salah satu kantor media terbesar di Indonesia yaitu Jawa Pos. Radar Sampit berdiri sejak 17 April 2006. Lokasi bertempat di Jl. MT Haryono No 88 Sampit.

Koran yang setiap hari terbit dengan 16 halaman ini dijual dengan harga Rp 5.000 perbuah dan harga langganan Rp 150.000 perbulan untuk Koran cetak, serta Rp 110.000 perbulan untuk Koran digital. Koran yang pertama kali terbit pada 17 April 2006 secara garis besar menyajikan informasi dari wilayah Kabupaten Kotim. Namun, beberapa berita yang disuguhkan juga berasal dari wilayah lain di lingkup Provinsi Kalimantan Tengah. Koran harian Radar Sampit mengambil klibat dari berita nasional Jawa Pos. dengan jumlah karyawan utama sebanyak 32 orang, sebagian perwajahan Koran Radar Sampit diadopsi dari berita Jawa Pos yang juga merupakan perusahaan yang menaungi surat kabar tersebut.

2. Tujuan harian Radar Sampit

Tujuan dari Koran Radar Sampit adalah untuk menyajikan berita kepada seluruh kalangan masyarakat khususnya di Kota Sampit Kabupaten Kotim untuk memenuhi kebutuhan informasi. Mereka hadir sebagai spirit baru dalam menyajikan berita yang

aktual berkaitan dengan berita politik, pemerintahan, kejadian tertentu, hingga criminal di wilayah lingkup Kota Sampit.

3. Struktur organisasi Radar Sampit

b. Struktur Redaksional

| | |
|------------------------|----------------------------|
| Komisaris Utama | : Erwin D Nugroho |
| Komisaris | : Wiji Winarko |
| Direktur | : Siti Fauziah, ST |
| Corporate Lawyer KGP | : Andi Syarifuddin, SH. MH |
| Pemimpin Redaksi | : Gunawan, SE |
| Koordinator Liputan | : Heru Prayitno |
| Redaktur | : Agus Jaks Purnama |
| Farid Mahliyannor | |
| Slamet Harmoko | |
| Staf Redaksi | : Rado |
| Sekretaris Redaksi | : Ratih Rahmadani |
| Manager Iklan | : Fafan Rinaldy |
| Designer Iklan | : Abdi Rahman |
| Manager Pemasaran | : Tono Triyono |
| Manager Keuangan | : Lestari Widodo |
| Keuangan & Admin Pajak | : Nia Kurniawati |
| Koordinator Layout | : M. Faisal |
| Layout | : Roby Fardian |
| Hadianur | |
| Danny Achmad | |

Wartawan : Henny Pusnita Sari

Yuni

Rado

b. Data Media

Penerbit : PT. Manuntung Press

Bahasa : Indonesia (EYD)

Halaman : 16 halaman

Rubrikasi : Utama, Nasional, Politik, Metropolis, Pemkab Kotim, Radar Pangkalan Bun, Kotawaringin, Radar Palangka, DPRD, Ekonomi, Hukum Kriminal

Area Edar : Kotawaringin meliputi Sampit, Pangkalan Bun, Seruyan serta kota Palangka Raya dan kota lain di Kalimantan tengah

Segmentasi : Segmentasi 25% Politik, Ekonomi Bisnis 15%, Metropolis 15%, Kriminal 10%, Life Style 10%

Setiap karyawan Radar Sampit memiliki peran dan tugasnya masing-masing yaitu:

a. Komisaris Utama

- 1) Menentukan tujuan umum perusahaan Radar Sampit.

2) Memberikan pengawasan dan pengarahan kepada tujuan dan sasaran tersebut.

b. Komisaris

1) Mengawasi direksi dalam menjalankan kegiatan untuk mencapai tujuan

2) Mengawasi dan mengevaluasi kinerja segenap direksi perusahaan.

3) Turut serta melakukan pengawasan dan perencanaan jangka panjang.

c. Direktur

1) Menetapkan sasaran perusahaan sesuai visi dan misi perusahaan

2) Menentukan jenis bisnis yang perlu dijalankan serta cara bagaimana mendapatkan sumber daya pokoknya.

3) Menggunakan SDM secara efisien sehingga dapat menghasilkan laba.

4) Mengusulkan pengeluaran dana dalam batas yang telah ditetapkan.

5) Menindak tegas karyawan yang kurang disiplin.

d. Corporate Lawyer KGP

1) Memberikan jasa hukum seperti menyusun perjanjian.

2) Menyusun kerjasama antar perusahaan

3) Membentuk dan mengoprasikan sebuah korporasi.

e. Pemimpin Redaksi

Pimpinan redaksi bertugas dalam menentukan kebijakan pemberitaan sebelum diterbitkan sesuai dengan visi dan misi perusahaan Radar Sampit, serta mengawasi secara langsung maupun tidak dalam menjalankan kebijakan.

f. Koordinator Liputan

Koordinator liputan bertugas untuk menyusun ide liputan dengan

memperhatikan ide yang ada pada berita yang akan diliput untuk selanjutnya ditigaskan kepada wartawan untuk melakukan peliputan.

g. Redaktur

Redaktur bertugas untuk memimpin penyampaian berita yang ada pada halaman tertentu, membuat rencana penugasan, mengolah berita, serta menilai kinerja wartawan yang ada di bidangnya.

h. Staf Redaksi

Staf redaksi bertugas melakukan penyuntingan dan pengeditan berita untuk memperbaiki naskah berita sebelum diterbitkan.

i. Sekretaris Redaksi

- 1) Menyediakan peralatan kerja redaksi.
- 2) Mengatur jadwal rapat redaksi.
- 3) Merencanakan rapat redaksi.

j. Manager Iklan

- 1) Menetapkan komposisi kategori iklan, dan menentukan komisi biro iklan sesuai kredibilitasnya.
- 2) Menjual iklan dari segi ukuran, warna pada client.
- 3) Membuat proposal untuk menentukan harga yang disepakati.
- 4) Menerima pemesanan tempat dan materi iklan bersama administarsinya.
- 5) Bertanggung jawab ketepatan penulisan iklans sesuai yang diinginkan client.

k. Designer Iklan

Designer iklan bertugas untuk membuat visual iklan sesuai dengan yang diinginkan oleh client serta menentukan ukuran dan warna sesuai kesepakatan.

l. Manager Pemasaran

Manager pemasaran bertugas untuk merencanakan, mengaeahkan dan mengkoordinir kebijakan program pemasaran dalam suatu perusahaan.

m. Manager Keuangan

- 1) Menyusun perencanaan keuangan.
- 2) Mengoprasikan kebutuhan keuangan.
- 3) Melakukan kerjasama dengan divisi manager lain
- 4) Menjadi narahubung perusahaan pada hal keuangan.

n. Keuangan dan Andmin Pajak

- 1) Membuat rencana keuangan.
- 2) Mengatur jalannya keungan perusahaan
- 3) Mengetahui dan membayarkan utang dan beban perusahaan
- 4) Menyusun kebijakan anggaran keuangan
- 5) Membuat laporan keuangan

o. Coordinator layout

Coordinator layout bertugas sebagai memimpin dan pencetus ide sebuah design pada kertas Koran sebelum dieksekusi oleh tim layout.

p. Layout

Layout bertugas menuangkan ide pada selembar halaman kertas Koran sesuai dengan isi berita, menentukan tata letak tulisan hingga membuat ilustrasi sesuai dengan ide berita.

q. Wartawan

Wartawan bertugas mengumpulkan berita dan mewawancarai narasumber di lapangan serta melakukan peliputan langsung ke lokasi kejadian.

