



MEMPERTAHANKAN EKISTENSI MEDIA CETAK DI TENGAH GEMPURAN MEDIA ONLINE

MAINTAIN THE EXISTENCE OF PRINTED MEDIA IN THE MIDDLE EXPOSED TO MEDIA ONLINE

I Made Suyasa¹, I Nyoman Sedana²

¹Program Studi Ilmu Komunikasi, Universitas Pendidikan Nasional (Undiknas) Denpasar
Jl. Bedugul No. 39 Sidakarya Denpasar Bali

¹madesuyasa@undiknas.ac.id, ²nyomansedana@undiknas.ac.id

ABSTRACT

The development of information and communication technology has brought a large flow of changes to the media industry, especially print media. The proliferation of online media is a threat to conventional media. In this digital age, information and news are more easily obtained from various online sources. This condition has caused a number of print media industries in the country to "shut down" because of their inability to seize the market. On the other hand, a number of print media industries are currently trying to adapt in the midst of the rapid development of information and communication technology by migrating to a digital platform, but still maintaining its print version.

Keywords: *Print Media, Technology Development, Online Media.*

ABSTRAK

Perkembangan teknologi informasi dan komunikasi membawa arus perubahan besar terhadap industri media khususnya media cetak. Menjamurnya media online menjadi ancaman bagi media-media konvensional. Di era digital ini, informasi dan berita lebih mudah diperoleh dari berbagai sumber online. Kondisi ini menyebabkan sejumlah industri media cetak di Tanah Air "gulung tikar" karena ketidakmampuannya dalam merebut pasar. Di sisi lain, sejumlah industri media cetak saat ini berusaha untuk beradaptasi di tengah pesatnya perkembangan teknologi informasi dan komunikasi ini dengan melakukan migrasi ke platform digital, namun tetap mempertahankan versi cetaknya.

Kata Kunci: *Media Cetak, Perkembangan Teknologi, Media Online.*

1. PENDAHULUAN

Pesatnya perkembangan teknologi informasi dan komunikasi saat ini berdampak signifikan terhadap kehidupan manusia. Perkembangan tersebut seiring dengan perubahan masyarakat, yakni dari masyarakat yang tradisional menjadi masyarakat modern, kemudian secara otomatis perubahan tersebut menuntut masyarakat menuju ke arah globalisasi.

Era globalisasi menempatkan peranan teknologi informasi dan komunikasi ke tempat yang sangat strategis, karena menghadirkan suatu dunia tanpa batas, jarak, ruang dan waktu, serta meningkatkan produktivitas dan efisiensi yang pada akhirnya akan meningkatkan kesejahteraan masyarakat. Berkembangnya teknologi informasi dan komunikasi ini, membawa tren baru di dunia industri komunikasi, yakni hadirnya beragam media yang menggabungkan teknologi komunikasi baru dan teknologi komunikasi massa tradisional. Pada tataran praktis maupun teoretis, fenomena yang sering disebut sebagai konvergensi media ini, memunculkan beberapa konsekuensi penting. Di ranah praktis, konvergensi media bukan saja memperkaya informasi yang disajikan, melainkan juga





memberikan pilihan kepada khalayak untuk memilih informasi yang sesuai dengan selera mereka (Romli, 2016: 138).

Penemuan teknologi informasi dan komunikasi yang berkembang dalam skala massal, telah mengubah bentuk masyarakat dari masyarakat dunia lokal menjadi masyarakat dunia global, sebuah dunia yang sangat transparan terhadap perkembangan informasi, transportasi serta teknologi yang begitu cepat dan begitu besar dalam mempengaruhi peradaban umat manusia, sehingga dunia juga dijuluki *the big village* yaitu sebuah desa yang besar, di mana masyarakatnya saling kenal dan saling menyapa satu dengan lainnya. Perkembangan teknologi informasi dan komunikasi tidak saja mampu menciptakan masyarakat dunia global, namun secara materi mampu mengembangkan ruang gerak kehidupan baru bagi masyarakat, sehingga tanpa disadari komunitas manusia telah hidup dalam dua dunia kehidupan, yaitu kehidupan masyarakat nyata dan kehidupan masyarakat maya (*cybercommunity*) (Bungin, 2006: 163-164).

