



## Persepsi Wartawan di Kota Surakarta Mengenai Urgensi Media Baru Bagi Praktik Jurnalisme Kontemporer

Sri Herwindya Baskara Wijaya <sup>a,1</sup>, Eka Nada Shofa Alkhajar <sup>b,2</sup>, Pawito <sup>c,3</sup>, Hamid Arifin <sup>d,4</sup>, Firdastin Ruthnia Yudiningrum <sup>e,5</sup>

<sup>a, b, c, d, e</sup> Universitas Sebelas Maret, Surakarta, Indonesia

Email corresponding author: ekanadashofa@staff.uns.ac.id

### ABSTRAK

Eksistensi media baru terutama internet dan media sosial dewasa ini memberikan dampak luas bagi kehidupan peradaban manusia termasuk bagi dunia industri media massa. Internet dan media sosial dipandang memiliki urgensi yang signifikan karena sampai batas tertentu ikut mempengaruhi praktik jurnalisme kontemporer baik aspek persepsi, *agenda setting*, *agenda framing*, praktik reportase, produksi dan publikasi berita. Penelitian ini memeriksa persepsi wartawan di Kota Surakarta mengenai urgensi internet dan media sosial bagi praktik jurnalisme kontemporer. Penelitian ini menggunakan metode kualitatif di mana pengumpulan data dilakukan melalui wawancara dan dokumentasi. Hasil penelitian menemukan bahwa (1) media baru sebagai sesuatu yang tak terhindarkan bagi dunia pers; (2) media baru sebagai teknologi modern yang berdampak positif bagi dunia pers; (3) media baru sebagai teknologi modern yang berdampak negatif bagi dunia pers.

### ABSTRACT

*The existence of new media, especially the internet and social media, has a broad impact on the life of the human civilization, including the world of the mass media industry. The internet and social media are seen as having significant urgency because their influences on contemporary journalism practices in terms of perception, agenda setting, agenda framing, reporting practices, production and news publication. This study examines the perception of journalists in Surakarta City regarding the urgency of the internet and social media for contemporary journalism practices. This research used a qualitative method in which data were collected through interviews and documentation. The results found that (1) new media as something inevitable for the world of the press; (2) new media as modern technology has a positive impact on the world of the press; (3) new media as modern technology has a negative impact on the world of the press.*

### Sejarah Artikel

Diterima : 9 Nopember 2022  
Disetujui : 14 Nopember 2022

### Kata kunci:

Media baru, Internet, Media sosial, Wartawan

### Keywords:

*New media, Internet, Social media, Journalist*

## **Pendahuluan**

Penggunaan media baru (*new media*) seperti internet (website, blog, dan YouTube) dan media sosial (Facebook, Twitter, Instagram dan WhatsApp) merupakan gejala komunikasi yang semakin spektakular belakangan ini. Nyaris semua kalangan masyarakat menggunakannya termasuk kalangan wartawan, kalangan elite politik, kalangan bisnis, dan kalangan mahasiswa dan/atau pelajar. Penggunaan media baru oleh banyak kalangan masyarakat bahkan telah membawa perubahan-perubahan dalam pola berkomunikasi termasuk misalnya ketika memberikan kabar (informasi) kepada keluarga, sahabat, dan relasi. Sebelumnya orang menggunakan surat atau telepon untuk menjalin komunikasi dan/atau menyampaikan informasi kepada orang lain yang berjauhan tempat; tetapi kemudian sekarang orang menggunakan WhatsApp, Instagram atau Facebook. Begitupun ketika hendak membeli barang; orang harus datang langsung ke penjual atau mungkin berpesan melalui telepon tetapi sekarang orang bisa menggunakan internet.

Selanjutnya, penggunaan media baru juga telah mengubah cara-cara orang memperoleh informasi publik (berita-berita) mengenai berbagai peristiwa penting yang terjadi di belahan dunia manapun, bahkan juga ketika hendak berpartisipasi dalam jalinan komunikasi misalnya ingin memberikan komentar-komentar atau pendapat-pendapat mengenai peristiwa atau isu-isu penting yang terjadi di bagian dunia manapun termasuk misalnya mengenai penembakan seorang pengacara Myanmar sepulang berkunjung ke Indonesia, ketegangan hubungan Amerika Serikat (AS) dengan China, atau aksi-aksi protes di Amerika dan juga di Eropa terhadap kebijakan Presiden Trump yang mereka nilai diskriminatif karena melarang orang dari beberapa negara Islam untuk masuk ke AS.