B. Pengaruh Teknologi Digital Terhadap Koran Lokal

Berdasarkan hasil penelitian dan informasi yang telah dikumpulkan pada Koran harian Radar Sampit, dapat disimpulkan dan dijaleskan bahwa pengaruh era digitalisasi yang sekaligus menjadi tantangan bagi media cetak khususnya media cetak lokal adalah kecepatan dalam menerbitkan suatu berita. Koran harian yang berfokus pada berita local daerah Kotawaringin ini berhadapan dengan kebiasaan masyarakat sendiri yang sbagian besar tidak begitu tertarik dengan berita wilayah lokalnya sendiri. selain itu, berita yang disuguhkan sebagian besar adalah berita berbau pemerintahan atau politik. Sehingga daya tarik masyarakat yang kebanyakan tertarik pada berita infotemen dan nasional menjadi rendah. Beberapa pengaruh perkembangan teknologi yang dorasakan oleh Radar Sampit dapat dilihat dari tolak ukur konvergensi medianya yaitu:

1. Teknologi canggih

Ditengah pesatnya perkembangan teknologi modern seperti sekarang, tidak dapat dipungkiri akan perlahan-lahan melibas media-media terdahulu seperti media cetak. Seiring pesatnya teknologi berkembang, banyak media-medai berbasis online bermunculan. Media online yang dapat mempublikasikan berita setiap saat dengan cepat

menjadi pesaing utama bagi Radar Sampit. Melihat perkembangan teknologi tersebut, membuat Radar Sampit terus berbenah dan menghadirkan berita-berita unggulan khususnya berita yang banyak diminati masyarakat seperti kriminal. Selain itu, publikasi kinerja pemerintah juga menjadi senjata utama Radar Sampit dalam melakukan pemberitaan. Seperti yang dikatakan oleh Direktur Radar Sampit Siti Fauziah saat diwawancara:

“Koran Radar Sampit masih konsisten melakukan publikasi berita melalui media cetak. Hal itu karena masih banyak pelanggan yang berasal dari kantor pemerintahan yang perlu dipublikasikan ke masyarakat terkait dengan kinerja terbaiknya,” (hasil wawancara pada 23 November 2022).

Dari hasil wawancara di atas dapat dijelaskan bahwa pengaruh besar yang dihadapi oleh Radar Sampit dilihat dari konvergensinya adalah banyaknya pemberitaan yang dipublikasikan oleh media online. Sehingga mereka akan kalah cepat jika hanya mengandalkan Koran cetak berita *straight news* yang sering diminati masyarakat. Untuk itu, Radar Sampit menggantung instansi pemerintah untuk bekerjasama mempublikasikan dan mendokumentasikan kinerja terbaiknya kepada khalayak masyarakat. Selain itu, adanya media cetak lain juga menjadi tantangan lain bagi Radar Sampit untuk menyuguhkan berita yang menarik bagi masyarakat serta mencari perhatian pembaca dari kalangan pemerintah maupun pengusaha.

Untuk itu upaya terus dilakukan Radar Sampit untuk berbenah demi mengimbangi pesaing-pesaingnya khususnya media online. Nama “Radar Sampit” yang sudah akrab dikenal dan didengar oleh masyarakat Kota Sampit menjadikan peluang bagi kantor berita tersebut untuk melebarkan kiprahnya di dunia online. Melihat peluang itu, Radar Sampit kemudian melakukan konvergensi media dengan membuat beberapa upaya yang dapat menghadirkan berita ke tangan pembaca melalui gadget mereka. Kini Radar Sampit tidak

hanya berfokus pada media cetak Koran saja. Akan tetapi Radar Sampit juga menghadirkan *Digital News Paper* dan berita berbasis website. Website dengan nama Radarsampit.com dibuat untuk mengimbangi pesaing-pesaingnya, khususnya media online yang sekarang banyak bermunculan di Kota Sampit bahkan di Kalimantan tengah. Hal itu dilakukan karena membuat media online dengan nama yang sudah besar terbilang cukup gampang.

Berbagai upaya telah dilakukan Radar Sampit untuk tetap bertahan di era digitalisasi. Dalam penyampaian beritanya, khususnya melalui media online www.radarsampit.com mereka terus berupaya menghadirkan berita yang credible dengan cepat untuk bentuk berita yang berjenis *Straight News* seperti berita kriminal. Sedangkan untuk versi cetaknya mereka akan mengkaji lebih jauh tentang suatu isu dan memberikan informasi yang lebih aktual dan lengkap dibandingkan berita yang dipublikasikan secara online. Htersebut selaras dengan dengan petikan wawancara kepada Pemimpin Redaksi Radar Sampit, Gunawan, SE di bawah ini:

“Untuk mengimbangi pesatnya teknologi sekarang, Radar Sampit menghadirkan media online untuk memberikan informasi yang cepat kepada para pembaca. Melalui website dan social media, kita menyuguhkan berita secara langsung tentang kejadian apa, dimana, siapa, dan mengapa dalam suatu kejadian. Media online punya senjata kecepatan yang dimiliki mereka. itu yang menjadi nilai plus. Kita melihat peluang dengan nama adar Sampit” yang sudah akrab ditelinga. Sehingga dengan membuat media berbasis online, kita dapat menyuguhkan berita yang aktual dan cepat kepada para pembaca, sera dapat melenghkapi kembali beritanya pada cetakan Koran,” (hasil wawancara pada 23 November 2022).

Dari uraian di atas, dapat ditarik kesimpulan dan dijelaskan bahwa Radar Sampit terus berupaya mengimbangi pesaing-pesaingnya terutama dibidang media online adalah dengan melakukan korvegensi media dengan merembah ke industry digital berbasis web dan social media. Hal itu bertujuan untuk menyampaikan informasi secepat mungkin kepada pembaca, serta memberikan kemudahan dalam mengakses berita melalui internet.

Sebagaimana diketahui, konvergensi media adalah suatu keadaan yang seutuhnya mesti disesuaikan oleh penerbit media cetak melalui peningkatan SDM perusahaan industry pers dalam pemberian informasi dan penguasaan teknologi. (Kompas dalam Sugiya, 2012).

Dunia terus berkembang tahun ke tahun. Seiring perkembangan tersebut, era digitalisasi turut serta mengalami perubahan dan perkembangan. Hal tersebut akan berdampak kepada seluruh industry yang berjalan salah satunya adalah media. Dengan canggihnya teknologi sekarang, media dituntut agar dapat terus berkembang sesuai dengan perkembangan zaman. Melihat peluang yang ada, serta memperhatikan potensi sumber daya manusia. Hal tersebut selaras dengan perkataan Komisararis Radar Sampit Wiji Winarko dalam wawancara berikut:

“Kita harus mengikuti perubahan zaman. Untuk itu, dengan mudahnya akses teknologi sekarang, kita akan terus melakukan inovasi dan perkembangan melalui portal media social maupun media online yang kita miliki. Bagaimana kita mengolah berita dengan cepat, namun tetap aktual dan bisa dipertanggung jawabkan,” (hasil wawancara pada 2 Desember 2022)

Kesimpulan dari wawancara di atas bahwa sumber daya manusia yang ada di kantor berita Radar Sampit dituntut untuk bisa terus berinovasi mengikuti pesatnya perkembangan zaman. Menjaga konten berita agar tetap terpercaya namun juga menarik juga salah satu upaya Radar Sampit untuk tetap bisa bersaing dalam pesatnya perkembangan teknologi. Sehingga dengan begitu, Radar Sampit tetap berada selangkah lebih maju di depan dibandingkan pesaing-pesaingnya. Menurut Asep Syamsul Rhomli dalam buku jurnalistik : Panduan mengelola Media Online (Nuansa, Bandung, 2012) mengatakan bahwa media online merupakan media massa yang dimuat secara online di situs website. Dikatakan Rhomli, media online adalah media massa “generasi ketiga” setelah media cetak dan media elektronik. Media online merupakan produk jurnalistik berbasis online atau biasa disebut *Cyber Journalism* yang diproduksi dan didistribusikan

melalui Internet.

