

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Penelitian

Persaingan usaha di segala lini semakin tajam termasuk dalam bisnis media cetak dewasa ini. Dalam era globalisasi seperti sekarang, memaksa perusahaan media cetak melakukan inovasi agar bisa bertahan dan bahkan tetap berkembang di tengah menjamurnya media online dan media sosial.

Tak terkecuali persaingan media cetak yang terjadi di Provinsi Lampung dan Indonesia pada umumnya. Karena itu Tribun Lampung yang merupakan salah satu unit usaha Grup Tribun, Kompas Gramedia, juga berusaha keras untuk melakukan inovasi agar bisa bertahan melalui konsep konvergensi media. Konsep ini secara nasional memang dikembangkan oleh Grup Tribun, tinggal disesuaikan dengan kondisi daerah masing-masing dimana media cetak Tribun terbit.

Tentu saja *output* yang diharapkan dari konvergensi media adalah eksistensi harian ini mampu bersaing di era globalisasi. Dan bahkan menjadi *The Last Standing Newspaper* atau koran yang terakhir terbit. Ini karena diprediksi media cetak akan bertumbangan, dan koran Grup Tribun ingin menjadi harian yang terakhir tumbang setelah koran-koran yang lain tumbang lebih dulu.

Seperti kita saksikan beberapa media cetak baik lokal, nasional maupun luar negeri bertumbangan karena tidak mampu untuk bersaing. Tercatat sejumlah kendala yang dihadapi perusahaan media cetak saat ini yakni : Pertama, media *online* menjamur demikian juga sosial media. Budaya masyarakat yang

sebelumnya rajin membaca koran saat ini berpindah ke *online* dan media sosial. Ini karena tiap hari mengalir ratusan bahkan ribuan berita informasi yang muncul secara *realtime*. Bangun tidur, sambil makan, bahkan disela-sela ngobrol dan rapat buka ponsel melihat informasi terkini itulah budaya yang sekarang ini muncul di masyarakat. Inilah yang membikin koran kalah telak dibandingkan *online* dan media sosial. Informasi dari online atau yang berbasis internet lainnya dalam hitungan detik terus di-*update*.

Sangat beda jika masyarakat membaca koran dia harus menunggu terbit besok hari. Dari sisi kecepatan koran kalah jauh dengan media *online* dan sosial media. Kedua, daya beli masyarakat yang kian menurun termasuk daya beli membeli koran. Yang sebelumnya mampu berlangganan dua koran saat ini mengurangi jadi satu koran, dan yang sebelumnya berlangganan satu koran cukup membeli eceran. Sementara yang membeli eceran dia memutuskan tidak beli untuk menghemat pengeluaran.

Ketiga, dan yang ini paling mendasar yakni budaya masyarakat berubah menjadi *internet minded*, ditunjang kepemilikan *smartphone* yang bukan merupakan barang mewah lagi masa ini. Sehingga wajar di tempat antrian seperti antrian bus, salon, terminal dan lainnya masyarakat tidak membaca koran lagi tapi membuka *smartphone*.

Setiap perusahaan pers termasuk Tribun Lampung berusaha bertahan dan menang dalam hal persaingan untuk meraih pasar di era globalisasi ini, baik dari sisi produk maupun pangsa pasar. Salah satu untuk memenangkannya adalah

menyuguhkan informasi yang berkualitas dan cepat serta *digitalize* tentunya. Yakni dengan menyelenggarakan konvergensi media.

Seperti kita tahu komunikasi sangat penting terutama untuk interaksi antar manusia karena suka dan tidak suka komunikasi menjadi faktor proses sosial manusia sehari-hari yang mendasar dan vital. Disebut mendasar karena manusia sebagai anggota masyarakat ingin mempertahankan hidupnya. Disebut vital karena manusia harus mampu berkomunikasi dengan manusia lainnya agar tetap hidup.

Selain itu dengan pengalaman pada diri seseorang akan kian bertambah luas dengan komunikasi, sehingga dapat menyesuaikan sekaligus menyerap tingkah laku serta sikap dengan tingkah laku juga sikap dari orang lain.

Sangat wajar jika ilmu teknologi komunikasi mengalami kemajuan sedemikian pesat baik di kota besar maupun di wilayah pedesaan. Yang paling menyentuh dan dirasakan kehidupan bermasyarakat saat ini ialah kemajuan dalam bidang teknologi komunikasi dan informasi khususnya mengenai hal ini media cetak (koran, tabloid atau majalah).

