

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Surat kabar sebagai salah satu media massa cetak memiliki peran yang sangat penting. Peranan tersebut, antara lain untuk menyampaikan beragam informasi kepada masyarakat, seperti berita, hiburan, pendidikan, iklan, bahkan dapat dijadikan kontrol sosial. Oleh karena itu, surat kabar merupakan alat komunikasi untuk menyampaikan berita dan informasi lainnya yang dibutuhkan oleh masyarakat. Dengan hadirnya surat kabar maka masyarakat akan lebih mudah memperoleh informasi yang diinginkan, selain itu berita dan informasi lainnya akan lebih cepat sampai kepada masyarakat. Bahkan banyak keuntungan yang didapat dari membaca surat kabar, keuntungan tersebut diantara bisa dibaca dan kapan saja, informasi atau berita yang disampaikan dikupas lebih mendalam serta rinci, serta sifatnya yang tertulis tidak akan pernah hilang selama cetaknya tidak rusak dan masih bisa terbaca dengan jelas.

Salah satu bagian dari surat kabar yang terpenting adalah berita (khususnya berita utama). Berita dan reportase disampaikan dengan menggunakan bahasa bersifat informatif maksudnya bahasa untuk menyampaikan fakta. Penggunaan bahasa yang informatif tersebut disebabkan berita menyuguhkan hal yang terpenting untuk diketahui oleh khalayak umum. Untuk itu bahasa berita haruslah sederhana, mudah dipahami, teratur, dan efektif, seperti yang disampaikan oleh Sumadiria dalam bukunya yang berjudul Panduan Praktis Penulisan dan Jurnalis, menyatakan bahwa bahasa jurnalistik kini tampil begitu perkasa dan mempesona dalam sajian berita dan laporan media massa. Bahasa jurnalistik dapat dibedakan menurut bentuknya, yaitu bahasa jurnalistik surat kabar, bahasa jurnalistik tabloid, bahasa jurnalistik majalah, bahasa jurnalistik radio siaran, bahasa jurnalistik televisi dan bahasa jurnalistik media online internet. Bahasa jurnalistik memiliki sifat khas yaitu sederhana, padat, singkat, jelas, lugas, menarik, jernih, demokratis, populis, logis, gramatikal menghindari kata tutur, menghindari kata istilah asing, pilihan kata (diksi) yang tepat, mengutamakan kalimat aktif,

menghindari kata atau istilah teknis dan tunduk kepada kaidah etika bahasa jurnalistik yang berlaku. (Sumadiria. 2006:13).

Hal tersebut juga disebutkan oleh Koesworo bahwa bahasa jurnalistik adalah bahasa indonesia yang digunakan oleh penerbit pers yang mengandung makna informatif, persuasif, kata-katanya singkat, jelas, dan mudah dipahami. Hal ini disebabkan oleh beragamnya masyarakat indonesia yang mana memiliki bahasa daerah yang berbeda-beda. Oleh karena itu, penggunaan bahasa indonesia yang baku tetap dipertahankan oleh penulisan berita supaya semua masyarakat pembaca dimanapun berada dapat memahami berita yang terdapat dalam surat kabar. (Koesworo. 1994:85-86). Begitu juga yang disebutkan oleh Rohmadi. Berita adalah sajian informasi tentang suatu kejadian yang berlangsung atau kejadian yang sedang terjadi. Penyajian berita dapat dilakukan melalui informasi berantai dari mulut ke mulut atau secara langsung. Ada juga yang menggunakan media, baik media cetak koran dan majalah, maupun media cetak elektronik seperti televisi, radio, dan internet. Penulisan berita di media cetak harus memperhatikan 5W+1H (*What, Why, Where, Who, When, dan How*), *What* = apa yang sedang terjadi, *Why* = Kenapa peristiwa tersebut bisa terjadi, *Where* = Dimana peristiwa tersebut sedang terjadi, *Who* = Siapa yang terlibat peristiwa tersebut, *When* = Kapan peristiwa tersebut terjadi, *How* = Bagaimana berita itu terjadi. Berita menjadi menarik dan memiliki kualitas apabila ditulis fakta dan peristiwa yang telah terjadi sehingga disebut dengan fakta. Kemerarikan berita yang terdapat dalam media cetak dapat dilihat dari judul yang digunakan. Judul berita sangat penting untuk mengantarkan pembaca masuk kedalam berita. Judul berita digunakan untuk merangkum isi berita kepada pembaca mengenai isi berita. Penulisan judul dalam sebuah berita harus menggunakan bahasa yang mudah dipahami, jelas dan tidak ambigu. Judul berita harus ditulis dengan bahasa yang singkat, lugas, dan menarik. Tidak ada ketentuan baku beberapa kata, sebaiknya untuk sebuah judul berita. Dalam bidang informasi, menyajikan berita ialah turut serta dalam persaingan ketat antar perusahaan media, karena demikian besar dan ketatnya persaingan usaha dalam bidang informasi, maka tidak heran jika perusahaan media berlomba-lomba menjadi yang terbaik. (Rohmadi. 2011:30)

