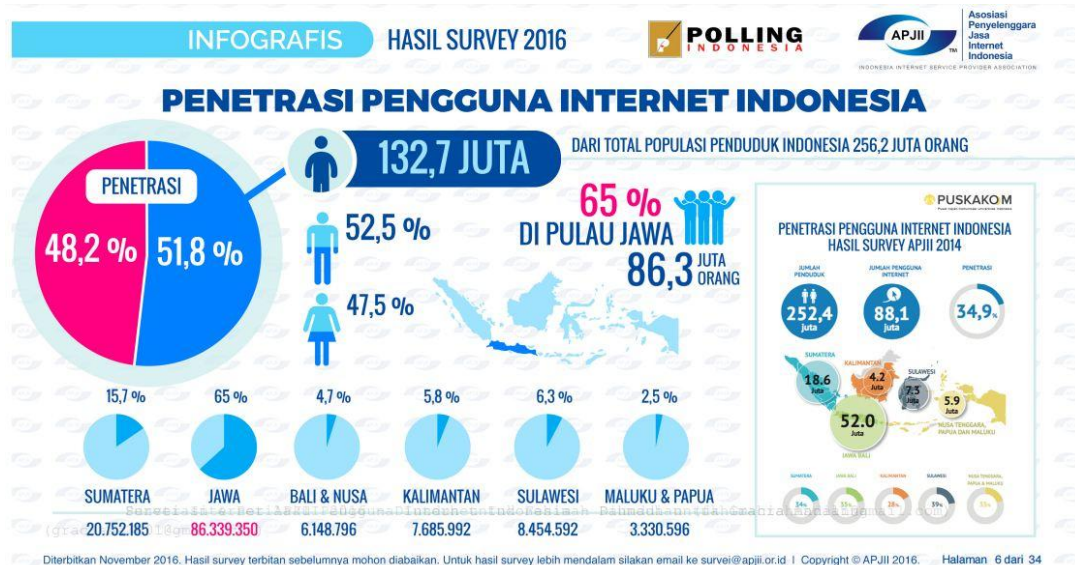


BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang

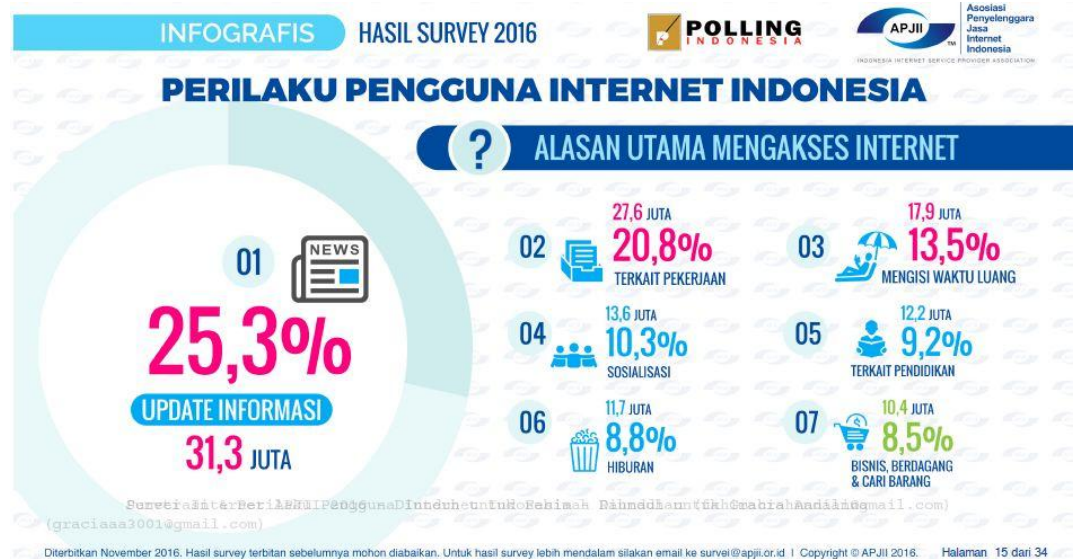
Teknologi mengalami perkembangan yang sangat pesat. Perkembangan teknologi tersebut diiringi oleh perkembangan internet yang semakin cepat. Hal ini dapat dikaitkan dengan kemunculan berbagai bentuk media digital. Kemunculan berbagai bentuk media digital tersebut mampu memberikan masyarakat suatu era yang baru yang disebut era digital. Era digital bukanlah sebuah isu yang baru di masyarakat, namun perkembangannya semakin pesat seiring dengan perkembangan zaman. Hal ini dapat dilihat melalui hasil survey yang dirilis oleh Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia (APJII). Pada November 2016, APJII merilis hasil survey mengenai Profil Pengguna Internet Indonesia pada tahun 2016. Hasil survey tersebut menunjukkan bahwa sekitar 132,7 juta dari 256,2 juta penduduk Indonesia menggunakan internet. Bila jumlah tersebut dibandingkan dengan hasil survey yang dilakukan APJII pada tahun 2014, terlihat adanya peningkatan jumlah pengguna internet di Indonesia, karena berdasarkan hasil survey APJII pada tahun 2014 tersebut, tercatat sekitar 88,1 juta dari 252,4 juta penduduk Indonesia aktif sebagai pengguna internet. Kedua hasil survey tersebut menunjukkan bahwa terdapat peningkatan angka pengguna internet di Indonesia.



