

BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang

Media cetak terus mengalami pengurangan dalam segi pembaca. Menurut survey Nielsen sejak tahun 2005 pembaca koran semakin mengalami penurunan yang sangat signifikan, dari perolehan 28 persen pada kuartal pertama tahun 2005 menjadi hanya 19 persen pada kuartal kedua pada tahun 2009 (Kompas, 2009).

Semakin berkurangnya pengguna media cetak ini juga dapat dilihat dari penelitian yang dilakukan (Romadhoni, 2017). Romadhoni (2017) menyatakan bahwasanya media cetak di tahun 2017 semakin mengalami pengurangan, hal ini terjadi tidak hanya di skala nasional tetapi juga terjadi di skala internasional. Media cetak memang sudah mulai ditinggalkan oleh para pembacanya, hal ini terjadi karena para pembaca kini lebih suka mencari informasi dari media massa melalui *handphone* dan juga komputer untuk mencari informasi dari media *online*. Survey serta penelitian ini memperlihatkan bahwasanya eksistensi media cetak saat kian terancam.

Berkurangnya jumlah pengguna dan juga semakin terancamnya eksistensi media cetak terjadi akibat adanya suatu perkembangan dan juga semakin bertambahnya media berbasis digital atau media *online*. Media *online* sendiri kini semakin berkembang dan juga terus bertambah. Sebagaimana yang dinyatakan (Prasetyo, 2018) saat ini di Indonesia total jumlah media diperkirakan mencapai angka 47.000 media. Di antara jumlah tersebut, 43.000nya adalah media *online*, hal ini memperlihatkan bahwasanya media *online* di Indonesia semakin terus

bertambah dan berkurang. Perkembangan media *online* berbasis internet ini tentu menjadi sebuah ancaman yang sangat serius terhadap eksistensi media cetak, khususnya surat kabar.

Eksistensi media cetak yang semakin terancam dan juga semakin berkurang penggunaannya juga terjadi akibat adanya peralihan pencarian informasi dalam kehidupan masyarakat dari media cetak ke media *online*. Neilsen Indonesia (dalam Reilly, 2017) menyatakan bahwa di Indonesia saat ini pembaca media digital sudah lebih banyak ketimbang media cetak. Jumlah pembeli koran terus merosot dalam empat tahun terakhir karena masyarakat beranggapan bahwa informasi harus bisa didapat secara gratis.

Semakin berkembangnya dan semakin banyaknya media *online* yang mengakibatkan eksistensi media cetak juga terjadi akibat adanya suatu perkembangan pengguna internet yang semakin bertambah banyak. Menurut survey yang dilakukan oleh We Are Social (WAS) bahwa Indonesia merupakan salah satu negara dengan populasi pengguna internet terbesar di dunia, terdapat 204,7 juta pengguna internet di tanah air per Januari 2022. Jumlah ini naik 1,03% dibandingkan tahun sebelumnya. Pada tahun 2021, jumlah pengguna internet di Indonesia tercatat sebanyak 202,6 juta (Annur, 2022). Media digital tumbuh semakin besar seiring dengan semakin pesatnya perkembangan teknologi informasi, dan semakin bertambah banyaknya pengguna internet pada kehidupan masyarakat.

Pesatnya perkembangan internet menjadi faktor terbesar yang membuat masyarakat dapat mengakses media *online* secara mudah (Kusuma, 2016).

Perkembangan serta hadirnya media *online* berbasis internet ini tentu menjadi sebuah ancaman yang sangat serius terhadap eksistensi media cetak, khususnya surat kabar. Kondisi ini membuat eksistensi atau keberadaan media cetak menjadi terancam di dalam ruang lingkup kehidupan masyarakat. Ancaman itu bahkan mampu menyentuh jantung pertahanan industri surat kabar sendiri, yang mana mengakibatkan banyak surat kabar yang harus sampai gulung tikar akibat tidak mampu bersaing dengan media *online* yang semakin hari semakin berkembang tersebut. Mohammad (2019: 4) menyatakan fakta yang ada sejauh ini menunjukkan, sejumlah perusahaan media cetak di tanah air gulung tikar, karena ketidakmampuannya merebut pasar di tengah menjamurnya media *online*.