Pun begitu nampaknya masih terdapat sisi lain dari keberadaan media baru, yakni kemungkinan dampaknya terhadap penerbitan pers. Banyak warga publik sekarang mencari informasi mengenai peristiwa-peristiwa penting melalui website media online, atau mungkin YouTube. Dalam kaitan ini, maka dapat dikatakan bahwa bagi banyak warga publik membeli surat kabar atau majalah berita tidak lagi merupakan suatu keharusan kalau hanya untuk memperoleh informasi dan menyampaikan komentar mengenai peristiwa publik sepenting apapun dan di bagian dunia manapun. Kecenderungan demikian setidaknya dapat dikatakan berdampak pada penerbitan pers. Kenyataan yang ada menunjukkan bahwa tiras surat kabar di Indonesia secara umum menurun menjadi hanya 23.340.175 di tahun 2013 dari tahun 2012 sebelumnya yang mencapai 23.341.075 (Himawan, 2015). Kemudian dari Nielsen dirilis

berita bahwa tahun 2015 terdapat 16 penerbitan surat kabar yang terpaksa gulung tikar dari 117 surat kabar yang dipantau Nielsen. Selain ini terdapat kenyataan pula bahwa beberapa penerbitan terpaksa ditutup seperti misalnya Sinar Harapan, kemudian Harian Bola, Jakarta Globe dan Koran Tempo Minggu (Himawan, 2015; ForumDetik.com, 2015).

Dapat dikatakan dalam hubungan ini bahwa sebagian faktor penyebab menurunnya oplah dan/atau ditutupnya penerbitan surat kabar adalah karena menurunnya pemasukan iklan dan menurunnya jumlah pembaca yang kemudian berkonsekuensi pada menurunnya tiras. Abdul Manan selaku Sekretaris Jenderal Aliansi Jurnalis Independen (AJI) mengatakan dalam kaitan ini bahwa kondisi demikian disebabkan oleh migrasi pola baca sebagian masyarakat ke media online (Himawan, 2015). Bertolak dari hal-hal seperti baru saja dikemukakan di atas maka penelitian ini berusaha melacak permasalahan tentang “bagaimana persepsi wartawan di Kota Surakarta, Jawa Tengah mengenai urgensi media baru terutama internet dan media sosial dalam praktik jurnalisisme kontemporer?”

## **Metode**

Penelitian ini tergolong ke dalam studi media, khususnya media dilihat sebagai institusi. Pendekatan kualitatif dengan studi kasus digunakan sebagai metode utama dalam penelitian ini (Yin, 2009). Penelitian kualitatif melibatkan kegiatan ontologis. Data yang dikumpulkan terutama berupa kata-kata, kalimat atau gambar yang memiliki arti lebih daripada sekedar angka atau frekuensi (Creswell, 2002; Alkhajar et al., 2006; Pawito, 2007). Fokus pengamatan yang dipilih berada di Kota Surakarta. Sebuah kota yang memiliki sejarah panjang terkait dengan media massa terutama surat kabar. Teknik pengumpulan data dalam penelitian ini menggunakan teknik wawancara mendalam (*indepth interview*) (Sutopo, 2006). Sementara itu, analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis model interaktif (Miles, Huberman & Saldana, 2014). Adapun, para informan kunci atau narasumber dalam penelitian ini adalah para jurnalis senior dari empat perusahaan pers cetak utama di Kota Solo yaitu Harian Solopos, Harian Joglosemar, Harian Jawa Pos Radar Solo dan Harian Suara Merdeka.

## Hasil dan Pembahasan

Berdasarkan hasil pengumpulan data yang bersumber dari wawancara dengan narasumber (jurnalis senior dari Harian Suara Merdeka, Harian Solopos, Harian Jawa Pos Radar Solo dan Harian Joglosemar) serta dokumentasi, maka dapat disampaikan temuan data dan analisis sebagai berikut: (1) *Media baru sebagai tidak bisa dihindari bagi pers.* Kalangan jurnalis di Kota Surakarta secara umum melihat bahwa media baru sebagai temuan yang canggih bagi peradaban manusia. Hal ini dikarenakan media baru memiliki jenis-jenis teknologi yang berkarakter modern dan canggih seperti internet, media baru, media bincang, video game, mesin pencarian (*search engine*), dan lain-lain. Semua jenis ini termasuk kategori canggih dan modern yang baru ditemukan belakangan ini dan tidak pernah ada pada peradaban manusia sebelumnya. Kehadiran media baru ini harus disyukuri karena akan menjadi pelengkap bagi peradaban manusia di mana dapat dimanfaatkan sebaik-baiknya bagi kehidupan manusia termasuk bagi dunia pers. Meski demikian, media baru juga memiliki dampak negatif yang harus diantisipasi dan diminimalisasi sekecil mungkin agar tidak justru mereduksi peradaban manusia (Cope & Harcup, 2010).