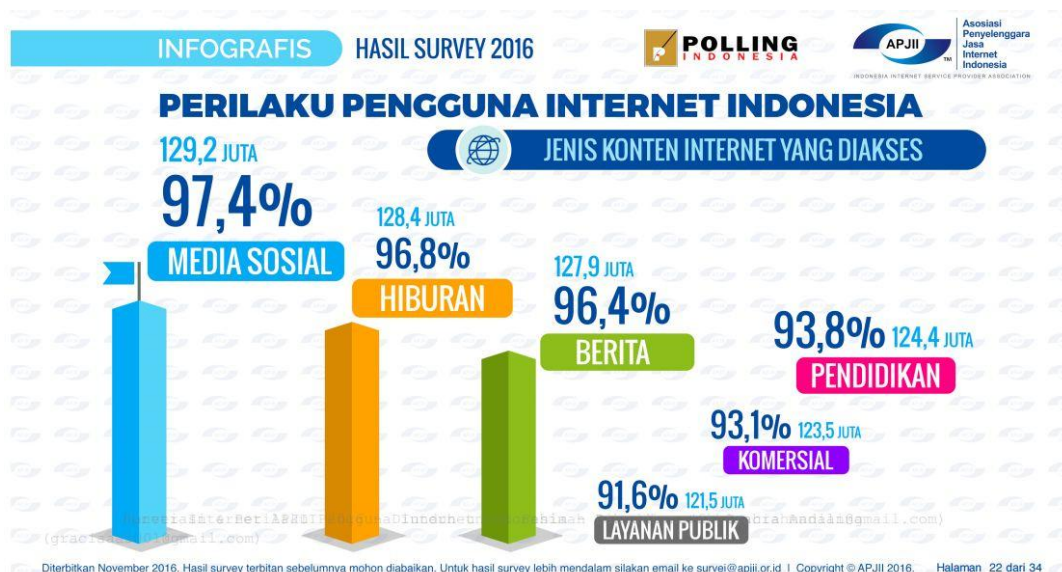
Gambar 1.1. Jumlah Pengguna Internet di Indonesia
Sumber: www.apjii.or.id

Era digital mampu membuat masyarakat meninggalkan beberapa teknologi konvensional, salah satunya surat kabar. Saat ini dapat dilihat bahwa sebagian besar masyarakat memenuhi kebutuhannya akan informasi melalui surat kabar digital atau portal berita. Efisiensi yang didapat dari penggunaan teknologi dan digital membuat sebagian besar masyarakat lebih mengandalkan teknologi modern daripada konvensional. Hal ini membuat sebagian besar masyarakat memanfaatkan *gadget* atau teknologi, khususnya internet, dalam kehidupan sehari-hari.

