

Analisis Pemanfaatan Jejaring Media Online oleh Surat Kabar Pikiran Rakyat Sebagai Upaya Melakukan Konvergensi

Afifah Subhah Nafsyah¹, Dedi Kurnia Syah Putra²

¹Digital Public Relations, Fakultas Komunikasi dan Bisnis, Universitas Telkom, Indonesia, afifahsn@student.telkomuniversity.ac.id

²Digital Public Relations, Fakultas Komunikasi dan Bisnis, Universitas Telkom, Indonesia, dedikurniasyah@telkomuniversity.ac.id

Abstract

The newspaper industry has now entered a new challenge since new media appeared in the world of information and communication technology development. The use of online media networks by the Pikiran Rakyat newspaper is used as an effort to converge in the digital era. Where at first, Pikiran Rakyat newspaper only focused on disseminating news information through printed newspaper.

This study aims to find out how the adaptation of Pikiran Rakyat newspaper to the presence of the online media. This research uses a qualitative approach, with a case study method. Data collection was done by interview and observation. Qualitative research aims to describe in depth about how the use of online media networks by the Pikiran Rakyat newspaper as an effort to converge.

The result of this research is that the Pikiran Rakyat newspaper doing convergence by using convergence according to Dailey, Demo, and Spillman including, cross promotion, cloning, and content sharing. Of the three convergence carried out by the Pikiran Rakyat newspaper, it is an effort to maintain the existence of newspapers in the digital era. Next, the convergence effort still needs to make the best use of digital media so that it can converge properly.

Keywords-convergence, newspapers, online media, Pikiran Rakyat newspaper

Abstrak

Industri surat kabar kini telah memasuki tantangan baru semenjak media baru hadir dalam dunia perkembangan teknologi komunikasi dan informasi. Pemanfaatan jejaring media online oleh surat kabar Pikiran Rakyat dijadikan upaya untuk melakukan konvergensi di era digital. Dimana yang pada awalnya Pikiran Rakyat hanya berfokus pada penyebaran informasi berita melalui surat kabar cetak saja.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana adaptasi surat kabar Pikiran Rakyat terhadap kehadiran media online. Pada penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif, dengan metode studi kasus. Pengambilan data dilakukan dengan cara wawancara serta observasi. Penelitian kualitatif bertujuan untuk memaparkan secara mendalam mengenai bagaimana pemanfaatan jejaring media online oleh Pikiran Rakyat sebagai upaya melakukan konvergensi.

Hasil dari penelitian ini adalah bahwa Pikiran Rakyat melakukan konvergensi dengan menggunakan konvergensi menurut Dailey, Demo, dan Spillman diantaranya yaitu, konvergensi secara *cross promotion*, *cloning* dan *content sharing*. Dari ketiga konvergensi yang dilakukan Pikiran Rakyat tersebut merupakan upaya untuk tetap mempertahankan eksistensi surat kabar di era digital seperti sekarang ini. Selanjutnya upaya konvergensi tersebut masih perlu memanfaatkan media digital sebaik-baiknya agar dapat terkonvergensi dengan baik.

Kata kunci-konvergensi, media *online*, pikiran rakyat, surat kabar

I. PENDAHULUAN

Industri surat kabar kini telah mulai memasuki tantangan baru semenjak media baru (*new media*) hadir dalam dunia teknologi dan informasi. Majunya teknologi komunikasi dan informasi tersebut memberikan pengaruh besar terhadap sistem penyebaran informasi dan berita. Dimana saat ini konvergensi media saat ini menjadi salah satu