Mengingat media baru telah menjadi bagian dari kehidupan modern manusia saat ini, maka kehadiran media baru sebagai sesuatu yang tidak bisa dihindari (van Aelst & Walgrave, 2007; Alkhajar, 2014; Alkhajar & Sofyan, 2022). Seiring waktu di mana informasi menjadi kebutuhan manusia, maka secara bertahap masyarakat akan terbentuk menjadi masyarakat informasi yakni sebuah masyarakat yang informasi telah menjadi kebutuhan dan komoditas utama dalam kehidupan sehari-hari (Rogers, 1986; Moore, 1997). Saat ini, baru negara-negara maju yang telah menjadi masyarakat informasi, sementara negara-negara berkembang dan negara-negara miskin belum sampai ke tataran tersebut tetapi dalam tahapan proses dengan jangka waktu dan dinamika berbeda-beda.

Karena kehadiran media baru menjadi hal yang terhindarkan, maka masyarakat umumnya telah menggunakan dan memanfaatkan media baru untuk berbagai kepentingan seperti komunikasi, informasi, bisnis ekonomi, penetrasi budaya hingga propaganda ideologi. Demikian pula dengan dunia pers hingga batas tertentu juga menerima dan menggunakan media baru untuk berbagai kepentingan kerja seperti pencarian informasi, *agenda setting*, *agenda framing*, reportase, wawancara, produksi berita, dan lain-lain. Kalangan pers bahkan

termasuk jajaran kelompok di masyarakat yang awal menerima dan menggunakan media baru dalam berbagai keperluan pekerjaannya.

Hal ini sebagaimana disampaikan wartawan senior Harian Jawa Pos Radar Solo, Ananto Priyatno. Disampaikan dirinya bahwa kemunculan dan kehadiran media baru menjadi sesuatu yang tidak bisa dihindari kalangan pers. Media baru harus mau menerimanya dengan berbagai konsekuensinya sebagai sebuah pilihan zaman. “Ya benar, media baru tidak bisa kita hindari. Kita harus memanfaatkannya sebaik mungkin untuk kepentingan kemajuan (perusahaan pers). Suka tidak suka media baru telah menjadi bagian dari kehidupan kita dan kami di Radar Solo [Jawa Pos Radar Solo] juga ikut menggunakannya.”

Demikian halnya dengan wartawan senior Harian Suara Merdeka, Amir Machmud yang mengatakan bahwa para ahli komunikasi jauh hari telah memprediksi kemungkinan munculnya teknologi baru sejenis media baru beserta dengan dampak positif dan negatifnya. “Sebenarnya kesadaran itu sudah di-*warning* tahun 1993. Saat itu ada pertemuan para ahli media komunikasi atau peneliti di Selandia Baru yang terakhir hadir itu ada Robert Murdoch, Si Raja Media bahwa di era milenium ini akan hadir suatu masa di mana media baru muncul dan mengglobal.”

Wartawan senior pada Harian Joglosemar (sekarang berubah menjadi portal berita online joglosemar.news), Suhamdani, mengemukakan pandangan senada bahwa media baru menjadi sesuatu yang tidak bisa dihindari kalangan pers. Ini terbukti dengan banyaknya pers dalam bentuk portal berita online di mana menggunakan internet (website) sebagai kanal utama publikasi. “Demikian pula dengan pers cetak (termasuk elektronik) telah banyak yang juga membuat kanal onlinenya selain mempertahankan kanal fisiknya. Ini sesuatu yang tak terhindarkan sebagai sebuah adaptasi perkembangan zaman.”

Pandangan kurang lebih sama juga disampaikan wartawan senior Harian Solopos, Mulyanto Utomo. Memasuki era digital saat ini, banyak hal juga akhirnya ikut menggunakan digitalisasi dalam berbagai keperluan, tak terkecuali bagi kalangan pers. “Media baru sebagai bagian dari produk era digital ikut direspons dan digunakan oleh pers. Ini hal yang tidak bisa dihindari dan mestinya diterima dengan baik sebagai bentuk adaptasi zaman. Jadi pers saat ini adalah pers yang telah memanfaatkan media baru dalam ragam bentuknya untuk kepentingan kerja jurnalistiknya. Ada sisi-sisi kemudahan juga menggunakan media baru ini dalam bekerja.”