Pesatnya perkembangan teknologi informasi dan komunikasi ini, juga membawa arus perubahan besar terhadap industri media khususnya media cetak seperti koran, tabloid dan majalah. Seiring dengan perkembangan teknologi, media cetak tersebut telah mengalami berbagai perubahan baik dari sisi perwajahan, bahasa, kualitas pesan yang sejalan dengan perubahan masyarakat dan teknologi pendukungnya.

Kehadiran media *online* di era globalisasi ini telah menambah perbendaharaan media baru (*new media*). Media *online* ini merupakan salah satu produk teknologi informasi yang telah berhasil merambah dunia baru melalui jaringan internet. Para pembaca yang biasa mendapatkan informasi melalui media cetak seperti koran dan majalah, kini dapat dengan mudah mendapatkan beragam informasi yang diperlukan dengan memanfaatkan jaringan internet.

Menjamurnya media *online* ini menjadi ancaman bagi media-media konvensional. Terlebih di era digital ini, informasi dan berita saat ini lebih mudah diperoleh dari berbagai sumber *online*. Kondisi ini menyebabkan sejumlah industri media cetak di Tanah Air "gulung tikar" karena ketidakmampuannya dalam merebut pasar. Di sisi lain, sejumlah industri media cetak saat ini berusaha untuk beradaptasi di tengah pesatnya perkembangan teknologi informasi dan komunikasi ini dengan melakukan migrasi ke platform digital, namun tetap mempertahankan versi cetaknya.

Di sisi lain, maraknya penggunaan media sosial yang juga menyajikan informasi menarik juga turut menambah ketatnya persaingan dan mengancam eksistensi media cetak. Media sosial seperti Facebook, Instagram dan Twitter membuat orang dengan begitu mudah bertukar informasi dalam waktu yang cepat. Saat ini masyarakat sering mendapatkan informasi dari media sosial lebih dulu dibandingkan dari media *mainstream*. Berita di media cetak yang belum sampai di tangan pembaca, kini malah sudah beredar dengan sangat cepat di media *online*. Faktor cepat dan praktis ini mendorong pembaca dari segmen yang akrab dengan internet mulai beralih ke media *online* untuk memenuhi kebutuhan informasi. Jika hal ini terus terjadi, masa depan media cetak makin terancam.

Perkembangan teknologi telah mengubah medium cara berkomunikasi di dunia. Artinya, dari medium surat kabar, menjadi media elektronik seperti radio dan televisi. Kemudian, medium elektronik bergeser ke medium media daring, dan medium media sosial. Demikian juga dengan kontennya, di mana media cetak masih menyajikan konten yang menyajikan berita berimbang. Sementara media sosial, lebih mengedepankan kecepatan yang membuat penulisnya sebagai jurnalis dan pemimpin redaksi. Berita-berita yang beredar di media sosial tidak sedikit hanya menjadi sampah *hoax*, sehingga pemerintah mengajak masyarakat dan komunitas mencoba menyaring *hoax* dan mengembalikan roh media *mainstream* yang telah diambil media sosial (republika.co.id, 16/7/2020).