perkembangan media massa yang melibatkan banyak faktor teknologi di dalamnya. Kini kita sudah memasuki abad ke-21 dengan ditandai teknologi-teknologi yang semakin berkembang, salah satunya adalah internet. Teknologi internet telah membawa dampak yang sangat besar dalam kehidupan manusia, termasuk dalam proses penyebaran informasi dan juga berita, terlebih karena sistem internet yang mudah dimengerti dan mudah diakses. Konvergensi media sudah menjadi hal yang sangat penting dan dibutuhkan oleh perusahaan surat kabar lokal maupun nasional untuk tetap dapat bertahan dan menjaga maupun mempertahankan eksistensi di era keterhubungan dengan bantuan kehadiran internet saat ini. Hal tersebutlah manusia lebih memilih membaca maupun mencari informasi dan berita melalui internet. Berbeda dengan di masa sebelum hadirnya teknologi internet, dimana surat kabar menjadi bahan bacaan utama untuk semua kalangan demi mendapatkan informasi maupun berita pada saat itu. Beragam faktor yang diindikasikan menjadi pemicu anggapan bila industri surat kabar tak banyak yang akan bertahan. Sebagai mana mengutip dari Supadiyanto (2020) serikat perusahaan pers (SPS) menyebutkan bahwa jumlah penerbitan media cetak pada tahun 2017 mengalami penurunan sebesar 3,4%; media televisi mengalami penurunan sebesar 4,2%; media majalah mengalami penurunan sebanyak 6,0%; sedangkan media massa yaitu surat kabar mengalami penurunan sebesar 8,3%. Jika dilihat dari data tersebut terlihat dengan jelas bahwa bisnis media yang paling banyak mengalami penurunan adalah media massa surat kabar. Hal yang dapat dilakukan oleh perusahaan surat kabar agar bisa terus bertahan dengan memiliki *platform* berita *online*.

II. TINJAUAN LITERATUR

A. Media Massa

Media massa merupakan alat yang digunakan dalam melakukan komunikasi massa. Media massa berasal dari media komunikasi massa. John R (dalam Nurdin 2014:6) memaparkan bahwasannya dalam proses komunikasi massa disamping melibatkan unsur-unsur komunikasi sebagaimana umumnya ia membutuhkan peran media massa sebagai alat untuk menyampaikan atau menyebarkan informasi. Media massa digunakan dalam komunikasi apabila komunikasi berjumlah banyak dan bertempat di tempat yang berbeda. Media massa yang sering digunakan dalam kehidupan sehari-hari umumnya adalah surat kabar, radio, televisi ataupun film yang memiliki potensi dalam bidang informasi, edukasi, dan hiburan, menurut Bungin (2006: 72) media massa diartikan sebagai media komunikasi dan informasi yang melakukan penyebaran informasi secara massal dan dapat diakses oleh khalayak luas, ditinjau dari segi makna, media massa disini merupakan alat maupun sarana untuk menyebarluaskan informasi isis berita, opini, komentar hiburan dan lain sebagainya. Media massa hadir untuk menjembatani komunikasi antar massa.

B. Surat Kabar

Media massa terutama surat kabar merupakan salah satu bentuk media massa yang masih bertahan hingga saat ini. Berdasarkan catatan sejarah surat kabar merupakan bentuk media massa yang paling tua dibandingkan dengan media massa lainnya dan memiliki edisi terbitan harian. Surat kabar mulai berkembang dengan pesat setelah Johannes Gutenberg, ilmuwan dari Eropa, yang pada tahun 1455 pertama kali menemukan mesin cetak (Ardhianto, et al. (2017: 105). Surat kabar memiliki informasi yang lebih lengkap dan kritis dibandingkan dengan radio dan televisi. Dengan halaman yang cukup banyak, informasi tentang suatu isu dan peristiwa dapat diberitakan secara mendalam dengan berbagai sudut pandang. Maka keberadaan surat kabar dinilai lebih dapat mewakili opini dari kelompok tertentu. Sehingga relatif memiliki konsumen yang lebih jelas untuk diidentifikasi. Berbeda dengan media elektronik yang seringkali mengalami kesulitan untuk mengukur dan mengetahui siapa saja yang menjadi konsumen loyalnya. Surat kabar dapat dikelompokkan pada berbagai kategori. Dilihat dari ruang lingkupnya, maka kategorisasinya adalah surat kabar local (seperti Tribun Jabar-Bandung), regional (seperti Rikiran Rakyat-Jawa Barat) dan nasional (seperti Kompas). Menurut Agee (et.al), secara kontemporer surat kabar memiliki tiga fungsi utama. Fungsi utama yakni (1) to inform (menginformasikan kepada pembaca), (2) to comment (mengomentari berita yang di sampaikan dan mengembangkannya ke dalam fokus berita), (3) to provide (menyediakan keperluan informasi bagi pembaca yang membutuhkan barang dan jasa melalui pemasangan iklan di media. Secara teknis, keberadaan surat kabar cenderung bersifat fleksibel, tidak memiliki keterkaitan waktu untuk membacanya kembali (Supadiyanto, 2020: 132).

