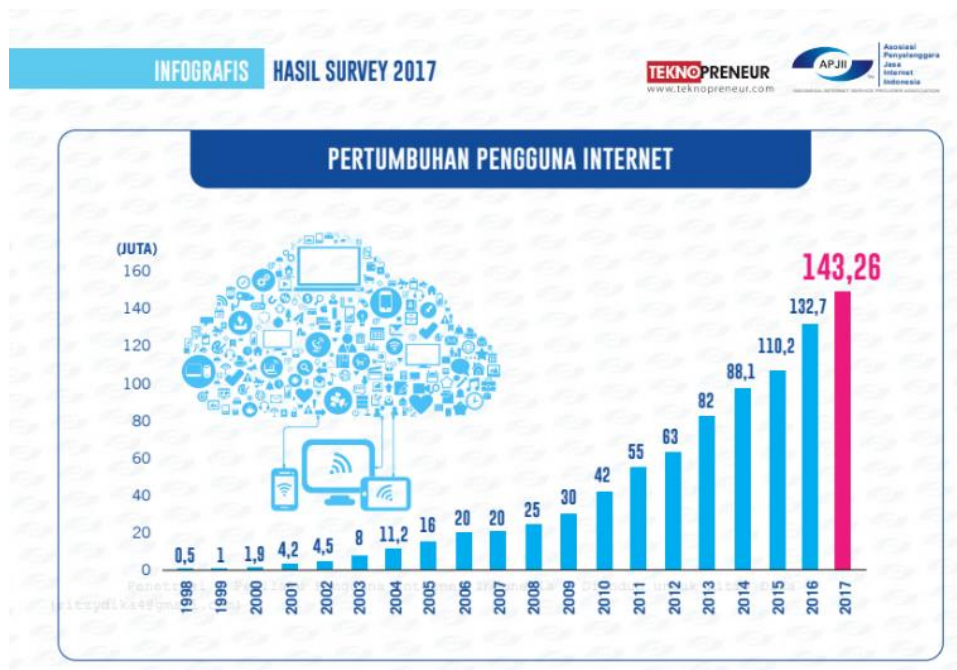


BAB I

PENDAHULUAN

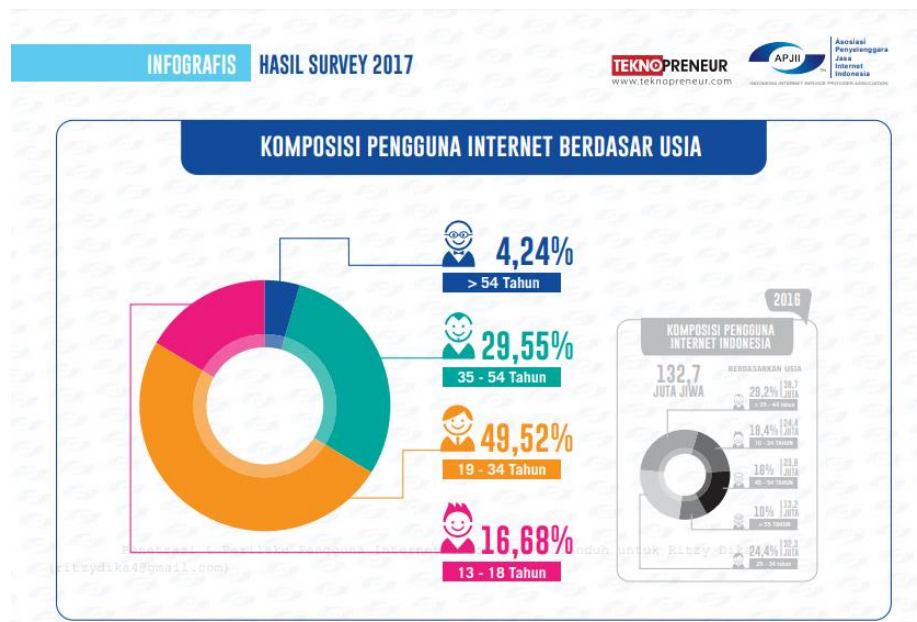
1.1. Latar Belakang

Perkembangan teknologi informasi kini sudah menjadi salah satu fenomena yang terlihat, hadirnya teknologi informasi saat ini menjadikan pola perilaku manusia dapat berubah salah satunya dalam pemenuhan kebutuhan akan informasi. Masyarakat saat ini menggemari *platform digital* yang dapat diakses melalui internet sebagai salah satu pilihan untuk mendapatkan suatu informasi. Hal ini dibuktikan dengan survei yang dilakukan oleh Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia (APJII) pada tahun 2017 yang mengungkapkan bahwa dari 262 juta orang penduduk di Indonesia, sebanyak 143,26 juta jiwa tercatat sebagai pengguna internet. Berikut adalah data peningkatan jumlah pengguna internet di Indonesia dari tahun ke tahun hingga 2017:



Gambar 1.1 Peningkatan Jumlah Pengguna Internet Di Indonesia 2017
Sumber: <https://www.apjii.or.id/content/read/39/342/Hasil-Survei-Penetrasi-dan-Perilaku-Pengguna-Internet-Indonesia-2017>, diakses pada tanggal 07 Januari 2019.

Banyaknya pengguna internet di Indonesia menurut APJII maka banyak perusahaan yang bergerak di industri media saat ini juga turut menghadirkan inovasi baru yaitu media dengan *platform digital*. Media *digital* juga dapat menjangkau khalayak media cetak yang umumnya berada pada rentang usia 20-49 tahun. Menurut survei APJII, bahwa yang menggunakan *platform digital* ialah yang berusia 13-16 tahun sebanyak 16,68%, usia 19-34 sebanyak 49,52%, usia 35-54 sebanyak 29,55%, usia 54 tahun keatas 4,24%, dimana usia-usia tersebut termasuk dalam target khalayak media cetak di Indonesia. Dibawah ini adalah data rentang usia pengguna internet di Indonesia pada tahun 2017:



Gambar 1.2 Data Rentang Usia Pengguna Internet Di Indonesia 2017