Saat ini puluhan media cetak dalam dan luar negeri bertumbangan karena tidak mampu bersaing di era global mengakibatkan puluhan, ratusan bahkan ribuan karyawannya kehilangan pekerjaan. Hal ini karena seiring majunya teknologi komunikasi dan informasi khususnya internet membuat menjamurnya media *online* dan media sosial. Ribuan bahkan jutaan informasi tiap hari bisa didapat dari media online dan sosial media yang disajikan secara *realtime*.

Tabel 1.1 Media Cetak di Indonesia Yang Bertumbuhan

	Harian/Koran	Majalah/Tabloid
1	Sinar Harapan	Trax
2	Jakarta Globe	Rolling Stone
3	Koran Tempo Minggu	Penthouse
4	Harian Bola	Slam Indonesia
5	GerBernas	Soccer
6	Koran Celebes	HAI
7	Sentra Inilah Sulsel	BOLA
8	Joglosemar	Cosmo Girl Indonesia
9	Jurnal Nasional	Esquire Indonesia

Sumber : Berbagai Sumber

Yang disajikan dalam tabel tidak termasuk media cetak lokal yang jumlahnya puluhan hingga ribuan. Mereka tumbang dan gulung tikar karena menjamurnya media *online* dan sosial media juga daya beli masyarakat yang terus menurun, serta budaya masyarakat yang bergeser dari membaca koran menjadi cukup mengakses informasi melalui *smartphone* yang harganya terjangkau.

Media cetak yang gulung tikar di luar negeri juga mengalami nasib yang sama, antara lain *The New York Time*, *Newsweek*, *Reader's Digest*, *Rocky Mountain News* dan lainnya. Sebagian diantaranya beralih ke media *online* dan sebagian lainnya tutup serta melakukan pemutusan hubungan kerja (PHK) karyawan. Bahkan di Malaysia, *Harian Utusan Malaysia* yang berusia 80 tahun

mengalami kenyataan tragis, terpaksa ditutup dan seluruh karyawan diberhentikan, pada Oktober 2019.

Di sisi lain masyarakat dapat secara gratis menikmati media *online* sehingga otomatis mereka tidak membaca media cetak lagi. Inilah yang mengakibatkan media cetak satu demi satu bertumbangan. Media cetak baik koran, tabloid atau majalah gulung tikar atau ada yang berubah (bertransformasi) menjadi media *online*.

Sekarang media *online* seolah-olah menjadi tidak terbendung. Berbagai media cetak berbondong-bondong merambah produksi media *online*, sejalan dengan perkembangan teknologi dan informasi, yang dikarenakan setiap harinya, masyarakat membutuhkan informasi yang terbaru dengan cepat. Apalagi, dengan menjamurnya *smartphone* yang murah dan efisien. Setiap manusia, memiliki kebutuhan informasi yang tidak sama, maka dari itu, hal mendasar yang menjadi daya tarik utama bagi masyarakat adalah dengan adanya akses segala informasi melalui media *online*.

Pengguna internet hingga pertengahan tahun 2019 dari total 264 juta jiwa masyarakat Indonesia tercatat 171 juta orang (Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia) dan semakin bertambah setiap harinya. Oleh karena itu, situs dari media online semakin marak dan banyak diakses. Apalagi, dibanding media cetak, biaya operasional yang dibutuhkan media *online* jauh lebih murah, dikarenakan harga kertas yang merupakan *keyword* utama dalam percetakan koran menjadi semakin mahal setiap harinya.

Hal ini dikarenakan harga kertas koran dibeli menggunakan dollar AS, padahal kurs dollar AS semakin naik. Sejarah media membawa kita untuk membayangkan masa depan dengan serius. Terlebih lagi, pada masa ini semua perangkat teknologi media telah bersifat digital. Kebutuhan jurnalisme semakin terpenuhi dengan cepat melalui teknologi digital. Informasi dikemas dalam berbagai format secara visual maupun audio melalui digitalisasi, yang membuat informasi cepat mengalir secara personal ke masyarakat.

Ini merupakan keajaiban teknologi informasi pada masa ini. Jurnalisme menjadi memiliki keuntungan tersendiri. Menurut Bittner, komputerasi membuat informasi pemberitaan dapat diterima, dikirim serta disebar dalam kepingan data-data (Santana, 2005:3). Masyarakat tidak lagi menunggu hari selanjutnya untuk membeli sebuah koran, selama di sebuah daerah dilengkapi dengan ketersediaan jaringan internet, maka dengan mudah masyarakat dapat mengakses informasi dari seluruh penjuru dunia.