Koran harian Radar Sampit mulai beralih ke media online sejak eksisnya media social pada 2013. Radar Sampit mulai melihat peluang baru dari segi industry media online. pemanfaatan social media seperti instagram dan facebook, serta website dilakukan untuk menyebarkan konten berita kepada para pembaca. Tantangannya adalah bagaimana membuat berita dan konten yang disuguhkan bisa berbeda dengan media online serta media cetak lain. Untuk menarik perhatian pembaca, Radar Sampit menghadirkan informasi yang berbeda dengan judul yang dibuat lebih menarik dari pesaingnya. Mengambil sisi berita yang tepat untuk dijadikan judul, hingga penempatan ilustrasi yang menarik menjadi salah satu senjata bagi Radar Sampit untuk terus berkembang dan menarik perhatian pembaca.

Tantangan yang dihadapi media cetak saat ini adalah penyampaian berita dengan cepat kepada para pembaca. Mudahnya akses informasi melalui gawai pintar membuat media cetak Koran terus berupaya berkembang melalui konvergensi media. Sebagaimana diketahui, konvergensi media dan telekomunikasi digitalisasi mengacu pada format yang diketahui selaku komunikasi multimedia. Dimana, multimedia diketahui sebagai suatu kumpulan media yang dideskripsikan secara umum yang sedang menyatukan beberapa bentuk. (Fiddler, 2003).

2. Banyaknya Berita Hoax yang Beredar

Pesatnya perkembangan teknologi beserta kemudahannya membuat siapa saja dapat menyampaikan informasi secara cepat. Hal ini juga berpengaruh terhadap industry media. Untuk itu perkembangan teknologi ini berpengaruh terhadap media cetak dalam penyampaian berita. Radar Sampit harus sebisa mungkin bisa untuk tidak ikut menyebarkan berita hoax. Perlu kehati-hatian yang lebih untuk memilah berita yang

pantas untuk dipublish, sekaligus memberikan klarifikasi jika ada berita hoax yang tersebar dimasyarakat. Hal ini selaras dari hasil data survey yang dilakukan oleh kementrian komunikasi dan informatika Republik Indonesia berikut:



Sumber: Katadata Insight Center dan Kementrian Komunikaso dan Informatika Republik Indonesia, (2022). Status Literasi Digital di Indonesia Tahun 202.

Dari diagram di atas dapat dilihat bahwa penyebaran berita hoax banyak terdapat pada media sosial dan berita online. Hal itu dikarenakan media internet dapat diakses dengan mudah oleh siapa saja. Pesatnya perkembangan teknologi memungkinkan setiap orang dapat menyebarkan informasi secara mudah dan cepat. Sedangkan media cetak menduduki peringkat bawah dalam penyebaran berita hoax. Hal itu dikarenakan berita cetak harus memilih dan mengonfirmasi suatu informasi, dan telah dilakukan penyaringan oleh tenaga profesional.

Koran harian Radar Sampit berupaya menggabungkan dua media secara bersamaan yakni media cetak dan media online. Biasanya berita yang dimuat oleh wartawan di lapangan dan dimuat di kanal online, akan berbeda dan tidak utuh. Sementara berita utuh

tersebut akan disajikan secara lengkap akan disajikan dalam bentuk cetakan Koran lengkap dengan data-data dan informasi pendukung. Hal tersebut agar berita yang dihadirkan kepada pembaca terhindar dari hoax. Untuk mengatasi masalah ini, Radar Sampit mewajibkan para wartawannya untuk mencari berita dengan narasumber yang terpercaya dan berkompeten terhadap satu isu maupun berita. Hal tersebut agar berita yang disajikan dapat dipertanggung jawabkan isinya. Hal tersebut disampaikan oleh pimpinan redaksi Radar Sampit Gunawan SE dalam kutipan wawancara berikut:

“sekarang ini banyak beredar berita hoax. Apalagi dengan mudahnya penyebaran informasi. Tantangan kita adalah bagaimana kita menyajikan berita yang bisa dipertanggung jawabkan namun tetap menarik dari segi isi. Dengan perkembangan teknologi sekarang, kita dituntut untuk dapat membuat berita dengan cepat agar cepat juga dipublikasi. Sisa informasi yang belum dipublikasi di media online, akan diterbitkan lagi dalam versi cetak.” (hasil wawancara pada 23 November 2022)

Dari kutipan wawancara tersebut dapat ditarik kesimpulan bahwa perkembangan teknologi berpengaruh pada penyampaian berita serta media aksesnya. Pesatnya penyaluran informasi sekarang memaksa industry media cetak untuk turut serta membagikan berita dengan cepat ke tangan para pembaca. Selain itu, mereka juga dituntut untuk menyajikan berita yang asli dan terhindar dari berita hoax. Persaingan di era sekarang tidak lagi tentang konten berita yang menarik. Akan tetapi juga persaingan ketat terjadi dari segi penyampaian informasi yang mudah diakses, serta cepat. Untuk itu, tidak hanya media saja yang dituntut untuk berbenah. Namun jurnalis Radar Sampit juga dituntut untuk dapat berkembang sesuai dengan perkembangan zaman sekarang ini. Seperti diungkapkan Henny Pusnita Sari. Salah satu wartawan Radar Sampit berikut:

“Wartawan saat ini harus melek teknologi. Karena teknologi semakin canggih, kita dituntut untuk dapat menghasilkan produk jurnalistik dengan cepat namun juga aktual. Tanpa itu, kita akan terus tertinggal jauh,” (hasil wawancara pada 25 November 2022).

Dari hasil wawancara di atas, dapat disimpulkan bahwa tidak hanya dari segi platform berita saja yang harus berkembang untuk menyampaikan informasi. Akan tetapi, para jurnalis juga harus berkembang. Perbedaannya, jika dahulu jurnalis punya waktu satu hari untuk mencari dan menulis tentang satu isu berita, sekarang tantangannya adalah jurnalis harus mampu mengolah berita menjadi produk jurnalistik dengan waktu yang cepat. Setelah itu, informasi yang didapat akan disampaikan melalui media online. Hasil berita tersebut akan dilengkapi kembali untuk ditampilkan di halaman Koran secara lebih lengkap dan menarik.

3. Penyampaian berita

Salah satu dampak terbesar bagi industry media cetak sekarang adalah penyampaian informasi yang terbilang cukup lambat. Koran cetak hanya dapat memproduksi berita satu hari setelah berita ditulis. Hal inilah yang menjadikan masyarakat mulai meninggalkan Koran. Untuk itu tantangannya adalah bagaimana Koran Radar Sampit dapat menyaingi pesaingnya dalam hal penyampaian berita.

Nama “Radar Sampit” yang sudah akrab ditelinga masyarakat Kota Sampit menjadikan peluang kantor berita tersebut untuk dapat dengan mudah mengembangkan cara menyampaikan berita. Hal tersebut terbukti saat diluncurkannya Radarsampit.com, masyarakat akan cenderung memilih website tersebut ketimbang dengan website berita lain. Menurut penuturan Manager pemasaran Radar Sampit Tono Triyono, dalam satu hari pengakses website Radarsampit.com hampir mencapai 1000 pengunjung. Angka tersebut cukup banyak jika dibandingkan dengan media berita online serupa yaitu Beritasampit.com yang hanya memiliki kurang dari 100 pengunjung setiap hari.