Industri media cetak saat ini tidak hanya menghadapi persaingan sesama media cetak, namun juga menghadapi persaingan baru pers multimedia dengan berbagai platform dan keunggulannya. Saat



ini banyak media cetak yang kehilangan pembacanya secara signifikan. Di sisi lain, oplah dan pendapatan iklan juga mulai turun. Bahkan, sejumlah pemilik industri media cetak kini mewajibkan wartawannya untuk bisa mendatangkan pendapatan baik melalui iklan maupun berita promosi atau advertorial. Sejumlah media cetak di Tanah Air juga telah mulai berjatuh. Hal ini diakibatkan jumlah pembaca yang terus menurun yang berimbas pada berkurangnya pendapatan iklan. Pendapatan iklan dan penjualan koran/tabloid/majalah merupakan faktor penting bagi industri media cetak. Jika hal ini terganggu, tentu saja industri media cetak akan goyah.

Pandemi Covid-19 ini juga telah menjadi disrupsi yang membawa dampak negatif bagi industri media cetak. Dampak dari pandemi ini menyebabkan omzet usaha para pengiklan turun yang menyebabkan anggaran iklan di berbagai platform media juga makin berkurang. Nielsen Indonesia, sebuah perusahaan data dan pengukuran melaporkan bahwa total belanja iklan turun 25 persen menjadi Rp 3,5 triliun pada minggu ketiga April 2020, setelah sebelumnya meningkat stabil pra-Covid-19.

Berdasarkan paparan di atas, rumusan masalah dari penelitian ini diantaranya sebagai berikut:

- a) Bagaimana kondisi industri media cetak di era digital ini?
- b) Strategi apa yang bisa dilakukan agar industri media cetak bisa bertahan di tengah persaingan ketat dengan media *online*?

Sedangkan tujuan dari penelitian ini adalah:

1. Untuk mengetahui kondisi media cetak di era digital.
2. Untuk mengetahui strategi agar industri media cetak bisa bertahan di tengah ketatnya persaingan dengan media *online*.

1.1 Media Cetak

Dalam komunikasi, terutama komunikasi massa tidak pernah lepas dari peran media. Media massa menjadi penyalur pesan atau informasi yang ingin disampaikan komunikator kepada masyarakat luas. Oleh karena itu, media massa berkembang menjadi pusat penyedia dan penyampai berbagai informasi yang terjadi di tengah masyarakat. Media massa memiliki peran penting dalam mengekspresikan, mendukung, dan mengakui suatu budaya yang berlaku dalam masyarakat. Arti media massa sendiri mengacu pada sekumpulan media teknologi, yang mampu menjangkau masyarakat luas melalui media massa. Dalam perkembangannya, terdapat bermacam media komunikasi yang tersebar dalam masyarakat, yaitu media cetak, media elektronik, dan media *online* (baca juga: macam-macam media komunikasi). Komunikasi *online* dewasa ini menjadi media yang paling populer, namun media cetak dan elektronik masih tetap bertahan dan digemari (pakarkomunikasi.com, 16/7/2020).

Media cetak merupakan media yang ditampilkan dalam bentuk cetakan dalam kertas. Media ini pertama kali ditemukan pada tahun 1455 oleh Johannes Gutenberg. Pada awal kemunculannya, media yang digunakan masih berupa daun atau tanah liat. Hingga saat ini perkembangan media cetak semakin maju, baik dalam hal media, bentuk, serta teknis serta alat-alat percetakannya. Contoh media cetak antara lain surat kabar, majalah, tabloid, dan buletin (pakarkomunikasi.com, 16/7/2020).

1.1.1 Pengertian Media Cetak

Jika dilihat dari arti harafiahnya, media yang berasal dari kata latin merupakan bentuk jamak dari kata 'medium', yang berarti 'perantara' atau 'pengantar'. Artinya media adalah perantara atau pengantar pesan dari sumber pesan kepada penerima pesan. Sedangkan percetakan, secara harafiah berarti sebuah proses untuk memproduksi tulisan atau gambar, terutama dengan tinta di atas kertas, yang dilakukan secara masal dengan menggunakan mesin cetak. Dengan demikian, dapat ditarik

kesimpulan bahwa media cetak merupakan sebuah perantara atau pengantar pesan dari sumber pesan kepada penerimanya, dalam bentuk tulisan atau gambar yang dicetak dengan tinta di atas kertas.