Maka dari penjelasan dari beberapa wartawan senior pada sejumlah perusahaan pers di Kota Surakarta ini maka dapatlah disimpulkan bahwa kemunculan dan kehadiran media baru bagi kalangan pers adalah tidak bisa dihindari. Kalangan wartawan di Kota Surakarta merespons kehadiran media baru ini dengan cara menerima dan memanfaatkannya sebagai bentuk adaptasi perkembangan zaman serta mempermudah urusan pekerjaan. Menurut para wartawan ini, saat ini telah banyak pers yang memiliki website online atau digital sebagai media kanalnya selain sebagian masih mempertahankan kanal fisiknya dalam bentuk cetak. Dalam konteks ini, dapat dikatakan bahwa media yang memiliki fungsi penting untuk mencerahkan masyarakat dituntut untuk senantiasa beradaptasi dengan kehadiran media baru (Randall, 2007; Alkhajar, 2011; Kovach & Rosenstiel, 2014).

(2) *Media baru memiliki dampak positif bagi pers.* Kalangan wartawan pers cetak di Kota Surakarta secara bulat memiliki pandangan yang sama bahwa media baru memberikan dampak positif bagi dunia pers. Beberapa dampak positif tersebut yakni mempermudah dan mempercepat pekerjaan dari aspek komunikasi kerja, produksi kerja dan publikasi hasil kerja. Memudahkan aspek komunikasi kerja yakni media baru memudahkan kalangan wartawan di Kota Surakarta dalam berkomunikasi dalam bekerja seperti saat liputan di lapangan, produksi berita, koordinasi tim kerja, berelasi dengan narasumber dan lain-lain. Menggunakan teknologi media baru seperti smartphone, email, media bincang seperti WhatsApp menjadikan komunikasi menjadi lebih praktis.

Demikian pula mempercepat komunikasi kerja karena media baru yang digunakan dapat mempercepat proses komunikasi yang dilakukan wartawan di Kota Surakarta mengingat media baru ini adalah teknologi modern dan bersifat cepat dalam prosesnya. Hanya dalam hitungan detik komunikasi langsung dapat dilakukan di mana pun dan kapan pun berada, selama terpenuhi syarat-syarat pendukung teknologinya seperti sinyal internet, pulsa internet atau WiFi internet. Bagi wartawan di Kota Surakarta, adanya media baru ini menjadikan mereka tidak harus selalu berada di kantor melainkan bisa di lokasi liputan atau bahkan di rumah dalam kaitan aktivitas berkomunikasi tentang kerja.

Memudahkan produksi kerja yakni kalangan wartawan di Kota Surakarta merasa sangat terbantu hadirnya media baru dalam aktivitas produksi kerja sebagai seorang jurnalis, seperti wawancara dengan narasumber, menulis berita, mengirim berita, mencari isu berita dan lain-lain. Media baru seperti email, ponsel pintar, WhatsApp, search engine membantu para wartawan untuk berbagai keperluan kerja. Wawancara dengan narasumber misalnya, dapat

direkam cukup dengan ponsel pintar, menulis berita misalnya dapat diketik melalui ponsel pintar, tablet, email atau WhatsApp. Demikian pula dengan proses pengirimannya dapat menggunakan beberapa jenis media baru tersebut.

Mempercepat produksi berita yakni keberadaan media baru membantu kalangan wartawan di Kota Surakarta mempercepat produksi kerja. Misalnya saja wartawan dapat langsung menulis atau melaporkan beritanya di lokasi liputan tanpa harus hadir secara fisik ke Kantor perusahaan pers di mana mereka bekerja. Penulisan berita dapat melalui beberapa jenis teknologi media baru seperti laptop tablet atau ponsel pintar berkoneksi internet di mana tulisan berita diketik di menu yang disediakan dan dikirim lewat email atau media bincang seperti WhatsApp. Dengan kecanggihan teknologinya, produksi pemberitaan dapat dilangsungkan dengan cepat sehingga dapat mengejar *up to date* berita dan efisiensi kerja. Media baru sangat membantu dalam hal ini.