Persaingan terbesar media saat ini adalah penyampaian berita dengan cepat kepada para pembaca melalui gadget mereka. Berbeda dengan surat kabar yang harus

menunggu keesokan harinya untuk menyampaikan berita, berita versi online ini dapat dengan cepat diakses oleh pembaca. Selain itu, pembaca hanya cukup mengklik social media atau website Radar Sampit untuk mengetahui informasi yang disajikan secara gratis dan praktis. Hal inilah yang menjadi salah satu alasan mengapa Radar Sampit masih bisa eksis ditengah pengaruh perkembangan teknologi yang sangat pesat. Hal itu disampaikan oleh Manager Pemasaran Radar Sampit Tono Triyono dalam wawancara berikut :

“Media saat ini sangat berkembang pesat. Dengan memanfaatkan nama yang sudah besar dimasyarakat Sampit, kita dapat dengan mudah melakukan konvergensi media. Meskipun era digital sangat berpengaruh terhadap media cetak kita, namun itu juga menjadi poin plus untuk kita agar dapat menyajikan berita kepada masyarakat,” (hasil wawancara pada 27 November 2022).

Dari hasil wawancara di atas, dapat disimpulkan bahwa tantangan dari Radar Sampit adalah penyampaian berita dengan cepat. Dengan banyaknya media yang muncul dengan basis online, mengharuskan Radar Sampit untuk juga turut melakukan perubahan. Mereka terbantu dengan nama yang cukup dikenal dikalangan masyarakat. Sehingga mereka dapat lebih jauh menjangkau kalangan pembaca seperti politisi, pelajar, mahasiswa, hingga masyarakat biasa.

4. Biaya serta cara mengakses berita

Pengaruh lain dari pesatnya perkembangan teknologi digital sekarang, juga berimbas pada penjualan Koran. Jika dahulu, Koran sangat laris, namun sekarang Koran hanya diminati oleh kalangan orang tua hingga perkantoran. Kemudahan dan murahnya cara mengakses berita online menjadi tantangan terbesar Radar Sampit untuk menjangkau para pembaca. Turunnya peminat media cetak membuat Radar Sampit harus memutar otak untuk tetap eksis di era digitalisasi. Akses berita yang murah membuat masyarakat menyukai berita online sekarang. Hanya dengan bermodalkan smartphone dan akses internet, masyarakat sudah bisa membaca berita dengan mudah dan cepat. Hal itu

disampaikan oleh staf redaksi Radar Sampit, Rado dalam kutipan wawancara berikut:

“Masyarakat sekarang lebih memilih membaca media online karena mudah dan murah akses berita tersebut. perkembangan teknologi ini tentunya berdampak negative bagi industry cetak. Hal itu menurunkan pembaca Koran dan beralih ke pembaca media online karena lebih mudah dan mudah,” (hasil wawancara pada 26 November 2022).

Dari hasil wawancara di atas, dapat disimpulkan bahwa teknologi yang pesat berpengaruh negative bagi pembaca Koran. Pembaca Koran menurun drastic sejak munculnya social media. Untuk itu, Radar Sampit harus memaksa untuk juga turut terjun langsung dalam akses digital agar tetap bertahan dan eksis diminati masyarakat.

Minat pembaca Koran juga terlihat dari rentang usianya. Sekarang ini Koran hanya diminati oleh masyarakat kalangan dewasa dengan rentang usia 50 tahun ke atas. Hal itui dapat dilihat darin penjual Koran eceran (asongan) yang hanya menjual Koran 5-10 buah perhari dengan target pelanggan mencakup usia di atas 50 tahun. Alasan mereka adalah karena berita di Koran dapat dipercaya sejak dahulu.

Dari semua hasil wawancara dan observasi yang dilakukan diketahui bahwa, era digitalisasi berpengaruh besar terhadap industry Koran terutama dari segi penyampaian berita. Hal tersebut berpengaruh pada minat baca masyarakat yang menjadi menurun akibat mudahnya mengakses informasi sekarang. sehingga ini menjadi tantangan baru untuk media Koran agar terus berinovasi mengikuti perkembangan zaman.

C. Strategi Koran Harian Radar Sampit Pada Era Digital

Pesatnya perkembangan teknologi di era modern sekarang tentunya sangat berdampak bagi industry media yang menampilkan cara menebar informasi lawas. Kemudahan mendapatkan informasi secara cepat dan murah menjadi factor utama peminat pembaca Koran menurun drastic. Hal itu dibuktikan dengan menurunnya jumlah pembeli dan pelanggan Koran baik itu Koran nasional maupun Koran local. Banyaknya

penggunaan gadget yang hampir semua orang memilikinya membuat akses untuk mendapatkan informasi melalui internet menjadi semakin mudah. Bagi industri media cetak Koran, diperlukan strategi untuk dapat bertahan dan bersaing di era digitalisasi sekarang. Upaya konvergensi media terus dilakukan seiring perkembangan zaman. Namun, demi menjaga kepercayaan pembaca, Radar Sampit memiliki beberapa strategi untuk tetap eksis di mata pembaca. Strategi tersebut antara lain:

1. Memberikan pelayanan yang maksimal kepada para pembaca

Selain melakukan perubahan media atau yang dikenal dengan konvergensi media untuk bersaing di era digitalisasi sekarang, diperlukan pula kepercayaan dari masyarakat untuk tetap setia membaca produk jurnalistik yang diolah oleh Radar Sampit. Manajemen yang baik akan memberikan kepuasan tersendiri di mata para pembaca. Hal itu dapat dibuktikan dengan banyaknya iklan dan berita kontrak yang diterbitkan oleh Radar Sampit dalam Koran hariannya sebagai bukti bahwa kepercayaan masyarakat masih sangat kuat. Iklan yang berimbang dengan berita menjadi parameter sebuah media yang sehat. Hal itu juga merupakan salah satu strategi untuk menanamkan kepercayaan kepada masyarakat. Radar Sampit terus berupaya membangun relasi sebanyak mungkin kepada perusahaan-perusahaan, instansi pemerintah dan politisi agar dapat terjalin kerjasama antara dua belah pihak melalui pengiklanan dan pemberitaan. Kepercayaan itu akan terbangun saat relasi yang baik dan sehat terjadi. Untuk itu, demi menjaga kerjasama yang baik dan menanamkan kepercayaannya, Radar Sampit menghadirkan *e-paper* dan portal berita yang memungkinkan produknya dapat diakses dengan mudah melalui gadget pembaca. Sehingga dengan begitu, Radar Sampit dapat menjangkau pembaca yang lebih luas. Hal itu selaras dengan perkataan Heru Prayitno selaku coordinator liputan Radar Sampit:

“Kita harus membangun relasi yang baik kepada perusahaan, instansi dan pembaca lainnya. Hal itu agar kita dapat dengan mudah mengadakan kerjasama karena mereka sudah memiliki kepercayaan kepada kita. Dengan adanya *e-paper* dan website, kita dapat dengan mudah mempublis produk kita ke gawai pembaca sehingga dapat menjangkau pembaca yang lebih luas,” (hasil wawancara pada 27 November 2022).



Gambar 2.1 : Koran Digital Radar Sampit

Hadirnya Koran digital yang dapat dengan mudah diakses melalui gawai pintar menjadi nilai lebih bagi Radar Sampit di mata para pembaca. Pembaca kini tidak lagi harus membeli kertas Koran berbentuk fisik. Akan tetapi cukup membeli Koran dengan bentuk digital, maka seluruh informasi yang dimuat oleh Koran Radar Sampit dihari itu dapat langsung dibaca melalui smatrphone pembaca. Sehingga dengan begitu, akses pembaca untuk mendapatkan informasi menjadi semakin mudah tanpa mengurangi nilai-nilai dan karakteristik yang ada dalam selemba kertas Koran.

Dari hasil wawancara dan observasi di atas, dapat disimpulkan bahwa strartegi Koran Radar Sampit untuk mampu bersaing di era digitalisasi adalah melakukan

pemanajemenan yang baik dengan banyak membangun relasi untuk menjalin kerjasama. Membangun kepercayaan kepada pemerintah untuk dapat menjadikan Radar Sampit sebagai media dalam pemberitaan kinerja pemerintah serta menjangkau pembaca yang lebih luas untuk dapat menarik pengiklan agar memasangkan produknya ke halaman Koran Radar Sampit. Kehadiran *e-paper* juga menjadi salah satu strategi untuk dapat menjangkau pembaca yang lebih luas. Dengan adanya *e-paper* tersebut, produk jurnalistik yang ditampilkan di Koran akan mudah diakses oleh pembaca melalui gadget mereka tanpa harus mencari Koran fisik terlebih dahulu. Dengan begitu, informasi mudah didapatkan tanpa mengurangi nilai-nilai dan ciri khas Koran Radar Sampit yang termuat dalam design layout Koran tersebut.