Namun dalam usaha mempertahankan kelangsungan hidup suatu perusahaan, seringkali perusahaan tersebut dihadapkan oleh suatu kendala, yaitu merebut kepercayaan masyarakat yang lebih luas sebagai akibat dari persaingan antar media. Memperhatikan kepuasan dari konsumen atau masyarakat merupakan tujuan utama dari perusahaan media. Dalam hal ini media mengajarkan bahwa upaya untuk merebut kepercayaan publik, harus berdasarkan kebutuhan dan keinginan mereka. Oleh karena itulah perusahaan media mengemas dan menyajikan produknya (surat kabar) yang benar-benar dibutuhkan oleh masyarakat. Artinya, isi yang disajikan benar-benar sesuai fakta (benar-benar terjadi) dan bisa diterima oleh publik, Sehingga masyarakat menjadi percaya pada apa yang disajikan oleh media tersebut. Dalam penyajian isi, kualitas informasi yang disajikan dan cara pengemasannya (*design/layout*), merupakan faktor penting dalam memberi kepuasan pada masyarakat, agar masyarakat sebagai penikmat informasi dapat mengerti dengan mudah pada apa yang disampaikan dan dapat menerima pesan apa yang disampaikan, melalui sesuatu yang disajikan. Ada sebuah upaya yang ditawarkan untuk bisa memperhatikan tingkat kepuasan pasar (konsumen), yaitu dengan merebut hati publik atau masyarakat sebagai penikmat informasi dengan cara menyampaikan informasi dengan gaya bahasa yang sederhana, sehingga dapat diterima dengan mudah oleh hati dan pikiran masyarakat. Jika suatu media mampu menjadikan isi atau sebuah berita/informasi dapat diterima oleh masyarakat, berarti satu kesuksesan telah diraih, dengan demikian, maka langkah selanjutnya yang harus ditempuh oleh perusahaan media tersebut adalah mengatur upaya selanjutnya, agar masyarakat sepenuhnya tetap percaya dan tidak berpaling pada produk media lain.

Koran dalam bentuk media cetak merupakan salah satu bentuk media massa yang sudah ada sejak beratus tahun lalu, dan menjadi bagian dari masyarakat. Koran berfungsi sebagai media informasi dan sarana edukasi bagi masyarakat, informasi yang dihasilkan dari koran bisa dipergunakan sebagai sarana untuk pengambilan keputusan. Media cetak satu ini, koran tentunya pernah menduduki peringkat ketiga sebagai media yang paling banyak dan paling sering dikonsumsi, pada tahun 2010 setelah televisi dan radio, koran yang memiliki ukuran kertas yang cukup besar itu memang terlihat begitu menyulitkan pembacanya, akan

tetapi dibalik itu terdapat berbagai informasi yang begitu banyak dan lengkap, dan dapat bermanfaat bagi pembaca baik dari *general knowledge, information update*, hingga menjadi sarana penghilang penat atau sarana hiburan.