Mempermudah publikasi hasil kerja yakni kehadiran media baru membantu memudahkan para wartawan di Kota Surakarta dalam publikasi hasil produksi berita. Dengan pengiriman yang cepat lewat email atau WhatsApp, hasil tulisan berita wartawan dapat langsung diterima oleh bagian redaksi pemberitaan (*newsroom*). Selanjutnya tulisan berita terkait disunting oleh redaktur, selanjutnya disampaikan ke redaktur pelaksana dan dibahas di rapat redaksi oleh pemimpin redaksi. Jika disetujui, maka tulisan berita dapat dilanjutkan ke bagian layout untuk perwajahan berita dan selanjutnya dicetak dan didistribusikan dalam bentuk produk surat kabar, majalah atau tabloid.

Mempercepat publikasi hasil kerja yakni hasil tulisan para wartawan di Kota Surakarta dapat dipublikasikan dengan lebih cepat. Hal ini terutama jika kanal beritanya berwujud website atau portal berita online. Publikasi tulisan atau berita dari wartawan ini dapat lebih cepat terpublikasikan karena karakter website atau portal berita online berbeda dengan kanal fisik di mana *up to date* publikasi menjadi tekanannya. Demikian pula untuk kanal fisiknya, sampai batas tertentu juga dapat lebih cepat publikasinya di mana sebagai efek dari percepatan proses produksi kerja para wartawan. Sebagaimana disampaikan sebelumnya, dalam penulisan dan pengiriman berita, para wartawan terbantu oleh perangkat media baru sehingga proses produksinya dapat berlangsung lebih cepat karena langsung bisa ditulis di lokasi peliputan dan tidak harus ditulis di kantor perusahaan pers.

Tentang hal ini, wartawan senior Harian Suara Merdeka, Amir Macmud mengungkapkan di antara kelebihan media baru adalah membantu wartawan mempercepat produksi berita seperti dalam pencarian isu, wawancara di lapangan, penulisan dan pengiriman berita. “Harus diakui, kita dimudahkan dengan adanya media baru. Wartawan dapat langsung memproduksi dan mengirim beritanya langsung dari tempat kejadian perkara (TKP) tanpa harus pergi dan mengetik di Kantor perusahaan pers tempat bekerja. Publikasi pun juga ikut cepat terutama yang berkanal online.”

Sepandangan, wartawan senior Harian Solopos, Mulyanto Utomo mengungkapkan bahwa pihaknya memegang wartawan di lapangan dengan fasilitas laptop. Teknologi komunikasi ini bertujuan semakin memperlancar produksi dan pengiriman berita langsung dari lapangan. Selain itu, wartawan juga diberi tunjangan komunikasi berupa pembelian modem dan pulsa sebagai tambahan operasional di lapangan. Demikian pula dengan penambahan kapasitas bandwidth bagi *computer server* terkoneksi internet juga dilakukan penyesuaian sesuai dengan kebutuhan. “Setiap wartawan cetak sekarang dipegangi tablet untuk kepentingan penulisan berita juga reportase. Dengan begitu, wartawan dapat langsung menulis beritanya di lokasi liputan sehingga berita dapat diterima kantor pusat (perusahaan pers) untuk segera diproses hingga publikasi.”

Wartawan senior Harian Joglosemar, Novik Lukman Hakim menyampaikan sebelum kehadiran media baru, aktivitas pencarian berita masih menggunakan model konvensional yaitu wartawan langsung ke masyarakat untuk memperoleh informasi. Dengan media baru, pihaknya bisa mengetahuinya cukup dengan mengakses media baru seperti melalui media sosial. “Kita melakukan pantauan di Facebook. Misalnya di Facebook itu ada group warga Klaten, Sukoharjo, Solo dan lain-lain. Kalau misalnya ada informasi mengenai kecelakaan, maka informasi itu ada di group Facebook. Kita selanjutnya tinggal mengkonfirmasi dan melengkapi datanya ke lapangan untuk keperluan pemberitaan.”

Hal senada juga disampaikan General Manajer Jawa Pos Radar Solo, Ananto Priyatno. Menurutnya, sejak kehadiran media baru juga berimbas pada perubahan pola pencarian informasi untuk dijadikan berita di kalangan wartawan Jawa Pos Radar Solo. Bahkan Jawa Pos Radar Solo membuat program baru bernama Jawa Pos *Clearing House* untuk memberdayakan media baru. “Kita buat Jawa Pos *clearing house*. Info-info hoaks yang viral di media sosial maka kita saring kebenarannya. Arahnya jika orang ingin tahu kebenaran berita di media sosial itu maka bisa melihat di Jawa Pos.”