Bahkan ketersediaan jaringan internet gratis (*hotspot*) di pelosok kota dan desa menjadi ukuran prestasi tersendiri bagi kepala daerah. Semakin banyak area *hotspot* semakin maju kotanya dan tentu saja kepala daerah dipandang memiliki pikiran yang modern bagi warganya.

Lampung, sebagai provinsi yang maju di Indonesia tentu masyarakatnya akrab dengan internet. Tak heran jika media cetak di Lampung dan Bandar Lampung khususnya turut andil dalam menghadirkan media versi *online* mereka. Jika tidak mereka harus bersiap gulung tikar. Tercatat sejumlah koran yang besar

dan didirikan puluhan tahun lalu terpaksa tutup karena pembaca terus turun begitu juga pendapatan iklannya.

Dengan persaingan untuk merebut pasar media di negeri ini tentu timbul keingintahuan tentang inovasi atau kreativitas yang digunakan. Sebab masyarakat Indonesia tidak mudah dipengaruhi. Masyarakat hanya melihat kepentingannya yang dipermudah, dalam hal ini cepat dan murah mengakses informasi berita.

Di satu sisi bisnis di bidang media *online* cukup menggiurkan bagi pengusaha pers. Karena itu perusahaan besar, sedang dan kecil bahkan hanya dijalankan pribadi di negeri ini membuat media *online*. Selain itu perusahaan telekomunikasi dan telepon pintar mendukung dengan cara memproduksi sinyal, kuota dan gadget canggih.

Menurut mantan Ketua Dewan Pers Yosep Adi Prasetyo (2016-2019), total jumlah media massa di Indonesia sebanyak 47.000, dari jumlah itu 43.000 adalah media *online*, sekitar 2.000 media cetak, sisanya radio dan stasiun televisi. Namun dari jumlah itu yang termasuk dalam kategori media profesional sebanyak 2.400 media (mendapatkan sertifikat verifikasi administrasi dan factual dari Dewan Pers).

Dari sini, peneliti tertarik untuk meneliti bagaimana sebuah media cetak yang berusaha untuk bertahan dan berkembang menghadapi era globalisasi dengan melakukan konvergensi media yakni Tribun Lampung. Koran yang masuk dalam Tribun Network, salah satu unit usaha kelompok bisnis Kompas Gramedia ini terbit di kota Bandar Lampung dengan wilayah edar seluruh Provinsi Lampung.

Inovasi untuk mengantisipasi membanjirnya media online ini sendiri sudah dilakukan Tribun Network. Komisaris Tribun Network Herman Darmo sudah mengantisipasi dengan membikin portal berita *Tribunnews.com*, pada 23 Maret 2010, saat masih menjadi Direktur Grup Tribun Network. Kebijakan ini juga diteruskan Vice President Regional News KG Media Sentrijanto yang menggantikan Herman Darmo mengelola media lokal milik Kompas Gramedia tersebut.