Salah satu yang menjadi tantangan bagi industri koran dalam beberapa tahun terakhir adalah melesatnya peran teknologi informasi, terutama internet, sebagai sarana pemenuhan kebutuhan informasi bagi masyarakat. Melalui internet, masyarakat bisa lebih mudah mengakses informasi dan berita yang diinginkan, tanpa ada batasan ruang dan waktu. Hal ini ditandai dengan surutnya era surat kabar di berbagai penjuru dunia, yang ditandai dengan surutnya pendapatan iklan dan jumlah pelanggan, terlebih lagi dari kalangan muda. Menurut Leksono yang telah disampaikan dalam bukunya, hal ini dikarenakan generasi muda yang juga dikenal sebagai generasi digital atau *generation C* lebih menyukai peralatan (*gadget*) untuk mendapatkan informasi. Generasi digital adalah mereka yang lahir setelah tahun 1980, dapat dikatakan bahwa sejak lahir mereka sudah bersentuhan dengan teknologi. (Leksono. 2009:42). Mereka lebih senang main internet dan menonton televisi dibandingkan membaca koran. Seiring dengan berkembangnya teknologi, muncul pula media baru yang disebut media online. Media ini menjadi pusat data bagi pembaca agar mereka dapat mencari berita maupun hal lainnya disini. Keberadaan media online juga turut mempengaruhi strategi bisnis dari perusahaan surat kabar dan televisi. Banyak penerbit koran yang membuat versi online-nya meskipun isi beritanya kurang lebih sama dengan yang diberitakan di edisi cetaknya seperti yang dilakukan koran Jawa Pos. Jawa Pos membagi website-nya menjadi www.Jawapos.com dan sehingga bila pembaca ingin mengetahui berita di luar edisi cetak, mereka dapat mengaksesnya melalui web yaitu www.Jawapos.com. Selain itu pembaca juga dapat mengakses *e-paper* untuk melihat isi koran digital yang sama dengan Jawapos dalam bentuk media cetak.

Salah satu kelemahan dari koran dalam bentuk media cetak adalah, berita yang dimunculkan hari ini adalah berita yang terjadi kemarin atau periode sebelumnya. Informasi yang terjadi satu jam yang lalu baru akan diterbitkan pada koran esok harinya. Padahal di zaman yang serba instant ini, masyarakat cenderung ingin mengetahui berita secara lebih cepat dan tepat. Bentuk keterbatasan lain dari koran adalah wilayah penyebarannya dibatasi secara

geografis karena tidak semua daerah-daerah yang meliputi pendistribusian koran tersebut tercover dengan baik. Sementara berita melalui media online bisa diakses dimana saja dan kapan saja si pembaca membutuhkan informasi, keunggulan lainnya dari media online adalah komunikasi bisa terjadi dua arah antara pembaca dengan medianya. Pembaca bisa langsung memasukkan saran, tanggapan, pertanyaan maupun pernyataan kepada redaktornya. Dan bila tim redaktornya aktif, maka saran, tanggapan, pertanyaan maupun pernyataan yang masuk ke dapur redaksi, bisa ditanggapi langsung oleh tim redaksi dari media tersebut. Bahkan saat ini dengan semakin berkembang pesatnya pengguna situs jejaring sosial, seperti Facebook dan Twitter, seseorang bisa turut berperan serta dalam memberikan informasi mengenai peristiwa yang terjadi. Media online tidak memiliki keterbatasan dari sisi geografis. Sebagai contoh, seorang warga negara Indonesia yang tinggal di pedalaman Papua sekalipun bisa membuka situs berita atau portal berita yang ada di Indonesia, seperti Detik.com, sehingga kita bisa mengetahui peristiwa terkini di belahan dunia manapun tanpa dibatasi oleh ruang dan waktu. Sementara surat kabar hanya beredar di tingkat lokal ataupun nasional saja. Sementara itu jurnalisme online juga mempunyai tantangan tersendiri. Kecepatan yang menjadi keunggulannya, dapat cenderung mengorbankan akurasi berita. *Copy-paste* dan isu plagiatisme mudah dilakukan, sehingga mengabaikan hak milik intelektual, saat ini dengan semakin tingginya mobilitas seseorang, mengakibatkan waktu yang dimiliki untuk membaca menjadi semakin sedikit. Pencarian informasi secara cepat lebih mengandalkan pada media televisi maupun internet. Khusus di kalangan anak muda, kebiasaan membaca koran bahkan nyaris hilang, ditambah oleh mahalnya harga kertas, dan kecenderungan penghematan biaya iklan, membuat posisi penerbit surat kabar akan semakin terjepit.