Dari penjelasan sejumlah responden di atas maka dapat ditarik kesimpulan bahwa telah terjadi perubahan pola kerja para wartawan di sejumlah perusahaan pers cetak besar di Kota Solo yaitu Harian Solopos, Harian Joglosemar, Harian Jawa Pos Radar Solo dan Harian Suara Merdeka. Perubahan pola kerja ini sebagai konsekuensi dari merebaknya media baru di masyarakat luas serta kebijakan internal perusahaan-perusahaan media terkait adopsi inovasi media baru sebagai bagian dari kerja jurnalistik. Perubahan-perubahan pola kerja wartawan tersebut terutama terkait waktu kerja menjadi lebih padat di mana penggunaan teknologi komunikasi baru yang terkoneksi dengan internet seperti ponsel pintar, komputer portabel, komputer personal (PC) telah membuat pencarian, produksi dan pengiriman berita menjadi lebih cepat dan bervariasi terutama untuk kepentingan publikasi di portal berita.

(3) *Media baru memiliki dampak negatif bagi pers.* Selain dipandang memiliki dampak positif, dalam pandangan para wartawan di Kota Surakarta, media baru sampai batas tertentu juga memberikan dampak negatif bagi kalangan pers terutama pers cetak. Dampak negatif terkait terutama terkait penurunan oplah produksi surat kabar dan penurunan pendapatan dari penjualan eksemplar surat kabar dan dari iklan. Penurunan oplah produksi surat kabar disebabkan sampai batas tertentu terjadi penurunan jumlah penjualan eksemplar surat kabar dan penurunan jumlah pelanggan tetap. Penurunan jumlah penjualan eksemplar surat kabar diakibatkan karena sebagian pembaca banyak beralih ke media baru dalam mengakses informasi berita.

Mereka kini lebih senang membaca berita dari sumber-sumber portal berita online padahal sebelumnya mereka mengakses berita dengan membeli dan membaca surat kabar fisik. Selain kemudahan akses karena cukup diakses melalui ponsel pintar, berita-berita online ini juga lebih cepat diakses dan bersifat *up to date* dengan perubahan konten berita setiap waktu. Hal ini berbeda dengan surat kabar fisik di mana baru bisa diakses pada setiap pagi pada setiap harinya karena harus melalui proses percetakan dan distribusi secara manual dengan armada kendaraan bermotor. Karena jumlah pembaca surat kabar fisik menurun maka hal ini berimbas pada penurunan jumlah surat kabar yang diproduksi dengan persentase penurunan tiap perusahaan pers yang bervariasi.

Penurunan oplah surat kabar ini sampai batas tertentu ikut memberikan pengaruh pada penurunan jumlah iklan yang masuk. Hal ini dapat dipahami bahwa dalam industri media surat kabar, jumlah iklan yang masuk sangat bergantung pada kondisi oplah surat kabar yang diproduksi dan jumlah surat kabar yang berhasil dipasarkan. Jika jumlah surat kabar banyak

diproduksi dan dipasarkan diikuti dengan sebaran geografis yang makin luas, maka akan diikuti dengan peningkatan jumlah iklan yang masuk. Para pengiklan hanya tertarik beriklan pada surat kabar yang jumlah oplah produksinya banyak dengan asumsi jumlah surat kabar banyak berarti dibaca banyak orang.

Jika surat kabar tersebut banyak dibaca orang maka diharapkan produk iklan yang diiklankan di surat kabar tersebut juga akan dibeli banyak orang. Jika produk iklan dibeli banyak orang, maka perusahaan produsen produk terkait memperoleh keuntungan penjualan yang sesuai atau bahkan melampaui dari yang ditargetkan. Dengan demikian akan muncul persepsi positif pada perusahaan terkait atas kebijakan beriklan ke perusahaan pers tersebut sehingga kemudian beriklan kembali. Jumlah iklan yang banyak di sebuah perusahaan pers, bukan hanya menjadi sumber pemasukan finansial bagi perusahaan pers terkait, namun juga bisa menjadi indikator perusahaan pers tersebut sehat secara keuangan.

Hal ini disebabkan iklan merupakan sumber pemasukan terbesar bagi perusahaan pers. Selain itu, jumlah iklan yang banyak pada sebuah perusahaan pers menjadi indikator pula sejauhmana tingkat kepercayaan pengiklan untuk beriklan. Jika jumlah iklan banyak berarti ada kepercayaan yang baik dari para pengiklan. Hal demikian dapat merangsang para pengiklan lain yang belum beriklan untuk kemudian beriklan. Sementara bagi pengiklan yang telah beriklan maka diharapkan dapat beriklan lagi atau menjadi pengiklan tetap karena berangkat dari adanya kepercayaan beriklan ke perusahaan pers terkait.