Sumber: <https://www.apjii.or.id/content/read/39/342/Hasil-Survei-Penetrasi-dan-Perilaku-Pengguna-Internet-Indonesia-2017>, diakses pada tanggal 07 Januari 2019.

Munculnya teknologi seperti internet dapat memberikan pilihan bagi masyarakat untuk mendapatkan informasi dari *platform digital*. Selain itu perkembangan teknologi informasi dan komunikasi berkembang sangat cepat dan mudah dirasakan. Perkembangan ini berdampak langsung terhadap industri media, dan memberikan efek bagi penerbit media cetak. Tak hanya itu, perkembangan teknologi juga secara langsung memberikan dampak kurangnya minat baca terhadap media cetak.

Menurut salah satu artikel yang berjudul “Media Cetak Mampu Mempertahankan Posisinya” dari hasil survei lembaga Nielsen *Consumer and Media View* menyatakan bahwa hingga kuartal III pada tahun 2017 sebenarnya media cetak tidak kehilangan pembacanya melainkan para pembacanya kini beralih *platform* ke media digital (Mila, 2017). Berdasarkan artikel diatas, berpindahnya para pembaca ke media *digital* menjadikan banyak perusahaan yang bergerak di bidang media cetak khususnya, mengalami kesulitan menghadapi perkembangan teknologi saat ini.

Oleh karena itu perusahaan media cetak salah satunya adalah PT. Pikiran Rakyat mulai melakukan konvergensi media agar tetap dapat menjangkau khalayak yang lebih luas dan berpotensi menjadi pembaca di masa yang akan datang. Berdasarkan pemaparan diatas, hal tersebut dapat dimaknai sebagai konvergensi media, dimana menurut Suryanto (2015:408) konvergensi media dapat diartikan sebagai menyatunya beberapa media seperti media cetak dengan media *digital*, sehingga informasi yang diberikan tidak terbatas. Seperti informasi yang diberikan di media cetak dapat dilihat pula di media *digital* begitu pun sebaliknya.