Media cetak dinilai sangat jauh tertinggal dari media *online*, dan juga media *online* dipandang lebih update dalam memberikan sebuah informasi. Selain itu media *online* juga dianggap lebih praktis dan efisien dalam mencari sebuah informasi terbaru, karena dengan hanya bermodalkan handphone dan jaringan internet masyarakat sudah bisa mendapatkan informasi dengan mudah. M. Romli (2012: 37) menyatakan terdapat karakteristik serta keunggulan media *online* dibandingkan media konvensional seperti aktual, cepat, *update*, kapasitas luas, fleksibel, interaktif, terdokumentasi serta *hyperlinked*. Berbeda dengan media cetak yang mana harus menggunakan berlembar-lembar koran untuk mendapatkan sebuah informasi. Qorib et al (2019) menyatakan bahwasanya untuk mendapatkan informasi dari koran harus mengeluarkan biaya, dan juga para penjual koran keliling sudah mulai jarang ditemui.

Pamuji (2019: 2) menyatakan bahwa para pengamat dan praktisi media massa memiliki analisis yang berbeda. Di satu sisi runtuhnya surat kabar dikarenakan semakin pesatnya perkembangan teknologi informasi dan komunikasi yang menghadirkan media baru berbasis internet itu. Di sisi lain penyebab banyaknya media cetak yang tutup usia bukan semata-mata karena tren masyarakat yang menggandrungi media baru atau media *online*, tetapi karena media cetak tidak menawarkan ruang yang lebih nyaman bagi industrialisasi. Pada saat yang sama, media *online* atau media digital berbasis internet menawarkan apa yang tidak dimiliki oleh media cetak dengan berbagai kekurangan dan kelebihan. Kusuma (2016) menyatakan surat kabar terkesan lambat, karena informasi yang sudah di bombardir oleh media digital baru dapat dinikmati oleh para pembaca keesokan harinya melalui media cetak. Sementara untuk media *online* memiliki keunggulan cepat dan lengkap.

Eksistensi media cetak yang semakin terancam karena semakin berkembangnya media *online*, membuat media cetak harus membuat strategi-strategi baru yang harus dilakukan guna dapat mempertahankan eksistensinya dalam kehidupan masyarakat. Pamuji (2019) menyatakan gempuran media berbasis digital membuat media cetak harus menyikapinya dengan cermat, seperti halnya dengan membuat sebuah strategi jitu dalam mengantisipasi adanya perubahan yang terjadi. Media cetak tidak lagi bisa hanya mengandalkan aktualitas, kedalaman atau juga kecepatan, tetapi media cetak sudah harus memikirkan strategi baru yang dapat membuat mereka bertahan dalam menghadapi perubahan yang akan terjadi.

Media cetak harus mampu membuat strategi yang dapat membuat eksistensinya terus terjaga. Media cetak dapat membuat suatu strategi seperti terus mengedepankan dan membuat sebuah pemberitaan yang memiliki kredibilitas dan kepercayaan terkait informasi yang disajikan. Kredibilitas dan kepercayaan masyarakat ini dapat menjadi salah satu strategi yang bisa dilakukan oleh media cetak guna dapat mempertahankan eksistensinya. Media cetak tidak lagi hanya bersaing dengan sesama kompetitor media cetak, tetapi mereka harus bersaing dan berjuang melawan media *online*, yang mana pada saat ini terus berkembang dan juga semakin mengancam eksistensi atau keberadaan mereka di dalam masyarakat.

Perkembangan internet yang semakin pesat juga dapat dimanfaatkan oleh media cetak untuk dapat mempertahankan eksistensinya, dengan cara membuat sebuah strategi konvergensi media. Konvergensi media merupakan penggabungan sebuah media konvensional seperti media cetak dengan sebuah perkembangan teknologi berbasis digital. Resmadi & Yuliar (2014) menyatakan konvergensi media adalah pelibatan teknologi dalam sebuah perkembangan media massa. Kehadiran internet mendorong media massa seperti media cetak menerapkan konsep konvergensi media seperti media *online*, e-paper, e-books hingga media sosial. Konvergensi media dapat menjadi sebuah strategi media konvensional seperti media cetak dalam mempertahankan eksistensinya di tengah perkembangan media berbasis digital atau *online*. Khadziq (2016) menyatakan strategi konvergensi dapat membawa dampak yang sangat positif terhadap tumbuhnya pasar bagi media-media lokal. Keputusan melakukan konvergensi media merupakan sebuah langkah bagus bagi para media yang ingin terus

mempertahankan eksistensinya serta berjuang memperbaiki pelayanan kepada masyarakat.