Surat kabar digital memiliki ciri interaktif. Artinya, para pengguna dan penyedia informasi dapat memberikan respon atau umpan balik satu sama lain secara langsung seperti surat kabar konvensional (Staubhaar dan LaRose, 2000). Ini menjadi strategi yang bisa dikatakan dapat membuat Koran berkembang. Karena strategi jenis ini merupakan hal yang baru bagi masyarakat. Namun, meski sudah hadir surat kabar berbentuk digital, para pembaca setia tetap lebih menyukai Koran model cetak untuk mendapatkan informasi. Seperti yang diungkapkan Suratmin salah satu pelanggan Koran Radar Sampit di bawah ini:

“Saya lebih suka membaca Koran. Karena lebih mudah dan saya membacanya lebih nyaman. Jika membaca melalui smartphone, saya harus mendaftar dulu dan melalui berbagai tahap. Itu membuat saya sedikit kerepotan. Jika membaca di kertas Koran, saya cukup berlangganan atau membeli, maka Koran sudah ada ditangan dan mudah dibaca,” (Hasil wawancara pada 2 Desember 2022).

Dari hasil wawancara di atas, Koran cetak Radar Sampit masih menjadi primadona bagi para pembaca setianya. Mereka beranggapan dapat dengan mudah memilih berita yang ada di Koran karena semua sudah terpampang dalam sebuah kertas panjang. Selain

tiu, berita yang ditampilkan juga bersifat aktual dan bisa dipertanggung jawabkan. Hal serupa juga diungkapkan oleh Nurdiansyah yang juga merupakan pelanggan Koran Radar Sampit. Dirinya mengatakan dengan membaca Koran, akan dapat memperoleh banyak informasi tentang isu-isu yang ada di wilayah local Sampit. Sehingga dapat m,enambah wawasan. Hal itu dia sampaikan pada kutipan wawancara di bawah ini:

“dengan membaca Koran, wawasan saya bertambah. Saya jadi tahu apa yang terjadi di Sampit. Selain itu berita dan designnya juga menarik. Jadi, saya seperti membaca cerita namun sekaligus mendapatkan informasi,” (hasil wawancara pada 2 Desember 2022).

Dari hasil wawancara di atas dapat disimpulkan bahwa Koran masih menjadi media utama para pelanggans etianya untuk mendapatkan informasi di seputar wilayah Kota Sampiy. Hal itu karena Koran sudah memuat banyak informasi yang disajikan dalam kertas Koran tanpa harus mencari terlebih dahulu. Dengan begitu, wawasan para pembaca juga akan bertambah.

2. Berinovasi dengan ide-ide baru

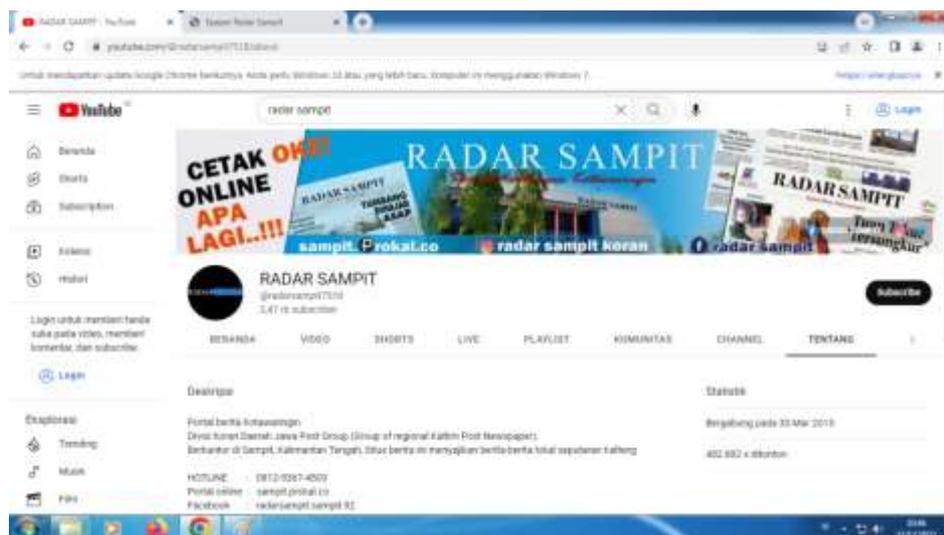
Agar tetap eksis di tengah banyaknya pesaing digital di era modern sekarang, tentunya diperlukan inovasi-inovasi baru untuk bisa bersaing di era digitalisasi. Merubah konten berita menjadi lebihmenarik, serta menambah media penyampaian informasi tentu harus dilakukan untuk mengimbangi pesatnya laju perkembangan zaman. Untuk itu, inovasi baru melalui berita berbasis video dan suara dilakukan Radar Sampit untuk menarik perhatian pembaca. Mereka mulai merambah ke media social hingga youtube untuk memaparkan berita produk mereka. hal tersebut disampaikan oleh Direktur Radar Sampit Siti Fauziah, ST di bawah ini:

“Dengan sumber daya yang ada sekarang dan akses teknologi yang mudah, kita akan memanfaatkan hal itu. sekarang kita juga merambah ke channel youtube dan media social seperti instagram dan youtube untuk dapat menjangkau pembaca yang

lebih luas lagi. Hal tersebut juga menarik di mata pembaca sekarang karena masyarakat lebih suka mendengar dan menonton dari pada membaca,” (hasil wawancara pada 22 November 2022).

Dari hasil wawancara di atas, dapat disimpulkan bahwa Radar Sampit juga menggunakan media yang sedang eksis sekarang yaitu youtube untuk memasarkan produk jurnalistik mereka. Selain konten berita berupa tulisan, mereka juga mengembangkan konten berita dengan berbasis video. Sehingga pembaca cukup menonton konten yang ditampilkan, maka informasi akan mudah didapatkan. Selain itu, model berita seperti ini dinilai mudah, murah dan praktis bagi para pembaca.

Gambar 2.2: Channel youtube Radar Sampit



Hadirnya akun youtube Radar Sampit menjadi bukti bahwa Radar Sampit terus melakukan inovasi dibidang konvergensi media sebagai dampak dari pesatnya perkembangan teknologi sekarang. berita-berita yang dimuat dalam kanal youtube tersebut merupakan berita cetak yang diolah menjadi audio dan dilengkapi juga dengan video, ini juga berimbas kepada jurnalis di lapangan. Mereka juga harus bisa memperoleh gambar selain juga mengumpulkan informasi. Sehingga satu

berita bisa dipublikasikan di tiga media sekaligus. Yaitu Koran cetak, website dan youtube dalam bentuk video.

Inovasi merupakan usaha mengkreasikan dan mengimplementasikan sesuatu menjadi satu kombinasi. Sehingga dengan inovasi, seseorang dapat menambahkan nilai produk, pelayanan, proses kerja, dan kebijakan tidak hanya bagi lembaga pendidikan, tapi juga stakeholder. (Joseph Schumpeter, 1934). Dalam pesatnya perkembangan teknologi sekarang, setiap insan harus berinovasi agar tidak tertinggal. Melihat peluang dari berbagai kemudahan yang disajikan teknologi menjadi salah satu kunci untuk dapat bersaing di era serba canggihb sekarang. untuk itu perlu ide-ide yang *out of the box* untuk menarik perhatian masyarakat agar melihat produk yang disajikan. Hal tersebut selaras yang dikatakan manager pemasaran Radar Sampit Tono Triyono dalam wawancara di bawah ini:

“kita harus mengikuti perkembangan zaman. Sudah dari dulu memang aturannya seperti itu. jika tidak, kita akan tertinggal. Dunia semakin berkembang, jika kita tidak mau belajar, maka kita akan gagal. Untuk itu, kita terus melakukan inovasi baik dari segi konten maupun konvergensi media,” (hasil wawancara pada 23 November 2022).