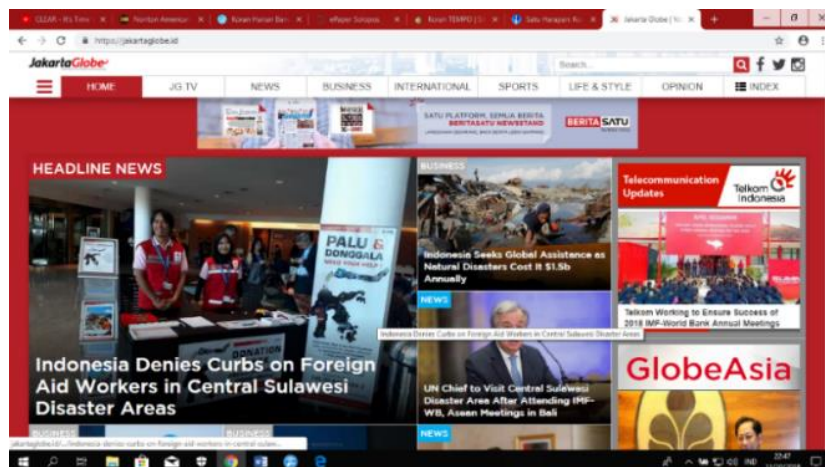
Perkembangan teknologi informasi dan komunikasi dapat mempengaruhi media massa untuk menerapkan konvergensi media melalui media baru seperti, *website*, akses *streaming*, dan sebagainya. Selain itu konvergensi media juga ada kaitannya dengan industri media, dimana konvergensi media saat ini menjadi salah satu faktor berkembangnya media, sehingga media saat ini dapat hadir dalam berbagai jenis *platform* media (Ignatius Haryanto, 2014:211).

Konvergensi media idealnya menurut Russell Neuman (1991) dalam Ibrahim dan Akhmad (2014:118) menyatakan bahwa perkembangan teknologi ini menghasilkan perubahan atau kesinambungan diantaranya, media baru menjadi cenderung tidak mahal dan juga mudah untuk didapatkan oleh khalayak, media baru mengubah pandangan khalayak mengenai suatu jarak lokasi, teknologi baru dapat meningkatkan kecepatan proses komunikasi, teknologi baru juga dapat meningkatkan ruang komunikasi terdapat lebih banyak saluran komunikasi, terdapat kontrol yang lebih banyak bagi pengguna, serta terdapat banyaknya interaksi dari bentuk-bentuk komunikasi yang sebelumnya terpisah.

Media menjadi salah satu tempat untuk mendapatkan banyak informasi, hiburan dan berita. Hampir di setiap harinya orang mengakses berita melalui *website* media *online*, seperti Kompas.com, Tribun jabar, dan Pikiran Rakyat. Menurut Nurkinan (2017:33) dalam jurnalnya yang berjudul “Dampak Media Online Terhadap Perkembangan Media Konvensional”, Perkembangan media dari media cetak ke media *digital* juga memberikan dampak langsung terhadap masyarakat yang menggunakan media tersebut untuk sarana kebutuhan informasi. Menurut Khomsahrial Romli (2016:142-145), ada lima dimensi konvergensi untuk perusahaan media yang ingin melakukan konvergensi dari media cetak ke media *digital*. Dimensi konvergensi tersebut ialah konvergensi teknologi, konten multimedia, kepemilikan, kolaborasi, dan koordinasi. Kelima dimensi tersebut dapat dioptimalkan sebagai unsur-unsur penyusunan strategi konvergensi media bagi perusahaan yang bergerak dibidang media.