Kehadiran media *online* yang semakin maju dan berkembang tidak serta-merta dapat langsung menggeser keberadaan media media cetak. Kumia (2005) menyatakan media *online* dengan segala kelebihanannya tidak begitu saja dapat menggeser keberadaan media tradisional seperti media cetak yang sampai sekarang tetap dibutuhkan masyarakat untuk menjadi sumber informasi, membuat media cetak harus terus berusaha dalam mempertahankan eksistensinya dengan melakukan atau membuat strategi-strategi baru. Tentunya juga eksistensi media cetak secara tidak serta merta dapat dipandang telah habis atau mati. Hingga kini media cetak masih terbilang eksis di beberapa daerah yang ada di Indonesia. Media cetak hingga kini masih eksis di tengah tumbuhnya media-media daring. Media cetak seperti koran masih menjadi rujukan informasi yang terpercaya dan berkualitas bagi masyarakat, khususnya di Kalimantan barat (Pontianakpost, 2022).

Di Indonesia sendiri media cetak sudah berdiri sejak zaman penjajahan dahulu dan hingga kini masih tetap ada. Media cetak juga merupakan salah satu media yang menjadi saksi sejarah dari kemerdekaan Indonesia. Di mana pada saat itu proklamasi kemerdekaan Indonesia di informasikan melalui salah satunya media surat kabar (Welianto, 2022). Faktor historis ini bisa jadi menjadi salah satu faktor mengapa media cetak hingga kini masih tetap hidup dikalangan masyarakat Indonesia.

Media massa merupakan salah satu prasarana yang terus memenuh kebutuhan informasi masyarakat. Elvinaro (dalam Habibie, 2018) menyebutkan

media massa berfungsi sebagai pengawasan, penafsiran, pertalian, penyebaran nilai-nilai, serta sebagai hiburan. Masyarakat hingga pada saat ini masih terus menggunakan media massa sebagai penyuplai informasi mereka. Media massa sendiri terdiri dari beberapa media seperti media cetak, media elektronik dan media *online*. Media cetak sendiri juga terdiri dari berbagai jenis seperti surat kabar dan majalah, sedangkan media elektronik terdiri dari beberapa media seperti televisi dan radio, sedangkan media *online* adalah sebuah perkembangan teknologi informasi dan komunikasi yang mana menggunakan jaringan internet dalam memberikan sebuah informasi kepada khalayak, contohnya seperti portal berita *online*. Cangara (2010: 123) menyatakan bahwa media massa merupakan alat yang digunakan dalam penyampaian pesan dari sumber kepada khalayak dengan menggunakan alat-alat komunikasi seperti surat kabar, film, radio dan televisi.

Media cetak dalam sejarah tercatat sebagai salah satu media yang paling unggul dalam hal penyebaran informasi. Sholahuddin (dalam Pangaribuan & Irwansyah, 2019) menyatakan bahwa media cetak selama ratusan tahun menjadi media yang mendominasi dalam hal penyebaran informasi. Media cetak merupakan media yang menggunakan media tulisan dan cetakan dalam proses pemberian atau penyampaian informasi. Berbagai informasi mulai dari politik, ekonomi, sosial, kebudayaan, kriminal hingga olahraga menjadi sebuah isu yang selalu dikomunikasikan dan informasikan oleh media cetak. Selain menyajikan informasi yang aktual, media cetak juga menjadi sebuah media yang bersifat menghibur dan berfungsi sebagai kontrol sosial. McQuail (dalam Kusuma, 2018) menyatakan bahwa media merupakan sumber kekuatan karena dapat digunakan sebagai alat

kontrol, yang dapat didayagunakan sebagai pengganti kekuatan atau sumber daya lainnya. Contohnya media dapat digunakan sebagai alat penjaga demokrasi karena berperan menyajikan opini masyarakat.

Eksistensi merupakan suatu kondisi dari keberadaan sesuatu yang telah ada dari sejak dulu hingga saat ini. Abidin (2006: 33) menyatakan eksistensi berasal dari kata *existere* yang berarti *exs*: keluar, *sister*: ada atau berada, sehingga eksistensi memiliki arti sesuatu yang sanggup keluar dari keberadaannya atau sesuatu yang mampu melampaui dirinya sendiri. Eksistensi juga bersifat dinamis, suatu menjadi atau mengada. Hal ini sesuai dengan asal dari kata eksistensi itu sendiri yaitu *eksistere* yang berarti keluar dari melampaui atau mengatasi. Jadi eksistensi tidak bersifat kaku dan terhenti, melainkan fleksibel dan mengalami perkembangan atau sebaliknya kemunduran, tergantung pada kemampuan dalam mengaktualisasikan potensi-potensi yang ada.