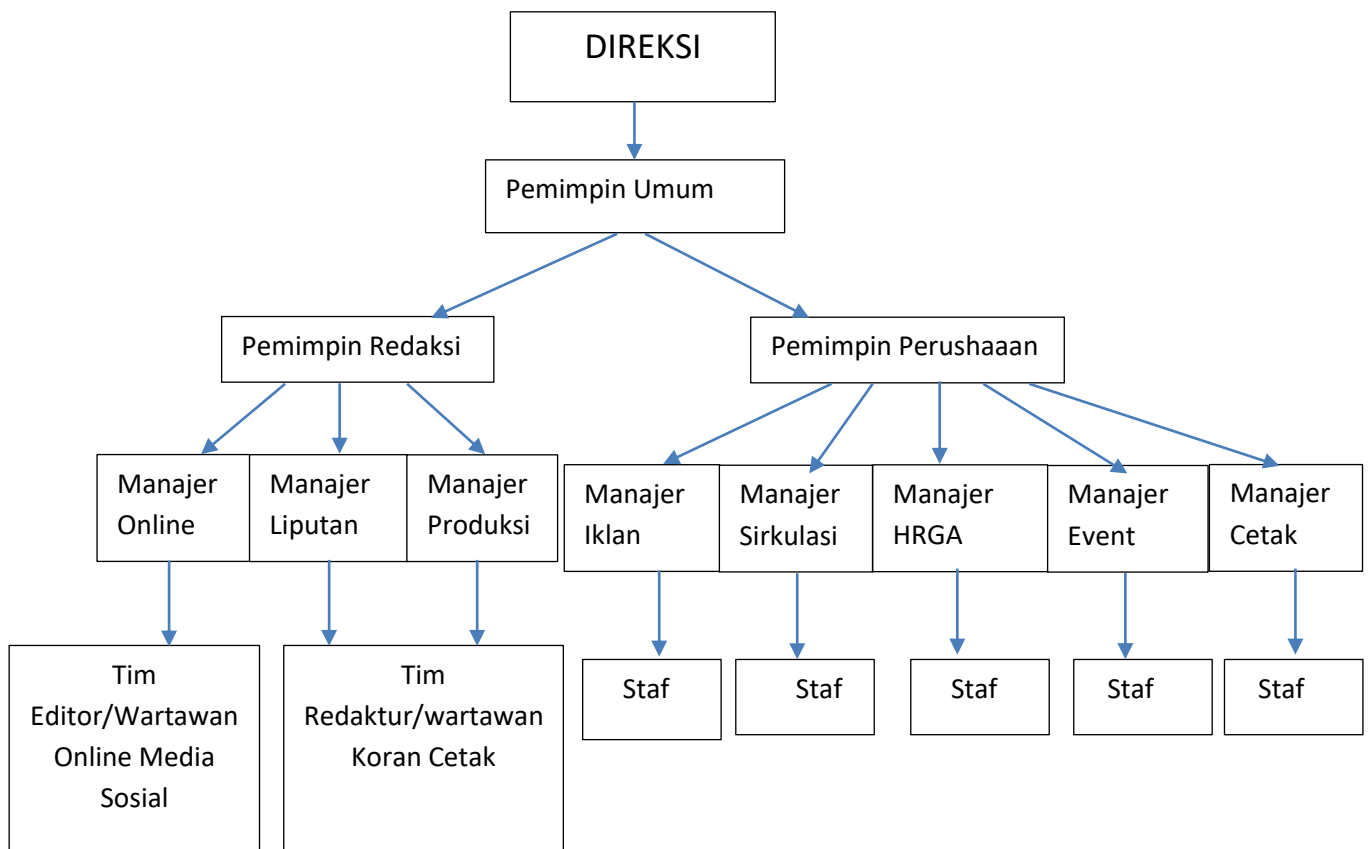
Dan saat ini *tribunnews.com* memiliki 190 juta user, bukan saja juara di Jakarta tetapi juga di Indonesia. Dengan tagline Hyper Local, *tribunnews.com* didukung penuh sekitar 25 portal daerah milik Tribun Network di daerah termasuk *tribunlampung.co.id* (milik Tribun Lampung).

Jajaran manajemen Tribun Lampung terus berupaya mendongkrak jumlah visitor *tribunlampung.co.id*. Meskipun oplah koran Tribun Lampung sendiri masih cukup tinggi, sehingga masih cukup banyak iklan yang dimuat di surat kabar setiap bulannya. Namun kekhawatiran tentang anjlognya tiras koran dan minimnya iklan cetak terkait serbuan media *online* dan munculnya generasi millennial yang tidak tertarik lagi pada media cetak, menjadikan Tribun Lampung harus siap bertransformasi menuju konvergensi media sekaligus mengantisipasi sejumlah prediksi para pakar tentang masa depan surat kabar.

Kesiapan melakukan transformasi digital menuju konvergensi media itu dengan membentuk divisi online yang dipimpin seorang manajer. Sehingga jika sebelumnya ada manajer liputan yang mengatur operasional liputan, dan manajer produksi yang mengatur penerbitan berita, saat ini ditambah manajer online yang

tugasnya mengatur arus berita online tribunlampung.co.id dan media sosial. Ketiga manajer tersebut di bawah kendali pemimpin redaksi yang mengorganisir produksi berita Tribun Lampung dan tribunlampung.co.id.

Gambar 1.1 Bagan Organisasi Tribun Lampung



Tentu saja keputusan media cetak seperti Tribun Lampung berinovasi melakukan konvergensi media tidak mudah, karena sejumlah faktor harus diperhatikan. Peneliti ingin mengetahui efektivitas proses bisnis (business process), pemahaman sumber daya manusia (SDM) dan ketersediaan infrastruktur untuk meningkatkan kualitas konvergensi media.

Media cetak membutuhkan waktu, biaya dan tenaga untuk bertransformasi digital dari media cetak tradisional ke modern dengan mengusung konsep konvergensi media.

Tak terkecuali Tribun Lampung, proses panjang harus dilalui untuk bertransformasi menuju konvergensi media. Dalam perubahan apapun akan selalu berdampak pada biaya dan sumber daya manusia. Selain itu biasanya salah satu konsekuensi proses perubahan adalah semakin mengarah pada budaya kompetisi.