Berdasarkan hasil survey yang dilakukan oleh APJII pada tahun 2016 tersebut, didapat bahwa alasan utama masyarakat mengakses internet adalah untuk melakukan *update* informasi. Sekitar 25,3 persen masyarakat mengakses berita menggunakan internet, yang mana dapat dikatakan bahwa sekitar 31,3 juta penduduk Indonesia mengakses media online untuk memenuhi kebutuhan informasi.



Gambar 1.2. Alasan Utama Mengakses Internet
 Sumber: www.apjii.or.id



Gambar 1.3. Jenis Konten Internet yang Diakses
 Sumber: www.apji.or.id

Berdasarkan data di atas dapat dilihat bahwa hampir seluruh pengguna aktif internet di Indonesia mengakses media sosial. Berbagai angka yang sudah disebutkan di atas menunjukkan adanya keterkaitan antara kebiasaan mengonsumsi berita dengan memanfaatkan perkembangan teknologi dan internet di era digital ini dengan mengonsumsi berita melalui surat kabar yang dilakukan oleh masyarakat.

Surat kabar merupakan media konvensional dalam menyebarkan informasi. Surat kabar merupakan produk media cetak yang memberikan informasi terbaru dan terkini setiap harinya. Kebutuhan masyarakat akan berita terbaru dapat dipenuhi dengan membaca surat kabar, oleh sebab itu peneliti tertarik meneliti media cetak surat kabar sebagai objek penelitian bukan media cetak lain. Surat kabar merupakan media cetak yang dibaca segala jenis kalangan dan dianggap mencakup banyak informasi. Namun, tingginya jumlah masyarakat yang memanfaatkan perkembangan teknologi dan internet dalam melakukan *update* informasi membuat masyarakat yang mengonsumsi surat kabar menurun.

Dikutip dari *merdeka.com*, Direktur Eksekutif Serikat Perusahaan Pers (SPS) Indonesia, Asmono Wikan, menyatakan perkembangan teknologi cuma salah satu faktor yang memengaruhi kondisi media cetak. Masyarakat perlahan lebih rutin mengakses informasi lewat internet, termasuk berita. Didukung oleh efisiensi dan kecepatan *update* berita, masyarakat semakin memanfaatkan internet dan teknologi untuk mengakses berita dan informasi. Hal ini kemungkinan menjadi penyebab

masyarakat mulai menarik diri dalam membaca surat kabar sehingga jumlah minat pasar surat kabar pun ikut menurun. Ketika minat pasar menurun, maka para investor, pemasok iklan, dan juga pihak perusahaan semakin menarik diri dalam produksi surat kabar, sehingga keadaan ekonomi perusahaan pun ikut menurun, terlebih lagi biaya cetak yang terus meningkat. Dilihat dari beberapa informasi yang dijelaskan di atas, sudah sepatutnya jika berbagai media cetak, khususnya surat kabar, yang masih berdiri hingga saat ini khawatir dengan kelangsungan media mereka. Para eksekutif media tentunya harus sudah mengantisipasi hal-hal buruk yang kemungkinan menimpa media mereka, salah satunya adalah Inilah Koran, terlebih karena Inilah Koran masih memiliki usia yang sangat muda, yaitu lima tahun.

Inilah Koran merupakan salah satu surat kabar di Jawa Barat yang berdiri pada tahun 2011, yang mana pada tahun tersebut teknologi sudah berkembang dengan cukup pesat, namun hingga saat ini keberadaannya masih beredar di masyarakat. Berdirinya surat kabar Inilah Koran menunjukkan anomali di tengah masyarakat, karena di tengah perkembangan teknologi, internet, dan media digital, perusahaan tersebut justru menerbitkan produk cetak berupa surat kabar dengan slogan Telinga, Mata, dan Hati Rakyat. Selain itu juga, Inilah Koran melawan prinsip mediamorfosis, yang mana PT. Inilah Media Jabar, sebagai induk Inilah Koran, sudah menaungi portal berita terlebih dahulu sebelum akhirnya memutuskan untuk meresmikan produk surat kabar Inilah Koran.