Dari hasil wawancara di atas, dapat disimpulkan bahwa media Radar Sampit terus melakukan perubahan dan pembaharuan sesuai dengan perkembangan zaman yang ada. Konten-konten yang diproduksi juga dibuat lebih menarik agar dapat menarik pembaca. Suguhan berita *straight news* dengan dibumbui sedikit gara *feature* menjadi senjata untuk membuat berita yang menarik. Selain itu dari segi design juga dilengkapi dengan gambar dan ilustrasi yang tidak hanya sekedar gambar. Akan tetapi juga berisi informasi yang tersembunyi di balik sebuah gambar ilustrasi. Hal itu disampaikan oleh coordinator layout Radar Sampit, M. Faisal dalam wawancara di bawah ini:

“kita harus bisa menarik mata pembaca khususnya dibagian depan halaman Koran. Untuk itu, kita buat design yang lebih menarik sekarang. dengan ditambahkan karikatur maka kita dapat menyelipkan informasi dalam ilustrasi tersenut,” (hasil wawancara pada 17 November 2022).

Dari hasil wawancara di atas, dapat disimpulkan bahwa penambahan ilustrasi yang menarik disertai pengambilan sudut berita yang bagus menjadi daya tarik tersendiri bagi pembaca. Pembaca yang cenderung melihat sekilas ilustrasi Koran, akan merasa tertarik dengan apa yang ditampilkan dalam media tersebut. sehingga akan terjadi rasa penasaran dan akhirnya membeli produk jurnalistik tersebut.

Dari hasil wawancara dan observasi di atas, maka dapat disimpulkan bahwa Radar Sampit kini tidak hanya berfokus pada media Koran cetak saja. Akan tetapi juga merambah ke dunia digital lain yang berbasis audio visual. Dengan begitu, masyarakat yang sudah terbiasa dengan kemudahan yang disajikan, akan tertarik dan melihat konten yang disajikan. Selain itu, ide-ide berita disajikan juga dibuat menarik untuk menarik para pembaca.

D. Analisis SWOT (*Strength, Weakness, Opportunities, and Threat*)

Pesatnya era digitalisasi memang berpengaruh serius bagi Koran cetak. Namun dengan berbagai strategi yang dilakukan, Radar Sampit masih tetap eksis di era sekarang. jika dilihat dari Analisis SWOT (*Strength, Weakness, Opportunities, and Threat*) maka dapat diuraikan sebagai berikut:

a. *Strength (kekuatan)*

Kekuatan yang dimiliki oleh Radar Sampit berupa sumber daya dan nama yang sudah dikenal oleh masyarakat. Sumber daya yang ada menjadikan Radar Sampit sebagai media terpercaya di wilayah lokal Sampit. Untuk itu Radar Sampit dapat dengan mudah menarik pengusaha, instansi pemerintah dan client lain untuk

melakukan kerjasama. Baik dalam hal kontrak berita maupun pengiklanan. Selain itu, kekuatan yang dimiliki Radar Sampit adalah mereka dinaungi oleh perusahaan besar yaitu Jawa Pos Group sehingga mereka tidak berdiri sendiri. seperti yang dijelaskan oleh direktur Radar Sampit Siti Fauziah, ST dalam kutipan wawancara di bawah ini:

“kekuatan kita ada dikontrak berita hasil kerjasama dengan pemerintah dan instansi lainnya. Untuk itu, kita harus memperkaya SDM kita untuk bisa menjalin relasi yang baik. dengan keterampilan yang dimiliki untuk melihat peluang dan memenuhi kebutuhan pembaca,” (hasil wawancara pada 22 November 2022).

Dari hasil wawancara di atas, dapat disimpulkan bahwa kekuatan terbesar dari Radar Sampit adalah dengan memperkuat sumber daya manusia untuk bisa menjalin relasi dengan baik sehingga terjadi kerjasama. Dalam kata lain, Radar Sampit mengandalkan berita kontrak yang digunakan sebagai tempat pemerintah untuk mempublikasi dan mendokumentasikan kinerja mereka. Mereka juga dituntut untuk bisa memanfaatkan keterampilan untuk mencari peluang agar dapat memenuhi kebutuhan para pembaca. Selanjutnya, kepercayaan yang besar kepada Radar Sampit juga merupakan sumber kekuatan sehingga banyak instansi yang menggunakan Radar Sampit untuk melakukan kerjasama dibidang periklanan dan pemberitaan. Seperti yang diungkapkan Gunawan, SE pimpinan redaksi Radar Sampit di bawah ini:

“Radar Sampit namanya sudah dikenal masyarakat. Sehingga citra yang kita bangun sudah ada. Sehingga banyak yang mempercayakan kita untuk melakukan kerjasama dalam menghasilkan produk-produk jurnalistik,” (hasil wawancara pada 22 November 2022).

Selaras dengan yang diucapkan pimpinan redaksi Radar Sampit bahwa nama yang sudah besar dan akrab di telinga masyarakat menjadi satu kekuatan mereka sehingga dapat dengan mudah menjalin kerjasama dalam hal periklanan

dan pemberitaan.

b. *Weakness (kelemahan)*

Weakness adalah strategi yang diterapkan Radar Sampit berdasarkan pemanfaatan peluang dengan meminimalisir kelemahan yang dimiliki. Hal tersebut dijelaskan oleh pimpinan redaksi Radar Sampit Gunawan, SE dalam kutipan wawancara berikut:

“Kelemahan kita adalah Koran ini sudah tidak lagi diminati. Banyak orang melihat berita dari media online. Untuk itu, kita juga bertransformasi ke dunia online seperti social media. Ini yang menjadikan kita tetap dikenal di telinga masyarakat. Selain itu, pembinaan jurnalis juga kita lakukan untuk bisa mendapatkan berita-berita terupdate,” (hasil wawancara pada 22 November 2022).

Dari hasil wawancara di atas, dapat dijelaskan bahwa kelemahan yang dimiliki Radar Sampit adalah minat masyarakat terhadap Koran yang sudah mulai hilang. Selain itu, kebiasaan masyarakat yang seakan tidak terlalu peduli dengan kabar di daerah membuat Radar Sampit harus berbenah untuk menutupi kekurangan tersebut. Namun, dengan melakukan konvergensi media, nama “Radar Sampit” akan masih akrab di telinga masyarakat sehingga menimbulkan citra yang baik untuk mencari peluang kerjasama dengan pihak luar.

c. *Opportunities (peluang)*

Peluang merupakan strategi jitu untuk bisa bersaing dan selalu terdepan. Dengan memanfaatkan peluang yang dimiliki, Radar Sampit bisa terus eksis di kalangan pembaca masyarakat Kota Sampit. Maksudnya, jika keunggulan suatu perusahaan ada pada nama yang sudah besar, tentunya ini harus dimanfaatkan. Karena perusahaan bisa dengan mudah melakukan konvergensi dan bertransformasi mengikuti perkembangan dan trend yang sekarang diminati masyarakat. Hal itu dijelaskan oleh pimpinan redaksi Radar Sampit Gunawan, SE dalam kutipan

wawancara berikut:

“Radar Sampit itu nama yang sudah akrab ditelinga masyarakat Kota Sampit. Sehingga ini menjadi peluang kita untuk melebarkan sayap supaya memperluas jangkauan. Sehingga setiap orang yang ingin mencari berita local daerah Sampit, mereka akan mencari Radar Sampit melalui internet maupun social media. Ini juga karena kepercayaan dan konsisten kita dalam menyajikan berita-berita yang aktual dan terpercaya,” (hasil wawancara pada 22 November 2022).