Berdasarkan Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI) edisi ketiga, media cetak merupakan sebuah sarana media massa yang mana dicetak dan diterbitkan secara berkala, seperti surat kabar, atau majalah.

Sementara menurut Eric Barnow, media cetak memiliki pengertian sebagai segala barang yang dicetak dan ditujukan untuk umum. Media cetak merupakan berbagai bentuk barang cetakan seperti majalah, surat kabar, atau lainnya yang dibuat dengan tujuan menyebarkan informasi atau pesan komunikasi kepada masyarakat luas. (pakarkomunikasi.com, 16/7/2020).

1.1.2 Kelebihan dan Kekurangan Media Cetak

Media cetak memiliki kelebihan dan kekurangan dibandingkan dengan media lainnya, yaitu media elektronik dan media *online*. Berikut ini beberapa kelebihan dan kekurangan dari media cetak:

Kelebihan media cetak:

1. Dapat dibaca berkali-kali, jika disimpan.
2. Membuat seseorang berpikir secara lebih spesifik mengenai isi tulisan.
3. Dapat dikoleksi.
4. Harganya cukup terjangkau.
5. Mampu menjelaskan hal yang bersifat kompleks dengan lebih baik.

Kekurangan media cetak:

1. Lambat dalam memberikan informasi, sebab perlu menunggu proses cetak dan pendistribusian sebelum menyebarkan informasi tersebut.
2. Tidak dapat menyebarkan informasi secara langsung
3. Hanya dapat menampilkan tulisan atau gambar
4. Efek visual hanya berupa gambar
5. Biaya produksi cukup mahal. Sebab perlu dicetak dan dikirim sebelum sampai kepada pembaca (pakarkomunikasi.com, 16/7/2020).

1.2. Media Online

Media *online* atau biasa disebut juga sebagai digital media merupakan media informasi yang disajikan dengan menggunakan media dalam jaringan internet. Dalam Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI), istilah ‘daring’ merupakan singkatan dari frasa ‘dalam jaringan’ yang maksudnya adalah dalam jaringan internet. Namun, istilah ‘media dalam jaringan’ masih belum populer di kalangan masyarakat. Dan masih kalah populer dengan istilah ‘media *online*’. Bahkan, dari kaum pers atau Dewan Pers sendiri memiliki istilah sendiri yaitu media siber atau dalam istilah Inggrisnya adalah ‘*cyber media*’. Kebanyakan dari mereka lebih sering menggunakan istilah tersebut daripada menggunakan istilah ‘media daring’ atau ‘media *online*’ (pakarkomunikasi.com, 16/7/2020).

1.2.1 Karakteristik Media Online

Karakteristik ini bisa dijadikan sebagai keunggulan atau kelebihan dari media *online* jika dibandingkan dengan media konvensional atau media cetak.

a) Kapasitas Luas

Media *online* memiliki karakteristik sebagai media yang dapat memuat naskah lebih banyak dibandingkan dengan media cetak atau konvensional. Karena, media *online* terdapat laman atau halaman yang biasa disebut sebagai *page*, yang dapat menampung banyak tulisan. Namun, hal ini juga tergantung dari kapasitas laman web yang dimiliki dari media *online*

tersebut. Jika media *online* tersebut menggunakan laman web yang berkualitas, maka ia bisa menampung banyak tulisan di lamannya sebagai informasi berita.

b) Informasi Lengkap

Dengan adanya karakteristik media *online* sebagai media yang memiliki kapasitas luas, maka media *online* bisa dipastikan dapat memberikan informasi yang lengkap. Dengan begitu, orang yang membaca media *online* akan lebih akurat membacanya karena berita tidak banyak yang terpotong. Berbeda dengan media cetak atau media konvensional yang jumlah karakter atau katanya dibatasi karena terbatasnya halaman.