Penelitian ini akan dilakukan di salah satu media cetak yang hingga hari ini masih terus bertahan dan eksisi di wilayah Yogyakarta, yaitu Harian Jogja. Harian Jogja merupakan sebuah media cetak yang hingga kini terus konsisten dalam memberikan informasi melalui media cetak. Harian Jogja sendiri telah berdiri sejak tahun 2008 dan hingga kini masih terus bertahan. Harian Jogja diterbitkan perdana pada 20 Mei 2008, bersamaan dengan perayaan Hari Kebangkitan Nasional, oleh kelompok penerbit Bisnis Indonesia. Surat Kabar ini menjadi koran komunitas ketiga dari Bisnis Indonesia setelah Solopos di Solo dan Monitor Depok di Depok Jawa Barat (Irwanto, 2011: 41).

Harian Jogja memiliki wilayah edar di seluruh kawasan provinsi Daerah Istimewa Yogyakarta dan Jawa Tengah, meliputi Kota Jogja, Sleman, Bantul, Kulonprogo, Gunung Kidul, Magelang, Purworejo, Klaten dan Solo. Kota Jogja menjadi wilayah distribusi dengan persentase paling besar yaitu 45%, diikuti Sleman dengan 21%, Bantul 10%, Kulonprogo 9%, Purworejo, Magelang dan Klaten 8% dan terakhir Gunungkidul 7% (Dokumen Harian Jogja, 2022).

Berdasarkan fenomena di atas, eksistensi media cetak pada saat ini semakin terancam oleh keberadaan media *online* yang semakin berkembang. Perkembangan media *online* yang semakin pesat serta pengguna internet yang semakin bertambah dapat membuat eksistensi media cetak di masyarakat semakin tergesur dan habis, apabila media cetak tidak kian membuat sebuah terobosan baru atau strategi baru.

Berdasarkan pemaparan latar belakang dan permasalahan yang terjadi di atas, maka penulis bertujuan melakukan penelitian tentang eksistensi media cetak di tengah perkembangan media *online* pada era saat ini. Mengingat pada saat ini keberadaan atau eksistensi media cetak di tengah masyarakat sudah sangat terancam, untuk itu penulis bertujuan melakukan penelitian ini dengan judul “EKSISTENSI MEDIA CETAK HARIAN JOGJA DI TENGAH PERKEMBANGAN MEDIA ONLINE”.

1.2. Rumusan Masalah

Berdasarkan Rumusan Masalah diatas, maka penulis ingin menganalisis bagaimana eksistensi media cetak di tengah perkembangan media *online*. Bersamaan dengan itu yang menjadi fokus utama penelitian ini adalah ingin

mempertanyakan Bagaimana strategi media cetak Harian Jogja dalam mempertahankan eksistensinya di tengah perkembangan media *online*?

1.3. Tujuan Penelitian

Penelitian ini bertujuan untuk mendeskripsikan strategi media cetak Harian Jogja di tengah perkembangan media *online*.

1.4. Manfaat Penelitian

Manfaat yang penulis harapkan dalam penelitian ini seperti sebagai berikut:

1. Manfaat teoritis: Menjadi sebuah penelitian yang dapat memberikan wawasan serta referensi baru dalam bidang jurnalistik terkhusus mengenai kondisi media cetak kepada khalayak.
2. Manfaat praktis: Hasil dari penelitian ini diharapkan dapat menjadi acuan dari media cetak tentang strategi mempertahankan eksistensi di tengah gempuran media *online*.

1.5. Sistematika Bab

BAB I (PENDAHULUAN)

Bab satu berisikan pendahuluan yang menguraikan tentang latar belakang masalah, rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, dan juga sistematika bab dari penulisan skripsi ini sendiri.

BAB II (TINJAUAN PUSTAKA)

Bab dua berisikan tinjauan pustaka, yang membahas tentang landasan teori, penelitian terdahulu dan kerangka pemikiran dari penelitian ini.

BAB III (METODOLOGI PENELITIAN)

Bab tiga berisikan metodologi penelitian yang menguraikan jenis penelitian, metode yang digunakan untuk mengumpulkan data, teknik analisis data serta variabel penelitian dan sesuai kebutuhan penelitian.

BAB IV (HASIL DAN PEMBAHASAN)

Bab empat berisikan hasil dan pembahasan yang menguraikan hasil analisis dan bukti-bukti yang ditemukan dari permasalahan penelitian yang relevan dengan teori dan/atau konsep dan/atau hipotesis serta metode-metode yang digunakan.

BAB V (PENUTUP)

Bab lima berisikan penutup yang menguraikan tentang kesimpulan dan saran dari hasil penelitian.