Penelitian ini akan menganalisis apakah konvergensi media telah dijalankan dengan baik di lingkungan Tribun Lampung dari tiga sisi yakni business process (proses bisnis), sumber daya manusia (SDM) dan infrastruktur. Dengan demikian penelitian mengangkat sebuah konteks penelitian sebagai berikut **KONVERGENSI MEDIA TRIBUN LAMPUNG DALAM PERSAINGAN GLOBAL MEDIA CETAK DI PROVINSI LAMPUNG**

1.2. Identifikasi Masalah

Berdasarkan fokus penelitian di atas, maka yang terjadi perhatian dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Efektivitas proses bisnis atau business process Tribun Lampung bertransformasi menuju konvergensi media dalam memperluas jaringan beritanya sehingga berhasil mempertahankan pasar di era global.
2. Sumber daya manusia (SDM) yang mumpuni melalui pendidikan dan latihan yang digelar Tribun Lampung untuk menjadikan wartawannya bisa mengadopsi perkembangan teknologi informasi ini, ketersediaan infrastruktur

yang dibangun Tribun Lampung untuk melaksanakan transformasi digital menuju konvergensi media.

1.3 Rumusan Masalah

Memang tidak mudah bagi media cetak untuk berubah dari media konvensional menjadi media baru berkonsep konvergensi. Tribun Lampung yang terbit pertama kali pada 9 Juni 2009 hanya memiliki konsep sebagai koran cetak, dan saat ini dituntut menjadi media baru yang tidak hanya memproduksi media cetak tetapi juga media *online* dan media sosial.

Terutama yang harus menyesuaikan adalah sumber daya manusia khususnya bagian redaksi. Dimana sebelumnya wartawan hanya menulis berita untuk media cetak, sekarang harus piawai menulis berita untuk online dan juga media sosial.

Selain itu infrastruktur juga harus mendukung transformasi digital perusahaan pers. Media cetak harus melengkapi wartawannya dengan gadget canggih agar bisa dipergunakan untuk melaporkan secara langsung berita yang diliputnya untuk online. Gadget milik wartawan harus pula bisa dipergunakan untuk melakukan live streaming Face Book (FB).

Yang tak kalah penting perusahaan pers harus siap dengan business process (proses bisnis) untuk mendukung konvergensi media. Bisnis proses adalah kumpulan aktifitas atau pekerjaan terstruktur yang saling terkait untuk menyelesaikan suatu masalah tertentu yang menghasilkan produk atau layanan, untuk mencapai tujuan tertentu.

Dari latar belakang dan identifikasi penelitian yang dijabarkan di atas, maka peneliti memaparkan rumusan masalah penelitian yaitu : “Bagaimana efektifitas proses bisnis, sumber daya manusia dan infrastruktur mendukung konvergensi media di Tribun Lampung serta keberhasilan dalam persaingan global khususnya di Provinsi Lampung?”.

1.4. Batasan Masalah

Karena keterbatasan waktu, dana, tenaga, dan teori-teori, serta agar penelitian ini dilakukan secara *in-depth* (mendalam) maka penelitian ini dibatasi dalam lingkup kantor Tribun Lampung sebagai obyek penelitian yakni transformasi digital menuju konvergensi media. Sedangkan subyek penelitian adalah wartawan, redaktur dan manajer, pemimpin redaksi dan pemimpin perusahaan media cetak Tribun Lampung.

1.5 Manfaat Penelitian

Diharapkan penelitian ini akan memberikan manfaat antara lain:

a. Kegunaan Teoritis :

1. Hasil Penelitian diharapkan dapat berkontribusi bagi pengembangan ilmu komunikasi pada umumnya, serta jurnalistik pada khususnya. Terutama perkembangan teknologi informasi seiring persaingan global.
2. Memberikan sumbangan pemikiran ilmiah dalam bidang jurnalistik dan perubahan media cetak melakukan transformasi digital menuju konvergensi media.

3. Diharapkan dapat digunakan sebagai pedoman, acuan atau landasan teori ilmu komunikasi. Khususnya pada penelitian sejenis untuk tahap berikutnya.

b. Kegunaan Praktis :

1. Hasil penelitian diharapkan bisa menjadi panduan bagi para pengusaha pers khususnya media cetak tentang bagaimana cara menghadapi persaingan di dunia global seperti saat ini.
2. Hasil penelitian diharapkan juga bisa digunakan sebagai pengetahuan para pemasang iklan untuk menentukan dan membagi porsi anggaran iklan baik di media cetak maupun media online.