C. Tantangan Media Konvensional

Saat ini keberadaan media konvensional dalam era multimedia cukup sulit, digitalisasi yang kita miliki sekarang membuat informasi mengalir dengan sangat cepat dan proses penyampaian informasi kini bertarung dalam hitungan menit bahkan detik. Semua industri media yang ada telah berlomba-lomba untuk menghasilkan informasi terbaru, terkini, sebisa mungkin makin dekat dengan waktu ketika suatu peristiwa terjadi. Cepatnya penyampaian informasi ini harus dilihat juga dari sisi akurasi. Kecepatan tidak selalu bersahabat dengan akurasi (Ignatius Haryanto 2014: 212). Industri media massa perlu menggunakan teknologi baru ke dalam struktur yang ada daripada membiarkan teknologi yang mengganggu tersebut mengakar dalam model baru dan memungkinkan teknologi berkembang serta mengubah cara perusahaan beroperasi (Christensen, Horn dan Johnson, 2011). Distrupsi menjadi salah satu faktor yang dapat mempengaruhi kebijakan dalam industri media massa, mulai dari proses produksi konten hingga pemasaran. Kunci keberhasilan dalam industri media massa adalah pengetahuan dan kreativitas serta inovasi dalam produksi konten atau program. Industri media saat ini dihadapkan pada perubahan akibat hadirnya teknologi media baru seperti internet dan digitalisasi. Kondisi ini membutuhkan keterlibatan sumber daya manusia berbasis pengetahuan untuk dapat mempelajari perubahan dan perkembangan teknologi sehingga dapat diaplikasikan dalam pembuatan konten.

Pengelolaan industri media harus selalu mencermati setiap perubahan yang terjadi dan melakukan inovasi sesuai dengan kebutuhan pasar atau khalayak. Faktor yang penting dilakukan oleh perusahaan media dalam menghadapi tantangan era digital, diantaranya: (1) memikirkan dan mengutamakan kepentingan audiens. (2) menyiapkan strategi dalam upaya mengatasi digitalisasi. (3) memahami peran penting budaya, artinya budaya yang berlaku dan berkembang di masyarakat. (4) melakukan evaluasi terhadap sumber daya lainnya (5) melakukan evaluasi terkait pola komunikasi dan interaksi dalam mencapai kegiatan yang efektif dan efisien. (6) menetapkan tindakan atau kegiatan yang prioritas.

Maka tantangan yang dihadapi media informasi di Indonesia memang berat. Pergeseran pola konsumsi masyarakat, terutama di perkotaan, yang lebih gemar menggunakan media online untuk akses informasi membuat kesulitan banyak pihak, sehingga kemajuan teknologi komunikasi yang ada sering dianggap sebagai sumber penurunan oplah dan iklan media-media konvensional, terutama surat kabar dan majalah. Croteau dan Hoynes dalam (Ignatius Haryanto 2014: 78) mengatakan bahwa di Amerika menunjukkan bahwa penjualan surat kabar terhadap konsumen langsung hanya berkontribusi sepertiga dari seluruh pemasukan surat kabar, karena kontribusi terbesar melalui para pemasang iklan yang kini telah beralih memasang iklan di media online.