Fenomena perkembangan blogger dan *citizen online journalism* yang begitu pesat di negara maju juga menjadi pemicu berkurangnya audien koran. Media baru, khususnya online dan mobile berkembang seiring dengan munculnya generasi digital yang lebih akrab dengan internet dan handphone. Media online jauh lebih murah karena tidak tergantung logistik (kertas) percetakan, distribusi yang membutuhkan tenaga kerja sangat banyak. Tidak semua kebutuhan informasi dapat terpenuhi melalui televisi dan media online. Orang masih

terdorong membaca koran dengan harapan dapat menggali informasi lebih mendalam. Meski penerbit surat kabar optimis media online belum menjadi ancaman serius dalam waktu dekat, tetapi kebijakan bisnis koran tak urung dibayang-bayangi kekhawatiran trend penurunan pembaca koran. Surat kabar melakukan antisipasi dengan kebijakan penerbitan dua versi, media cetak dan media online. Penerbitan koran dalam bentuk media online umumnya lebih bersifat reaktif dan serta *up to date* untuk menyaingi kecepatan pemberitaan media online yang memang secara sadar menjadikan dirinya sebagai situs berita. Jika dilihat dari pengguna internet yang mengakses berita masih sangat sedikit di Indonesia, memang surat kabar di Indonesia masih bisa berlega hati untuk, setahun sampai dua tahun ke depan, namun setelah itu suasananya akan berubah, dengan makin berkembangnya teknologi informasi dan turunnya tarif internet.

Hal inilah yang menarik perhatian penulis untuk mengetahui dan meneliti lebih lanjut mengenai bagaimana Radar Jember untuk menjaga eksistensi media cetak dalam penyampaian berita terpercaya dikalangan masyarakat Kabupaten Jember, kemudian mengangkatnya menjadi sebuah judul penelitian yang berjudul “Strategi Radar Jember Mempertahankan Eksistensi Sebagai Media Terpercaya di Kabupaten Jember.

1.2 Rumusan Masalah

Harian Radar Jember adalah satu perusahaan media yang termasuk sukses dan mampu bersaing dengan perusahaan media serupa dalam persaingan bisnis di dunia informasi. Untuk bisa bersaing dengan perusahaan media lain, tentunya Harian Radar Jember memiliki upaya sendiri untuk dapat meraih dihati masyarakat. Oleh karena itu maka dengan penelitian ini, peneliti merumuskan masalah penelitian pada upaya yang dilakukan oleh redaksi Harian Radar Jember dalam mempertahankan surat kabar Sebagai Media Terpercaya di Kabupaten Jember yang ditinjau dari segi content-nya :

1. Bagaimana strategi Harian Radar Jember untuk menjaga minat konsumen pembaca di Kabupaten Jember?
2. Bagaimana strategi Harian Radar Jember dalam menjaga eksistensi surat kabar di Kabupaten Jember?

3. Bagaimana upaya Harian Radar Jember dalam mengemas berita untuk menjadi surat kabar terpercaya di Kabupaten Jember?

1.3 Tujuan Penelitian

Adapun tujuan dari penelitian adalah sebagai berikut :

1. Mengetahui strategi harian Radar Jember untuk menjaga minat konsumen pembaca surat kabar di Kabupaten Jember.
2. Mengetahui strategi harian Radar Jember dalam menjaga eksistensi surat kabar di Kabupaten Jember.
3. Mengetahui upaya harian Radar Jember dalam mengemas berita untuk menjadi surat kabar terpercaya di Kabupaten Jember.

1.4 Manfaat Penelitian

1. Penelitian ini diharapkan dapat memberi masukan yang bermanfaat bagi pembaca maupun studi komunikasi dan informasi yang akhir-akhir ini makin banyak memperoleh kajian dari berbagai disiplin ilmu baik melalui kajian teoritis maupun kajian riset di bidang terapan.
2. Hasil penelitian ini dapat digunakan sebagai bahan kajian secara praktis, penelitian ini diharapkan dapat merefleksikan efektifitas upaya dalam mempertahankan surat kabar, dan tidak kalah pentingnya bahwa penelitian ini dapat memperkaya hasil penelitian pada studi ilmu komunikasi tentang upaya dalam mempertahankan surat kabar sebagai media terpercaya di kalangan masyarakat Kabupaten Jember.