Wartawan senior Harian Joglosemar, Suhamdani mengungkapkan sebagai industri pers di level lokal, pihaknya menghadapi persaingan ketat dengan perusahaan pers lokal lain. Selain itu, Harian Joglosemar juga mengalami tantangan hadirnya media baru yang hingga tingkat tertentu berimbas pada penurunan oplah surat kabar cetaknya. “Kami rasakan saja di lapangan di media online ini sangat terasa sekali bagi media cetak JS (Joglosemar) khususnya. Ini dirasakan di mana dalam hal sirkulasi ada tren penurunan. Media online mempengaruhi minat orang mengakses informasi sehingga mempengaruhi penurunan oplah koran cetak hingga tingkat tertentu. Ini menjadi tantangan kami. ... Efek lain, iklan juga ikut menurun karena oplah iklan menurun.”

Jumlah produksi surat kabar cetak yang mengalami penurunan juga dialami oleh Harian Jawa Pos Radar Solo sejak merebaknya media baru. Wartawan senior Harian Jawa Pos Radar Solo, Ananto Priyatno menyampaikan tren penurunan oplah surat kabar ini terjadi tidak

hanya di Harian Jawa Pos Radar Solo namun seluruh media cetak mengalami penurunan. Menurutnya, di jaringan surat kabar radar di Jawa Pos Grup saat ini ada 17 Radar Jawa Pos di Indonesia. Dari 17 Radar Jawa Pos ini yang alami peningkatan oplah hanya 3 radar (Radar Bali, Radar Kudus, Radar Surabaya). “Namun untuk Radar Jawa Pos lainnya termasuk di Radar Solo mengalami penurunan oplah hingga tingkat tertentu. Secara umum penurunan surat kabar di Jawa Pos Grup rata-rata tidak sampai 2 digit per tahun dari semua penurunan. ... Iklan juga ikut menurun sampai digit tertentu karena efek dari penurunan oplah ini.”

Demikian halnya dengan Harian Solopos, pada harian grup jaringan Bisnis Indonesia ini juga mengalami penurunan oplah surat kabar yang disebabkan sebagai efek dari kehadiran media baru (media). Wartawan senior Harian Solopos, Mulyanto Utomo menyampaikan bahwa faktanya terjadi penurunan oplah surat kabar akibat dampak kehadiran media baru. Sebagian orang lebih memilih mengakses berita melalui media online dengan berbagai moda teknologi komunikasinya. “Jadi memang terasa akibat penurunan oplah ini sehingga kami harus pintar-pintar mengantisipasinya. Meski menurun oplah, dari sisi *income* tetap dominan dari edisi cetak. Tetap mengandalkan edisi cetak karena *income* dari edisi online belum banyak. Hal ini karena kompetisi bisnis via edisi online sangat ketat. ... Iklan secara umum juga ikut turun karena dampak produksi dan penjualan oplah koran cetak yang menurun.”

Wartawan senior Harian Suara Merdeka mengakui adanya penurunan oplah surat kabar ini. Namun dirinya menganggap penurunan itu tidak semuanya karena efek dari kehadiran media baru saja melainkan multifaktor lain seperti manajemen distribusi produk, meningkatnya biaya produksi, perubahan situasi pasar dan lain-lain. “Kami memang terkejut karena kehadiran media baru (online) terjadi penurunan oplah. Namun ada banyak faktor yang ikut pengaruhi penurunan oplah itu seperti manajemen distribusi produk, meningkatnya biaya produksi, perubahan situasi pasar dan lain-lain. Bukan hanya karena penurunan oplah. ... Iya memang benar, iklan akhirnya ikut terpengaruh karena penurunan oplah ini. Bagian perusahaan yang paham soal ini.”

Dari penjelasan ini dapatlah ditarik kesimpulan bahwa sampai batas tertentu kehadiran media baru menurut persepsi para wartawan di Kota Surakarta memberikan dampak negatif pada kalangan pers. Setidaknya yang telah tampak adalah penurunan oplah produksi surat kabar, penurunan oplah penjualan eksemplar surat kabar, penurunan pendapatan dari penjualan eksemplar surat kabar dan dari penurunan pendapatan dari iklan. Tidak sedikit masyarakat sekarang yang memperoleh informasi berita dari aktivitas mengakses media baru

terutama melalui platform ponsel pintar. Efeknya penjualan eksemplar surat kabar menjadi menurun yang akhirnya diikuti dengan penurunan pendapatan perusahaan pers dari sumber penjualan eksemplar surat kabar cetak ini. Karena penjualan surat kabar cetak menurun, maka diikuti penurunan produksi surat kabar. Efek selanjutnya terjadi penurunan iklan dari pengiklan yang masuk dan kemudian berimbas pada penurunan pendapatan perusahaan pers dari sumber iklan.