Gambar 1.4. Halaman depan surat kabar Inilah Koran
Sumber: Surat kabar Inilah Koran edisi 6 Juli 2017

Gambar 1.5. Halaman depan *inilahkoran.com* edisi 6 Juli 2017
Sumber: *inilahkoran.com*



Salah satu yang menjadi keunggulan pada surat kabar bila dibandingkan dengan berita pada media *online* adalah perusahaan surat kabar memiliki waktu lebih banyak untuk menyelidiki kasus yang akan diangkat menjadi berita. Hal ini disebabkan karena surat kabar tidak diburu oleh waktu dalam menerbitkan beritanya, berbeda dengan media *online* yang mengutamakan kecepatan dalam menerbitkan berita. Hal ini membuat perusahaan surat kabar dapat menampilkan berita yang lebih berkualitas dan lengkap bila dibandingkan dengan media *online*. Kualitas dan kelengkapan isi berita menjadi hal yang sangat dipertimbangkan oleh masyarakat sebelum mengonsumsi suatu surat kabar. Selain oleh waktu yang lebih lama, kualitas isi surat kabar juga dapat terjaga apabila manajemen dalam redaksinya tersusun rapi. Manajemen redaksional adalah manajemen yang mengatur segala aspek jurnalistik pada surat kabar. Pencarian berita dan produksi berita merupakan hal yang diatur dalam manajemen redaksional (Junaedi:2014). Apabila manajemen redaksional pada perusahaan surat kabar tersusun baik, maka pencarian dan produksi berita pada surat kabar tersebut dapat dipastikan baik juga. Hal ini berpengaruh pada kualitas isi berita surat kabar tersebut. Kualitas isi berita pada surat kabar menjadi baik jika diproduksi dengan manajemen yang baik.

Oleh sebab itu peneliti ingin meneliti dan mengetahui bentuk pencarian dan produksi berita yang diterapkan oleh redaksi Inilah Koran sehingga mampu menghasilkan berita yang berkualitas sehingga bisa bertahan di era digital. Berdasarkan latar belakang di atas, penulis tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul **“Manajemen Redaksional Surat Kabar di Era Digital (Studi Deskriptif Kualitatif pada Surat Kabar Inilah Koran).”**

1.2. Fokus Penelitian

Berdasarkan latar belakang di atas, adapun rumusan masalah pada penelitian kali ini adalah:

1. Bagaimana pencarian berita yang dilakukan redaksi Inilah Koran?
2. Bagaimana proses produksi berita yang dilakukan redaksi Inilah Koran?

1.3. Tujuan Penelitian

Tujuan dari penelitian ini adalah:

1. Untuk mengetahui pencarian berita yang dilakukan redaksi Inilah Koran.
2. Untuk mengetahui proses produksi berita yang dilakukan oleh redaksi Inilah Koran.

2.1. Manfaat Penelitian

Hasil dari penelitian ini diharapkan berguna untuk beberapa pihak yang terkait dengan media massa, khususnya media cetak surat kabar, ditinjau dari manfaat teoritis dan manfaat praktis yaitu:

2.1.1. Aspek Teoretis

- a. Hasil penelitian ini diharapkan dapat dijadikan sebagai referensi untuk para peneliti selanjutnya dalam melakukan penelitian terkait dengan kajian media massa, khususnya surat kabar.
- b. Selain itu juga, diharapkan penelitian ini dapat memberikan informasi baru tentang media cetak, khususnya surat kabar, di era digital.

2.1.2. Aspek Praktis

Hasil dari penelitian ini kiranya dapat digunakan oleh berbagai pihak, terutama perusahaan-perusahaan media cetak, khususnya surat kabar, dalam mempertahankan eksistensi perusahaan surat kabarnya sehingga dapat tetap bertahan dan terus memberikan informasi kepada masyarakat.