III. METODOLOGI PENELITIAN

Pada penelitian ini peneliti menggunakan paradigma konstruktivisme karena penulis ingin mendapatkan kenyataan konvergensi pada perusahaan surat kabar *Pikiran Rakyat* berdasarkan 4 model konvergensi media ini melalui konstruksi sosial yang diciptakan oleh subjek penelitian. Dimana nantinya konvergensi yang diterapkan oleh *Pikiran Rakyat* dapat menjadi rujukan bagi para pelaku media massa di Indonesia untuk melakukan konvergensi. Oleh karena itu, untuk memahami dari fenomena tersebut, peneliti melakukan wawancara serta observasi. Dimana sesuai dengan metode yang digunakan dalam penelitian ini.

Pada penelitian ini bertujuan untuk memaparkan fenomena konvergensi surat kabar *Pikiran Rakyat* dalam memanfaatkan teknologi komunikasi dan informasi sebagai inovasi untuk memberikan kebutuhan informasi maupun berita kepada khalayak luas.

Penelitian ini peneliti menggunakan metode studi kasus. Penelitian studi kasus merupakan penelitian yang didasari ketika peneliti melihat suatu kasus yang telah terjadi di dalam suatu perusahaan, dimana pada perusahaan masih dapat mengupayakan eksistensi keberadaan perusahaan tersebut di era media *online*. Oleh sebab itu peneliti memilih menggunakan penelitian studikasu dalam penelitian ini. Kemudian penelitian ini difokuskan untuk memaparkan fenomena pada konvergensi yang saat ini dilakukan surat kabar *Pikiran Rakyat* sebagai surat kabar lokal yang keberadaannya masih hadir dalam masyarakat sejak dari tahun 1966. Penelitian ini dapat memberikan pengamatan yang lebih jelas mengenai konvergensi yang dilakukan surat kabar *Pikiran Rakyat*, yang saat ini memiliki dua format media yaitu format cetak dan format daring.

IV. HASIL DAN PEMBAHASAN

Salah satu media cetak yang berada di Kota Bandung adalah surat kabar Harian Umum Pikiran Rakyat yang setiap tahunnya menurun akibat masyarakat mulai beralih ke media online. Namun oleh pihak Pikiran Rakyat sendiri bersiap untuk menghadapi media baru yang terus semakin berkembang dan maju, dengan mempersiapkan format baru juga yang dalam bentuk digital. Sehingga dapat di artikan bahwa adaptasi merupakan langkah yang di lakukan untuk dapat mengikuti tuntutan industri di era digital seperti saat ini dalam penerapakan konvergensi pada media konvensional. Perencanaan yang sesuai dan tepat dapat dilakukan dengan pihak manajemen yang bisa di terapkan dalam kegiatan redaksional yakni berkaitan dengan tuntutan untuk menerapkan setiap langkah kerja dala hubungannya dengan keseluruhan system media pada masa era digital saat ini.

Keputusan Pikiran Rakyat dengan melakukan konvergensi merupakan langkah yang tepat untuk membantu keberadaan surat kabar jika ingin terus mempertahankan eksistensi dan terus berdiri memberikan pelayanan informasi berita kepada khalayaknya. Untuk dapat tetap bertahan pada era serba digital seperti sekarang, media konvensional harus tetap mempertahankan kualitas mutu dan kepercayaan atas informasi yang di sajikan. Kualitas mutu dan kepercayaan khalayak tersebut dapat dibangun dengan membentuk jiwa profesionalisme pencari berita yang menerapkan etika jurnalisme. Kehadiran teknologi internet kini menjadi dorongan bagi setiap masyarakat untuk menggunakan media online untuk mempermudah mendapatkan informasi berita. Jika tidak adanya langkah yang signifikan maka tentunya media surat kabar akan merasakan sangat terancam keberadaannya sehingga nantinya akan mengakibatkan penurunan drastis pada penikmat saluran media tersebut. Di era digital media online tentunya telah mengikuti perkembangan masa kini. Pemberitaan yang di sajikan dalam media online terbilang lebih cepat, aktual serta berkelanjutan sehingga para penikmatnya yang terkoneksi internet dapat dengan mudah bisa mengakses media online dimana saja dan kapan saja.