c) Tanggapan

Media *online* memiliki karakteristik yang juga merupakan keunggulan dari media *online* yaitu adanya tanggapan yang cepat dari pembaca. Dengan kita membuat informasi yang disajikan ke media *online*, maka kita bisa menerima tanggapan dari pembaca secara langsung dengan menggunakan kolom komentar. Komentar ini biasa disebut sebagai *netizen*. Berbeda lagi dengan para pembenci informasi atau si penghujat informasi atau berita. Mereka biasa disebut sebagai *haters*.

d) Editing Naskah

Jika terdapat kesalahan informasi atau salah ketik alias typo, penulis dapat mengganti sewaktu-waktu atau kapan saja. Berbeda dengan media konvensional atau media cetak yang sudah tidak bisa diubah lagi ketika terdapat kesalahan informasi. Hal tersebut bisa saja diedit atau diubah alias diklarifikasi, namun pada terbitan berikutnya.

e) Publikasi

Dengan adanya penyuntingan berita yang bisa dilakukan kapan saja, maka publikasinya pun juga bisa dilakukan kapan saja. Asalkan berita tetap masih hangat di suasana masyarakat. Dengan demikian, jadwal terbit pada suatu media *online* bisa dilakukan kapan saja bahkan setiap saat.

f) Berita Basi

Umumnya berita di media *online* bisa dikatakan merupakan berita yang tak pernah basi alias bisa dibaca kapanpun. Ketika orang atau pembaca sedang ingin membaca berita tentang pergantian presiden di tahun 2010, maka kita bisa saja melihat berita tersebut di tahun 2017. Asalkan berita tidak dihapus oleh si pemilik media *online*.

g) Cepat Terakses

Berita dalam media *online* akan cepat terbaca oleh para pembaca atau masyarakat selama ia mengakses berita tersebut. Apalagi pembaca telah berlangganan atau *newsletter website* tersebut. Hal ini juga bisa dikatakan sebagai keuntungan dari media *online* bahwa beritanya bisa langsung *up to date*. Ketika kita mengunggah naskah atau berita kita di media *online*, maka orang akan langsung dapat membaca berita yang kita unggah.

h) Jangkauan Luas

Berbeda dengan media konvensional yang jangkauannya lebih sempit dibandingkan dengan media *online*. Media *online* memiliki jangkauan yang sangat luas. Itu berarti para pembaca media *online* dapat dibaca oleh banyak orang. Tak hanya di satu negara saja, bahkan sampai seluruh dunia pun bisa membaca berita tersebut. Karena jaringan internet ini dapat menghubungkan yang jauh menjadi dekat. (pakarkomunikasi.com, 16/7/2020).

1.3. Teori Penelitian

Penelitian ini menggunakan Teori Determinisme Teknologi yang menyebutkan budaya dibentuk oleh bagaimana cara kita berkomunikasi. Teknologi membentuk individu bagaimana cara berpikir,

berperilaku dalam masyarakat. Teknologi tersebut akhirnya mengarahkan manusia untuk bergerak dari satu abad teknologi ke abad teknologi yang lain. Penemuan dalam teknologi komunikasi menyebabkan perubahan budaya, di mana perubahan di dalam jenis-jenis komunikasi akhirnya membentuk kehidupan manusia.

2. METODE PENELITIAN

Menurut Charon (1998) seperti dikutip Mulyana (2001: 7) perspektif adalah pemandu persepsi kita, perspektif mempengaruhi apa yang kita lihat dan bagaimana kita menafsirkan apa yang kita lihat. Perspektif adalah kacamata kita menafsirkan apa yang kita lihat. Perspektif adalah suatu kerangka konseptual, suatu perangkat asumsi, nilai, atau gagasan yang mempengaruhi perspektif kita, dan pada gilirannya mempengaruhi cara kita bertindak dalam suatu situasi.