Pesatnya perkembangan teknologi informasi yang harus dihadapi oleh seluruh perusahaan yang bergerak di bidang media cetak ini dapat menjadi ancaman bagi keberlangsungan perusahaan. Namun jika hal tersebut dapat diatasi dengan perencanaan yang baik, maka perusahaan dapat terus mempertahankan keberadaan dari perusahaan tersebut. Seperti yang dilansir dari portal berita merdeka.com pada salah satu artikelnya yang terbit pada bulan November 2015, menyatakan bahwa ada salah satu surat kabar yang sudah tidak beroperasi lagi, yaitu Jakarta Globe (Intan, 2015). Surat kabar ini sudah tidak dapat mempertahankan media cetak yang ada. Jakarta Globe kini beralih menjadi media *digital* seutuhnya.

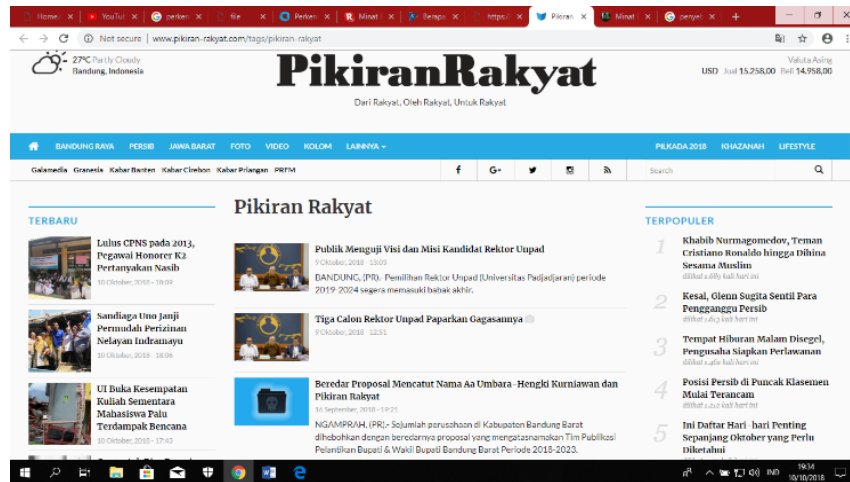
Berikut adalah contoh portal berita *online* yang beralih dari bentuk cetak ke *platform digital*:



Gambar 1.3 Website Jakarta Globe.Id

Sumber: <https://jakartaglobe.id/> yang diakses pada 11 Oktober 2018.

Hal tersebut menjadi bukti dari perkembangan teknologi informasi dan komunikasi yang menjadi tantangan nyata bagi perusahaan media cetak di era digitalisasi saat ini. Fenomena bertahannya perusahaan media cetak di saat era *digital* tentu sulit untuk dilakukan. Di tengah perkembangan teknologi saat ini masih ada perusahaan media cetak yang masih mampu mempertahankan eksistensi nya hingga saat ini. Salah satu perusahaan media cetak regional yang masih mampu bertahan di era *digital* yaitu PT. Pikiran Rakyat. Pada saat pra-penelitian, menurut Yusuf Wijanarko sebagai manajer konten di perusahaan Pikiran Rakyat, menyatakan bahwa Pikiran Rakyat tetap dapat mempertahankan eksistensi perusahaan disaat perkembangan media sudah pesat seperti saat ini.



Gambar 1.4 Website Pikiran-Rakyat.Com

Sumber: <http://www.pikiran-rakyat.com/tags/pikiran-rakyat> yang diakses pada tanggal 10 Oktober 2018.