Media online saat ini sudah sangat merambah ke dunia digital. Dimana mereka dapat menarik masyarakat untuk dapat mudahnya mengakses kapan saja dan dimana saja. Lalu bagaimana keberadaan media surat kabar cetak. Apakah dengan kehadiran media online saat ini dapat menggantikan posisi saluran media ini, lalu apa memungkinkan dengan semakin berkembangnya teknologi, kita malah mematikan sesuatu yang seharusnya dapat didukung oleh perkembangan teknologi itu sendiri, hidup beriringan antara media online dan media cetak perlu dilakukan di era digital sekarang ini. Pada media cetak bentuk surat kabar sendiri tentunya akan mengalami penurunan jika hanya mengandalkan dari langganan dengan masyarakat individu saja, sehingga haruslah bisa dapat mempertahankan hubungannya dengan instansi-instansi di dibandingkan dengan masyarakat individu sebab merambahnya penggunaan media online. Saluran pada media digital memiliki jangkauan khalayak yang terlihat jelas bahkan tak terbatas serta pula kemampuan digital yang cepat saat menyajikan informasi yang terbaru dan terkini. Dampak dari penyampaian pesan melalui media massa, umumnya hanya menyangkut aspek kognitif. Oleh sebab itu, penggunaan pada saluran media biasanya hanya dititik beratkan pada upaya pembentukan kesadaran, pengetahuan dan ingatan khalayaknya atas sesuatu isi pesan media.

V. KESIMPULAN DAN SARAN

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian, mencari, dan menguraikan pokok-pokok pembahasan yang telah peneliti lakukan pada bab-bab sebelumnya mengenai pemanfaatan jejaring media online oleh surat kabar pikiran rakyat sebagai upaya melakukan konvergensi di era digital. Maka dalam bab ini peneliti dapat menarik kesimpulan sebagai berikut:

1. Adaptasi surat kabar Pikiran Rakyat terhadap kehadiran media *online*.
Berdasarkan hasil wawancara yang dilakukan oleh peneliti bersama kedua informan kunci, bahwasannya terjadinya perkembangan teknologi informasi di era digital seperti sekarang ini menjadi faktor pendorong Pikiran Rakyat untuk membuat terobosan baru. Transformasi konvergensi menjadi sebuah keharusan agar surat kabar pikiran rakyat tetap dapat beradaptasi dengan perkembangan teknologi, dengan menghadirkan Jejaring Media Online yang mudah dijangkau, interaktif dan dekat, sehingga dengan juga didukungnya kehadiran internet membuat surat kabar cetak dapat berubah evolusi, sehingga adaptasi yang telah dilakukan oleh Pikiran Rakyat dengan melakukan inovasi konvergensi. Hal tersebut dibutuhkan agar surat kabar cetak mampu bersaing dalam segi penyebaran informasi berita di era digital.
2. Upaya untuk mempertahankan eksistensi keberadaan surat kabar.

Karena Pikiran Rakyat masih memegang teguh ke-konsistenan dalam memberikan berita yang aktual, akurat, serta terpercaya. Sehingga keberadaannya masih dibutuhkan terutama untuk wilayah yang masih kesulitan untuk mengakses internet. Tetap menjadikan dirinya sebagai media partner yang dipercaya oleh para instansi yang mengadakan berbagai event. Memanfaatkan berbagai macam platform media sosial yang dimiliki Pikiran Rakyat dapat jauh lebih dikenal tak hanya di Jawa Barat tetapi keseluruhan Indonesia. Upaya tersebut dilakukan oleh pengelola agar tetap dapat melayani pembaca dengan isi sajian beritanya, tentunya dalam industry media kualitas informasi berita menjadi hal paling penting untuk diperhatikan.

Saran

Setelah melakukan penelitian serta pembahasan di atas, maka peneliti dapat memberikan saran sebagai berikut:

1. Perkembangan teknologi komunikasi dan informasi seperti media massa itu media digital sebaiknya dapat dimanfaatkan sebaik-baiknya, apa lagi di era digital saat ini telah didukungnya dengan kehadiran internet, mengoptimalkan media-media yang telah dimiliki Pikiran Rakyatpun perlu dilakukan agar, semua masyarakat dengan rata dapat merasakan kemudahan memperoleh informasi berita.
2. Sebaiknya penelitian dilakukan dengan observasi lebih mendalam lagi dalam mengamati apa saja yang terjadi di tengah keberadaan surat kabar Pikiran Rakyat saat ini dalam menghadapi perkembangan teknologi komunikasi dan informasi seperti media online.