Paradigma adalah suatu cara pandang untuk memahami kompleksitas dunia. Paradigma juga menunjukkan apa yang penting, absah, dan masuk akal. Selain itu, menurut Mulyana (2001: 9), paradigma juga bersifat normatif, menunjukkan pada praktisinya apa yang harus dilakukan tanpa perlu mempertimbangkan eksistensial atau epistemologis.

Paradigma konstruktif fokus utama adalah pencarian pola-pola makna. Dilakukan untuk memahami dan menafsirkan pandangan serta bagaimana individu hidup dalam dunia mereka. Yakin bahwa kebenaran adalah hasil dari perspektif, karena itu semua kebenaran bersifat relatif, dan keutuhan konstruksi anggota sosial.

Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan pendekatan kualitatif. Pendekatan kualitatif adalah suatu pendekatan dalam melakukan penelitian yang berorientasi pada gejala-gejala yang bersifat alamiah karena orientasinya demikian, maka sifatnya naturalistik dan mendasar atau bersifat kealamiahannya serta tidak bisa dilakukan di laboratorium melainkan harus terjun di lapangan. Oleh sebab itu, penelitian semacam ini disebut dengan *field study*. (Nazir, 1986: 159.)

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif di mana proses penelitian untuk memahami suatu masalah sosial, dengan menggambarkan atau menuturkannya secara terperinci, lengkap dengan. Penelitian kualitatif adalah tradisi tertentu dalam ilmu pengetahuan sosial secara fundamental bergantung pada pengamatan manusia berhubungan dengan orang-orang tersebut dalam bahasanya dan peristilahannya. Penelitian ini menggunakan data awal dan akhir dengan menggunakan deskriptif atau pun interpretatif, berupa kata-kata dan cenderung tidak menggunakan angka sebagai data utama. Inti dari penelitian ini untuk memahami masalah sosial atau masalah manusia, berdasarkan pada penciptaan gambaran holistik lengkap yang dibentuk dengan kata-kata, melaporkan pandangan informan secara terperinci dan disusun dalam sebuah latar alamiah

Setiap penelitian pada dasarnya bersifat interpretatif karena dibimbing oleh seperangkat keyakinan mengenai dunia (ontologi) dan cara-cara untuk memahami (epistemologi) dan mempelajari dunia (metodologi) (Agus Salim, 2006: 59). Penelitian kualitatif adalah penelitian yang bersifat interpretatif, menggunakan penafsiran yang melibatkan banyak metode, dalam menelaah masalah penelitiannya. Penggunaan berbagai metode ini, sering disebut triangulasi, dimaksudkan agar peneliti memperoleh pemahaman komprehensif mengenai fenomena yang diteliti (Mulyana, 2007: 4).

Penelitian deskriptif menurut Jalaluddin (2007: 25) ditujukan untuk mengumpulkan informasi aktual secara rinci yang melukiskan gejala yang ada; mengidentifikasi masalah atau memeriksa kondisi dan praktik-praktik yang berlaku; membuat perbandingan atau evaluasi; menentukan apa yang dilakukan orang lain dalam menghadapi masalah yang sama dan belajar dari pengalaman mereka untuk menerapkan rencana dan keputusan pada waktu yang akan datang.

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

Media merupakan alat atau saluran penghubung komunikasi seseorang kepada orang lain. Dengan adanya media, maka terjadilah sebuah komunikasi, karena komunikasi adalah suatu proses penyampaian pesan dari satu individu kepada individu lainnya. Media massa atau sering disebut dengan media jurnalistik, merupakan alat bantu utama dalam proses komunikasi massa. Komunikasi massa secara sederhana berarti kegiatan komunikasi yang menggunakan media (*communicating with media*)

Menurut Bitner (1986: 12), komunikasi massa dipahami sebagai "*messages communicated through a mass medium to a large number of people*", suatu komunikasi yang dilakukan melalui media kepada sejumlah orang yang tersebar di tempat yang tidak ditentukan. Dengan demikian, media massa adalah suatu alat transmisi informasi, seperti koran, majalah, buku, film, radio dan televisi, atau suatu kombinasi dari bentuk-bentuk media tersebut.