## **Simpulan**

Dari analisis penelitian di atas maka ditemukan beberapa hal terkait dengan persepsi wartawan di Kota Surakarta terkait urgensi media baru bagi jurnalisme kontemporer yakni: (1) Media baru sebagai sesuatu tak terhindarkan bagi dunia pers di mana media baru telah menjadi bagian dalam kehidupan masyarakat modern. Adaptasi adalah sikap terbaik merespons kehadiran media baru; (2) Media baru sebagai teknologi modern yang berdampak positif bagi dunia pers yakni sampai batas tertentu terkait kemudahan dan kecepatan dalam komunikasi kerja, produksi kerja dan publikasi hasil kerja; (3) Media baru sebagai teknologi modern yang berdampak negatif bagi dunia pers yakni terutama sampai batas tertentu terkait dengan penurunan jumlah oplah yang diproduksi, penurunan jumlah oplah yang dijual, penurunan pendapatan perusahaan dari sumber jumlah oplah yang dijual, penurunan jumlah iklan yang masuk dan penurunan pendapatan perusahaan dari sumber jumlah iklan yang masuk.

## **Ucapan Terima Kasih**

Penulis mengucapkan terima kasih kepada semua pihak yang telah membantu dalam pelaksanaan penelitian ini, terutama para narasumber yang telah meluangkan waktunya untuk memberikan berbagai informasi diperlukan untuk penyelesaian penulisan penelitian.

## **Referensi**

- Alkhajar, E. N. S., Yuliantina, A. L., & Tratama, B. S. (2006). Komunikasi politik elit Nahdlatul Ulama di media. *PKMI*. Malang: Universitas Muhammadiyah Malang.
- Alkhajar, E. N. S. (2011). Tanggung jawab sosial media. *Joglosemar*, 8 Maret.

- Alkhajar, E. N. S. (2014). *Media, masyarakat dan realitas sosial*. Surakarta: Sebelas Maret University Press.
- Alkhajar, E. N. S. & Sofyan, A. (2022). *Media dan peradaban bangsa*. Yogyakarta: KBM Indonesia.
- Cole, P., & Harcup, T. (2010). *Newspaper journalism*. London: Sage Publications.
- Creswell, J. (2002). *Research design: Qualitative, quantitative, and mixed method approaches*. Thousand Oaks: Sage Publications.
- ForumDetik.com. (2015). Koran Tutup 2015: Sinar Harapan, Harian Bola, Jakarta Globe, Koran Tempo Minggu. *ForumDetik.com*. <https://forum.detik.com/koran-tutup-2015-sinar-harapan-harian-bola-jakarta-globe-koran-tempo-minggu-t1314413.html>
- Himawan, A. (2015). Inilah dua penyebab industri media cetak terpukul. *Suara.com*, 23 November. <https://www.suara.com/bisnis/2015/11/23/145446/inilah-2-penyebab-industri-media-cetak-terpukul>
- Kovach, B., & Rosenstiel, T. (2014). *The Elements of Journalism*. New York: Three Rivers Press.
- Miles, M. B., Huberman, A. M., & Saldana, J. (2014). *Qualitative data analysis*. London: Sage Publications.
- Moore, N. (1997). The information society. In Y. Corrier (Ed.), *World Information Report* (pp. 271-284). Paris: UNESCO.
- Pawito. (2007). *Penelitian komunikasi kualitatif*. Yogyakarta: LKiS.
- Randall, D. (2007). *The universal journalist*. London: Pluto.
- Rogers, E. M. (1986). *Communication technology: The new media in society*. New York: The Free Press.
- Sutopo, H.B. (2006). *Metode Penelitian Kualitatif*. Surakarta: UNS Press.
- Undang-Undang Nomor 40 Tahun 1999 tentang Pers.
- Undang-Undang Dasar Negara Republik Indonesia Tahun 1945.
- van Aeist, P. & Walgrave, S. (2007). New media, new movements? The role of the internet in shaping the 'anti-globalization' movement. *Information, Communication & Society*, 5(4), 465-493.
- Yin, R. K. (2009). *Case study research: Design and methods*. Thousand Oaks: Sage Publications.