Dari hasil wawancara di atas dapat dijelaskan bahwa peluang yang ada pada Radar Sampit terdapat pada isi berita yang dimuat. Kepercayaan masyarakat terhadap berita yang bisa dipertanggung jawabkan yang diproduksi oleh Radar Sampit membuat citranya semakin baik di kalangan pembaca. Dengan citra tersebutlah Radar Sampit bisa dengan mudah melakukan perubahan dengan bertransformasi ke arah digital sehingga bisa menjangkau pembaca yang lebih luas lagi.

d. *Treath (Ancaman)*

Strategi dengan melihat ancaman yang ada membuat Radar Sampit terus mencoba untuk meningkatkan kelebihan yang sudah dimiliki, mengembangkannya, dan menjadikannya kekuatan baru untuk bisa bersaing dari kompetitornya. Pimpinan redaksi Radar Sampit, Gunawan, SE mengatakan bahwa;

“Ancaman bagi industry cetak seperti kita tentu saja media online. minat masyarakat sekarang sudah sangat berkurang terhadap Koran. Pembaca yang dulunya sering memegang Koran, sekarang hanya memegang gadget mereka dan memilih melihat berita melalui internet. Karena orang perlunya berita yang real time,” (hasil wawancara pada 22 November 2022).

Hasil wawancara tersebut menunjukkan bahwa ancaman yang terus mengancam Radar Sampit adalah jumlah pembaca media cetak yang semakin menurun. Pembaca banyak beralih ke dunia digital seperti website atau social media

seperti facebook dan instagram. Itulah yang menjadi tantangan besar Radar Sampit untuk bisa mengembangkan ide-ide dan agar mampu bersaing dengan competitor di ranag digital.

E. Hasil Analisi SWOT

Dari analisis SWOT di atas, beberapa yang strategi yang dapat dihasilkan oleh Radar Sampit yaitu:

a) Menyuguhkan harga yang sesuai

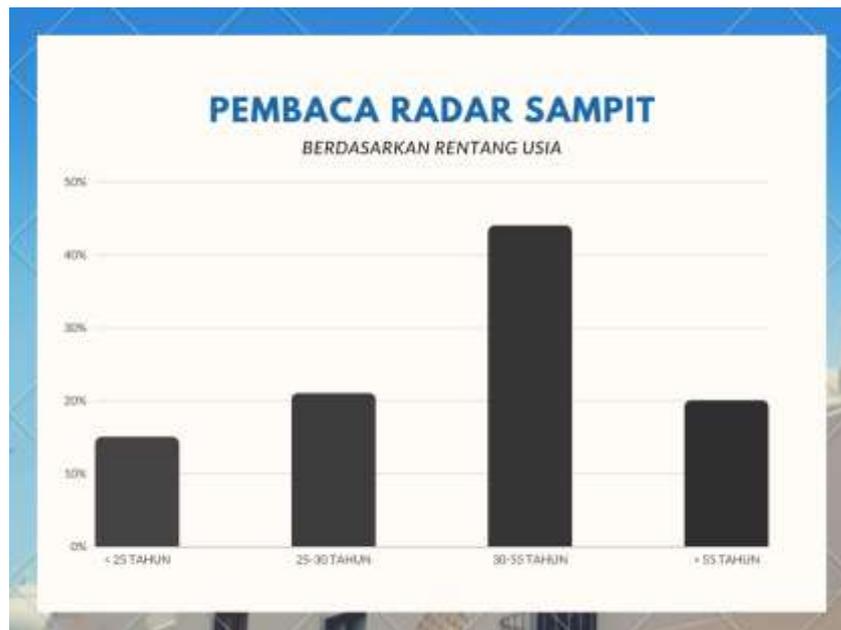
Harga yang merupakan hal penting untuk menarik konsumen adalah salah satu strategi yang efektif. Harga yang pas akan memberikan keuntungan serta dapat menarik konsumen dengan cepat. Bagi produsen, harga yang sesuai akan menjadi keuntungan bagi perusahaan. Sedangkan bagi konsumen harga yang pantas akan memberikan keuntungan dari kegiatan konsumsi yang dilakukan. Konsumen tentunya akan merasa puas ketika mereka membeli produk dan produk tersebut bermanfaat baginya dengan harga yang sesuai. Perusahaan tentunya harus memasang harga yang kompetitif, dimana harga tersebut akan dipandang layak bagi konsumen karena sesuai dengan manfaat produk yang diberikan. Harga yang sesuai juga akan mendapatkan nilai lebih di mata konsumen yang kemudian menjadi salah satu keunggulan untuk dapat bersaing dari competitor yang lain. Penetapan harga memiliki tujuan yaitu kelangsungan hidup, pemingkatan keuntungannya ada, kepemimpinan bagian pasar, dan kepemimpinan bagian produk. (Kolter, 1984). Hal ini sesuai dengan ardin pada wawancara di bawah ini:

“Cara Radar Sampit memberikan harga yang sesuai adalah dengan menetapkan harga surat kabar yaitu Rp5.000 per exsampler, perbulannya Rp150.000 untuk koraqn cetak danRp110.000 untuk Koran digital,” (hasil wawancara pada 27 November 2022).

Dari hasil wawancara di atas dapat ditarik kesimpulan bahwa salah satu strategi dari hasil analisis SWOT adalah memberikan harga yang sesuai kepada pembaca dan pelanggan. Sehingga dengan begitu harga tersebut akan menarik konsumen karena merasa harga yang ditawarkan sesuai dengan produk yang dihasilkan.

b) Perluasan target konsumen

Target konsumen merupakan yang akan dilayani dan ditawarkan produknya. Konsumen biasanya dibagi berdasarkan rentang umur dengan mengikuti selera pasarnya. Dengan mengetahui hal tersebut, perusahaan dapat menyesuaikan produknya agar dapat menjangkau konsumen yang lebih luas. Radar Sampit turut serta melebarkan sayapnya untuk memperluas konsumen. Dengan



menghadirkan inovasi-inovasi baru yang bersamaan juga dengan pemanfaatan teknologi di era digitalisasi. Rentang usia target pasar Koran harian Radar Sampit jika dilihat dari rentang usia adalah sebagai berikut:

usia di bawah 25 tahun sebanyak 15%, usia 25-30 tahun sebanyak 21%, usia 30-55 tahun sebanyak 44% dan usia di atas 55 tahun sebanyak 20%.

Sedangkan jika dilihat dari segi pekerjaan maka diperoleh sebagai berikut:



pelajar/mahasiswa sebanyak 10%, ASN/TNI/Polri sebanyak 45%, Karyawan swasta sebanyak 25% dan pengusaha sebanyak 20%. Hasil tersebut didapat saat melakukan wawancara dengan Ardin pada kutipan wawancara di bawah ini:

“Kita memperluas pasar dengan cara menghadirkan inovasi baru berupa Koran yang berbasis digital. Sehingga pembaca dapat dengan mudah mendapatkan Koran melalui hp mereka masing-masing. Bahawan yang kita bahas juga lebih dikembangkan. Mulai dari kejadian tertentu, politik, kinerja pemerintah, hingga hukum dan kriminal,” (hasil wawancara pada 17 November 2022).