Sejarah mencatat, sebelum teknologi internet berkembang pesat seperti saat ini, koran, televisi dan radio adalah sumber informasi utama di masyarakat. Meskipun televisi dan radio menawarkan kecepatan informasi, tetapi media cetak tetaplah sebagai pemenangnya khususnya dalam hal pendalaman berita. Pesatnya perkembangan teknologi informasi dan komunikasi di era digital ini, membuat media cetak makin kehilangan eksistensinya. Saat ini makin banyak jumlah penerbit media cetak di Tanah Air yang tutup atau bermigrasi ke media *online*.

Era digital memang berdampak terhadap semua model bisnis, termasuk bisnis media seperti media cetak. Media adalah salah satu industri yang paling berdampak atas tren digital yang berujung pada *disruption*. Saat ini tak sedikit media cetak yang rontok di tengah jalan. Sejumlah masyarakat di Indonesia saat ini masih ada yang tetap bertahan dengan media cetak. Sementara masyarakat lainnya kini sudah mulai beralih ke arah digital. Pesatnya perkembangan teknologi khususnya internet, telah mengubah cara orang menggunakan media bahkan di seluruh dunia. Perubahan bentuk penyampaian pesan dari cetak menjadi *online* tentu saja akan berdampak pada masa depan media itu sendiri.

Pergeseran kebiasaan membaca dari media cetak ke media *online*, tentu saja akan menjadi ancaman tersendiri bagi eksistensi media cetak. Industri media cetak kini makin sulit karena kebiasaan membaca dari masyarakat Indonesia kini juga sudah mulai berubah. Kondisi ini diperparah lagi dengan mahalannya harga kertas, sebagai dampak dari melemahnya nilai tukar rupiah terhadap dolar AS. Hal ini tentu saja membuat biaya produksi koran dan majalah meningkat. Sebelumnya sudah banyak media cetak yang menetapkan harga jual produknya di bawah ongkos produksi dan distribusi agar tetap bisa mempertahankan jumlah pembacanya.

Selain persoalan tersebut, industri media cetak kini juga dihadapkan dengan pandemi COVID-19 ini yang berdampak terhadap turunnya pendapatannya dari iklan. Dengan jumlah plafon anggaran yang terbatas untuk beriklan bagi perusahaan, prioritas akan bergeser dari media konvensional ke media baru yang dianggap paling banyak diakses masyarakat seperti media *online*. Kondisi ini tentu saja memaksa industri media cetak mengurangi jumlah halamannya secara bertahap, memotong gaji karyawan dan merumahkan sebagian karyawannya karena minimnya pendapatannya dari iklan agar tetap bisa bertahan dalam kondisi krisis seperti sekarang ini.

Turunnya pendapatannya dari iklan ini juga diakibatkan berkembangnya media digital. Banyak pengiklan kini lebih memilih *influencer* di media sosial daripada institusi media *mainstream* konvensional. Perusahaan rela membayar *influencer* lebih tinggi daripada tarif iklan di media *mainstream*.

Tak terlepas dari persoalan itu, media cetak sesungguhnya masih menarik karena informasi yang diterbitkan masih bisa disimpan dan jika diperlukan bisa digunakan kembali. Di samping itu, berita yang disajikan di media cetak isinya masih bisa dipertanggungjawabkan karena pembuatannya

sudah melalui proses editing. Di samping itu, media cetak dianggap lebih mampu mencegah informasi yang tidak layak serta menyajikan berita secara lebih akurat. Banyak cara yang bisa dilakukan pengelola media cetak agar terus eksis di tengah gempuran media *online*, yakni dengan menyuguhkan berita mendalam dan unik yang tidak diinformasikan media *online*. Selanjutnya pengolahan data, perbaikan tata bahasa, serta desain tampilan pun harus dibuat menarik.