Portal berita *online* sudah semakin bersaing dalam memberikan informasi secara cepat dan aktual. Sehingga ini dapat menjadi pilihan bagi khalayak dalam memilih

informasi yang sesuai dengan apa yang dibutuhkan. Konvergensi media tentu telah dilakukan oleh banyak perusahaan, salah satunya adalah Pikiran Rakyat Bandung. Menurut Bambang Triadji selaku Kepala Bagian Teknologi Informasi Pikiran Rakyat, Perusahaan yang bergerak di bidang media ini telah berdiri sejak tahun 1966, dan telah menggunakan *platform* media digital sejak tahun 1996 dengan tujuan untuk memberikan banyak informasi kepada orang-orang yang membutuhkan informasi. Pada saat ini perusahaan Pikiran Rakyat bergerak di dua bidang yaitu media cetak dan media *digital*, contoh media cetak ialah koran pikiran rakyat, sedangkan media *digital* nya ialah pikiran rakyat *digital*.

Pikiran Rakyat adalah perusahaan yang bergerak di bidang surat kabar, radio Pikiran Rakyat FM, Pikiran Rakyat *digital*, dan sejumlah grup lainnya yang masih berada di bawah naungan oleh PT. Pikiran Rakyat. Pikiran Rakyat telah berdiri selama 53 tahun di Kota Bandung, motto yang mereka miliki yaitu dari rakyat, oleh rakyat, dan untuk rakyat. Selama 53 tahun berdiri, Pikiran Rakyat telah mendapatkan banyak penghargaan baik itu lokal maupun nasional. Penghargaan yang diterima salah satunya seperti *Wow Brand 2018 Gold Champion Category: Newspaper 2018* dan *Top Brand 50 Indonesia* (<http://www.pikiran-rakyat.com/> diakses pada tanggal 11 Oktober 2018).

Awal mula berdirinya perusahaan Pikiran Rakyat ini hanya fokus di media cetak saja yaitu koran, seiring berjalannya waktu dan perkembangan teknologi semakin canggih, akhirnya Pikiran Rakyat mulai mencoba untuk menangani Pikiran Rakyat *digital*. Hasil wawancara peneliti dengan Yusuf Wijanarko sebagai manajer konten, beliau menyatakan bahwa Pikiran Rakyat mempunyai jangkauan distribusi area Provinsi Banten, DKI Jakarta, dan Jawa Barat. Tak hanya itu penghargaan yang diterima oleh Pikiran Rakyat pun salah satunya adalah menjadi media terbesar dan berpengaruh di Jawa Barat, sehingga media cetak Pikiran Rakyat bisa disebut sebagai korannya orang Jawa Barat.

Pikiran Rakyat menjadi salah satu media cetak pertama di Indonesia yang mampu memperoleh penghargaan standar pelayanan global bintang lima. Berdasarkan data yang diperoleh peneliti dari dokumen profil perusahaan Pikiran Rakyat bahwa penghargaan lain yang diterima perusahaan seperti Indonesia *Most Favorite "Youth*

Brand” dan Indonesia *Most Favorite “Women Brand”, The Best Newspaper Category IBBA 2011*, serta penghargaan dari Serikat Penerbitan Pers termasuk juga dari instansi pemerintah, baik pusat maupun daerah. Ini menjadi salah satu bukti bahwa perusahaan Pikiran Rakyat mampu menunjukkan eksistensi yang mereka miliki.



Gambar 1.5 Salah Satu Penghargaan Pikiran Rakyat

Sumber: <http://www.pikiran-rakyat.com/> diakses pada tanggal 12 Oktober 2018.

Pikiran Rakyat menjadi salah satu perusahaan media cetak yang dapat bersaing dengan perusahaan media yang muncul di era *digital*. Bukti bahwa Pikiran Rakyat dapat bersaing dengan media yang muncul di era *digital* ialah dengan hadirnya *website* www.pikiran-rakyat.com, dan beberapa penghargaan yang telah diperoleh oleh Pikiran Rakyat. Oleh karena itu, diperlukan strategi digitalisasi yang tepat untuk dapat terus bertahan di perkembangan teknologi yang terjadi saat ini.