REFERENSI

- AR, Fikri M. (2018). *SEJARAH MEDIA: Transformasi, Pemanfaatan, dan Tantangan*. Malang, Indonesia: UB Press.
- Ardhianto, Elvinaro, et al. (2017). *Komunikasi Massa Suatu Pengantar*. Bandung, Indonesia: Simbiosis Rekatama Media.
- Arifin, Anwar. (2011). *Sistem Komunikasi Indonesia*. Bandung, Indonesia: Simbiosis Rekatama Media.
- Bajari, Atwar. (2011). *Komunikasi Kontekstual*. Bandung, Indonesia: PT. Remaja Rosdakarya.
- Bungin, Burhan. (2008). *Konstruksi Sosial Media Massa: Kekuatan Pengaruh Media Massa, Iklan Televisi dan Keputusan Konsumen serta Kritik Terhadap Peter L. Berger & Thomas Luckman*. Jakarta, Indonesia: Kencana
- Djunaidi, Ghony dan Fauzan Almanshur. (2012). *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Jogjakarta, Indonesia: AR-RUZZ MEDIA.
- Haryantono, Ignatius. (2014). *Jurnalisme Era Digital: Tantangan Industri Media Abad 21*. Bekasi, Indonesia: PT. Kompas Media Nusantara.
- Ida, Rachmah. (2014). *Metode Penelitian Studia Media dan Kajian Budaya*. Jakarta: Prenadamedia.
- Indrawati. (2018). *Metode Penelitian Kualitatif Manajemen dan Bisnis Konvergensi Teknologi Informasi dan Komunikasi*. Bandung, Indonesia: Refika.
- Iskandar, Dudi. (2018). *KONVERGENSI MEDIA: Perbaruan Ideologi, Politik, dan Etika Jurnalisme*. Yogyakarta, Indonesia: Penerbit ANDI.
- Moleong, Lexy, J. (2017). *Metodologi Penelitian Kualitatif, Edisi Revisi Cet.36*. Bandung, Indonesia: PT. Remaja Rosdakarya.
- Morissan. (2019). *Riset Kualitatif*. Jakarta, Indonesia: Prenadamedia Group.
- Prastowo, Andi. (2011). *Metode Penelitian Kualitatif dalam Perspektif Rancangan Penelitian*. Yogyakarta, Indonesia: Ar-ruzz Media.
- Romli, Asep Syamsul M. (2018). *Jurnalistik Online: Panduan Mengelola Media Online*. Bandung, Indonesia: Nuansa Cendekia.
- Sambo, Masriadi. (2019). *Media Relations Kontemporer: Teori & Praktik*. Jakarta, Indonesia: Kencana.
- Sobur, Alex. (2015). *Analisis Teks Media*. Bandung, Indonesia: PT. Remaja Rosdakarya.
- Sumadiri, A.S Haris. (2014). *Sosiologi Komunikasi Massa*. Bandung: Simbiosis Rekatama Media.
- Supadiyanto. (2020). *Pengantar Jurnalisme Konvergen: Menjawab Tren Industri Media Digital*. Yogyakarta, Indonesia: Pustaka Baru Press.
- Thurlow, Crispin. (2019). *Wanaca Digital: Bahasa Media Baru*. Jakarta, Indonesia: Prenadamedia Group.
- Vivian, John. (2008). *Teori Komunikasi Massa*. Jakarta, Indonesia: Kencana Prenada Media Group.
- Werner J, I, et. al (2005). *Teori Komunikasi: Sejarah, Metode, dan Terapan dalam Media Massa*. Jakarta: Kencana.
- William L, I, et. al. (2003). *Media Massa dan Masyarakat Modern*. Jakarta, Indonesia: Kencana.