Dari hasil wawancara tersebut dapat disimpulkan bahwa salah satu strategi Radar Sampit untuk memperluas target pasar adalah dengan menghadirkan *e-paper* sebagai konvergensi media kearah digital. Dengan hadirnya *e-paper* tersebut, maka Radar Sampit dapat memperoleh konsumen diberbagai rentang usia karena dapat

mudah diakses melalui gadget pintar.

c) Melakukan promosi

Jika sudah menemukan target pasar, maka strategi yang harus dilakukan adalah melakukan promosi. Promosi harus dilakukan Radar Sampit untuk bisa mencapai keberhasilan dalam persaingan bisnis media cetak. Peluang dapat diambil dengan melakukan promosi. Dengan memanfaatkan keunggulan dibidang teknologi dan nama yang sudah besar, maka bukan hal yang sulit untuk melakukan promosi. Dengan kemudahan akses teknologi di era digital sekarang, maka melakukan promosi bisa dibilang mudah dan murah. Terlebih lagi, melakukan promosi dibidang teknologi sangat memungkinkan untuk menggapai konsumen yang lebih luas. Hal itu dikatakan ardin dalam kutipan wawancara di bawah ini:

“Kita harus memanfaatkan teknologi untuk melakukan promosi yang tepat. Kemudahan mengakses informasi melalui social media seperti instagram dapat kita manfaatkan sebagai media untuk melakukan promosi. Dengan begitu, kita bisa mempromosikan produk kita kekhlayak dengan jumlah rentang usia yang tidak terbatas,” (hasil wawancara pada 27 November 2022).

Dari hasil wawancara di atas dapat disimpulkan bahwa Radar Sampit memanfaatkan kemudahan teknologi dengan melihat trend yang beredar di masyarakat dalam melakukan promosi. Sehingga dengan cara itu mereka bisa memasarkan produknya dengan mudah, murah dan dapat menjangkau konsumen dengan lebih banyak di era digital sekarang.

BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan uraian di atas, maka dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut:

1. Perkembangan teknologi sekarang sangat berpengaruh terhadap segala industri media cetak termasuk Koran local. Hal itu dikarenakan semakin mudahnya mengakses dan menyebarkan informasi di zaman sekarang, membuat para pembaca tidak lagi menggunakan cara lama seperti berlangganan atau membeli Koran dalam bentuk cetak. Hal tersebut karena informasi yang mereka butuhkan sudah tersedia dalam genggaman mereka. Selain berpengaruh terhadap kebiasaan dan selera masyarakat dalam mendapatkan informasi, era digitalisasi juga berpengaruh terhadap penerbitan berita. Berita Koran dalam bentuk cetak akan sangat tertinggal jika dibandingkan dengan media online yang bisa mempublis berita dengan cepat. Untuk itu, diperlukan strategi dan pandai melihat peluang harus dilakukan oleh segenap redaksi Radar Sampit untuk bisa bersaing dengan pesatnya era digital sekarang.
2. Perkembangan teknologi sekarang memang berpengaruh terhadap Koran Radar Sampit. Namun, kebiasaan masyarakat local yang seakan tidak terlalu peduli dengan kabar daerahnya, menjadi salah satu pemicu masih diminatinya Koran local bagi beberapa orang. Selain itu dengan berbagai kemudahan yang ditawarkan oleh teknologi sekarang yang memungkinkan setiap orang berbagi informasi, membuat berita yang disampaikan rentan terhadap hoax. Sehingga beberapa kalangan masih mengandalkan Koran untuk mencari berita yang aktual serta bisa dipertanggung jawabkan.
3. Melihat peluang tersebut Radar Sampit dengan nama yang sudah akrab ditelinga masyarakat Kabupaten Kotim menjadikan hal tersebut sebagai wadah untuk

melakukan konvergensi media. Ini salah satu upaya Radar Sampit agar bisa tetap eksis di tengah pesatnya kemajuan zaman sekarang. Dengan dihidupkannya Koran dalam bentuk digital, serta dibuatnya website, social media, hingga channel Youtube, maka nama Radar Sampit terus dikenal di masyarakat. Sehingga hal tersebut memudahkan Radar Sampit dalam mencari rekan kerjasama dalam hal pemberitaan maupun periklanan. Selain itu, nama Radar Sampit yang sudah besar di Kota Sampit, menjadikannya media yang dipercaya pemerintah untuk mendokumentasikan dan memberitakan kinerja terbaiknya. Sehingga dari situlah Radar Sampit masih bisa eksis sampai sekarang dengan menjalin relasi dan kerjasama dari berbagai bidang baik swasta maupun pemerintahan.

B. Saran

Dari uraian di atas, penulis ingin memberikan beberapa saran terkait hal tersebut, yaitu:

1. Dalam pesatnya perkembangan teknologi sekarang, Radar Sampit hendaknya lebih fokus pada pengembangan media digital seperti website, youtube serta Koran digital.
2. Dengan adanya konten berbasis audio visual, hendaknya Radar Sampit mencari tenaga ahli yang mampu membuat konten berita secara menarik dan membuat segmen liputan khusus untuk menarik pelanggan.
3. Bagi pembaca dan yang ingin melakukan penelitian selanjutnya, penulis berharap dapat lebih melengkapi aspek-aspek dan data penelitian yang dikumpulkan. Sehingga penelitian ini dapat lebih disempurnakan lagi dan dapat lebih bermanfaat.

DAFTAR PUSTAKA

- Canggara, Hafield. (2015). *Pengantar Ilmu Komunikasi: Edisi Kedua*. Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada.
- Effendi, Onong Uchjana. (2003). *Ilmu Teor dan Filsafat Komunikasi*. Bandung: Citra Aditya Bakti.
- Fikri, M AR. (2018). *Sejarah Media: Transformasi, Pemanfaatan dan Tantangan*. Malang: UB Press.
- Indah, Hermin Wahyuni. (2013). *Kebijakan “Media Baru” di Indonesia)Harapan, Dinamika, dan Capaian Kebijakan “Media Baru” di Indonesia*. Yogyakarta: Gajah Mada University Press.
- Suryadi, Edi. (2018). *Strategi Komunikasi (Sebuah Analisi Teori dan Praktis di Era Global)*. Bandung: PT. Remaja Rosdakarya.
- Mulyana (2001). *Pengantar Ilmu Komunikasi*. Bandung: Remaja Rosdakarya.
- Sumaridia, H. (2006). *Jurnalistik Indonesia*. Bandung: Simbiosis Rekatama Media.
- Habibie, D. K. (2018). *Dwifungsi Media Massa Ilmu Komunikasi Vol. 7 No.2*,
- Amri, Ahmad Rizqon. (2019). *Strategi Harian Waspada dalam Meningkatkan Mutu Media Cetak di Era Digitalisasi. (Online)*. Repositori Institusi USU <http://repositori.usu.ac.id/handle/123456789/14794>
- Arista, Budi Romadhoni. (2018). *Meredupnya Media Cetak Dampak Kemajuan Teknologi Informasi. (Online)*. Jurnal An- Nida, Vol. 10, No. 1 <https://ejournal.unisnu.ac.id/JKIN/article/view/741/1001>
- Kusuma, Satria. (2016). *Posisi Media Cetak di Tengah Perkembangan Media Online di Indonesia. (Online)*. Unika Atma Jaya Vol. 5, No. 1, Hal. 56-71 <http://ojs.atmajaya.ac.id/index.php/fiabikom/article/download/772/632>
- Syaroh, Muya, dkk. (2018). *Media Online Eksistensi dari Media Cetak di Era Kota Medan. (Online)*. Jurnal Network Media Vol. 1, No. 1, Februari <http://jurnal.dharmawangsa.ac.id/index.php/junetmedia/article/view/610>
- Laili, Fatma Khoirun Nida. (2014). *Persuasi dalam Media Komunikasi Massa. (Online)*. At- Tabsyir Jurnal Komunikasi Penyiaran Islam Vol. 2, No. 2, <http://journal.stainkudus.ac.id/index.php/komunikasi/article/view/502>
- Hidayat, Rizki. (2015). *Analisis Manajemen Penyiaran di Era Teknologi Informasi (Konvergensi Media). (Online)*. Konvergensi Volume 01, Nomor 01, <http://journal.paramadina.ac.id/index.php/IK/article/download/173/80>