Menurut Yusuf Wijanarko menyatakan bahwa Pikiran Rakyat melakukan Konvergensi Media antara lain dikarenakan beberapa faktor yakni seperti harga kertas yang mahal, jumlah pembaca yang menurun karena beralih ke media *online*, dan jumlah pengiklan yang menurun. Berdasarkan pra-penelitian yang telah dilakukan oleh peneliti, peneliti juga menemukan bahwa konvergensi media yang terjadi di

Pikiran Rakyat tidak hanya di dalam media nya, melainkan terjadi terhadap pola pikir karyawan di perusahaan Pikiran Rakyat.

Pikiran Rakyat mampu bertahan dari era konvensional hingga era *digital* saat ini. Seperti yang dikatakan oleh Yusuf Wijanarko, Pikiran Rakyat dapat mempertahankan eksistensi perusahaan, dikarenakan perusahaan media cetak ini terus melakukan adaptasi terhadap perkembangan teknologi informasi dan komunikasi saat ini. Karyawan di Pikiran Rakyat pun dipersiapkan untuk dapat beradaptasi dengan perkembangan zaman di era *digital* saat ini. Oleh karena itu, peneliti ingin menjadikan Pikiran Rakyat sebagai subjek penelitian dengan pendekatan studi kasus dimana pendekatan studi kasus merupakan penelitian yang ditujukan untuk mengambil makna, dan memperoleh pemahaman dari kasus yang bersifat unik dan memiliki ciri tersendiri dari kasus lainnya (Ghony & Almanshur, 2012:62). Berdasarkan fenomena yang dijelaskan oleh peneliti, maka penelitian ini diberi judul “Strategi Konvergensi Media di PT. Pikiran Rakyat Dalam Mempertahankan Eksistensi Perusahaan” (Studi Kasus Pada Media pikiran-rakyat.com).

1.2. Fokus Penelitian

Fokus dalam penelitian ini adalah untuk mengetahui bagaimana strategi konvergensi media yang dilakukan oleh PT. Pikiran Rakyat dalam mempertahankan eksistensi perusahaan.

1.3. Pertanyaan Penelitian

Berdasarkan fokus penelitian, maka pertanyaan penelitian yaitu:

1. Bagaimana proses terjadinya konvergensi media di Pikiran Rakyat?
2. Kendala apa yang dihadapi oleh Pikiran Rakyat?
3. Bagaimana evaluasi yang dilakukan Pikiran Rakyat terhadap konvergensi media?

1.4. Tujuan Penelitian

1. Untuk mengetahui bagaimana proses terjadinya konvergensi media di Pikiran Rakyat.
2. Untuk mengetahui kendala apa saja yang dihadapi oleh Pikiran Rakyat.

3. Untuk mengetahui evaluasi apa saja yang dilakukan oleh Pikiran Rakyat dalam menghadapi konvergensi media.

1.5. Manfaat Penelitian

1.5.1. Manfaat Akademis

Penelitian ini dapat dijadikan sebagai referensi untuk penelitian bidang ilmu komunikasi selanjutnya. Serta untuk menjadikan referensi baru bagi peneliti yang akan datang. Adapun hasil penelitian ini dapat memberikan sumbangan ilmu dalam bidang komunikasi terkait strategi konvergensi media yang dilakukan oleh perusahaan media.

1.5.2. Manfaat Praktis

Penelitian ini diharapkan bermanfaat bagi perusahaan guna mengetahui dan menemukan strategi konvergensi media di PT. Pikiran Rakyat dalam mempertahankan eksistensi perusahaan di era *digital*.

1.6. Waktu dan Periode Penelitian

Tabel 1.1

Waktu dan Periode Penelitian

No	Kegiatan	2018																2019															
		Sept				Okt				Nov				Des				Jan				Feb				Mar				Apr			
		1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4
1	Pengajuan judul proposal	■	■	■	■																												
2	Melakukan penyusunan proposal bab 1-3					■	■	■	■																								
3	Pelaksanaan dan penelitian pengumpulan data									■	■	■	■																				