3.1 Strategi Media Cetak Hadapi Persaingan

Menguatnya penetrasi digital di kalangan masyarakat, tentu saja memaksa industri media cetak harus pintar mengatur siasat untuk tetap eksis dan berkembang. Industri media cetak harus inovatif dan mencari gagasan kreatif agar tetap hidup di tengah masyarakat. Sebagai sebuah perusahaan, industri pers tentu akan menekankan kegiatannya pada aspek profit. Setiap orang yang terlibat di dalamnya harus mendapatkan keuntungan secara finansial. Wartawan bekerja mendapatkan upah, redaktur dan jajaran pimpinan lainnya juga mendapatkan bayaran sesuai dengan beban dan tanggung jawabnya. Demikian juga penyalur, distributor, dan agen-agensinya mengambil keuntungan dari usahanya dalam dunia pers. Itulah sebabnya kini banyak surat kabar yang meningkatkan oplah, menambah halaman, serta memperluas wilayah penyebarannya (Muhtadi, 2016: 41).

Meskipun kegiatannya ditekankan pada aspek profit, bukan berarti industri media cetak harus kehilangan idealismenya. Kepentingan bisnis dan idealisme merupakan kenyataan yang wajar dalam industri media. Oleh karena itu, agar tetap eksis di tengah era *disruption* seperti sekarang tentu bukan merupakan perkara mudah. Dibutuhkan strategi yang tepat dalam mengelola sekaligus mempertahankan bisnis di media cetak.

Media cetak merupakan media yang sangat berpengaruh besar dalam sejarah kemerdekaan Indonesia dan setelah Indonesia merdeka, media cetak adalah sarana yang paling efektif pada saat itu bagi masyarakat untuk mengemukakan pendapat. Pesatnya perkembangan internet saat ini telah mendorong masyarakat untuk mengakses media *online* secara mudah melalui telepon selular (ponsel) atau gadget. Ini merupakan ancaman serius bagi media cetak, karena pembaca setia media cetak kemungkinan akan banyak yang beralih ke media *online* karena dinilai lebih mudah dan praktis.

Media cetak memiliki karakter yang khas yaitu berita yang jelas, lengkap dan terperinci. Sementara media *online* penyebarannya memang lebih cepat, *up date* dan kontinu. Namun, untuk bisa mengakses media *online* harus menggunakan alat yang terkoneksi dengan teknologi internet. Kendati demikian, sebagian besar media cetak saat ini sudah membuat media *online* untuk mendampingi media cetak yang diterbitkan. Hal ini sejalan dengan pemikiran Marshall McLuhan pertama kali pada 1962 dalam *The Gutenberg Galaxy: The Making of Typographic Man* yang menyebutkan soal determinisme teknologi. Determinisme teknologi mengungkapkan bahwa perubahan yang terjadi pada berbagai macam cara berkomunikasi (Cara berkomunikasi dipengaruhi oleh keberadaan teknologinya). Teknologi membentuk individu, bagaimana cara berpikir, berperilaku dalam masyarakat, dan akhirnya mengarahkan manusia untuk bergerak dari satu abad ke abad teknologi lain. Determinisme teknologi ini secara singkat dapat dikatakan bahwa perubahan yang terjadi pada teknologi memberi pengaruh besar pada perkembangan manusia. Lebih mendalam lagi, bisa dikatakan bahwa perkembangan teknologi itu berpengaruh besar pada perkembangan nilai-nilai dalam kehidupan masyarakat (Nurudin, 2018: 10).

Di era digital ini, industri media cetak harus segera melakukan perubahan agar tetap bisa bertahan di tengah kerasnya gempuran media *online*. Memang saat ini sejumlah industri media cetak beramai-ramai mengembangkan platform digital sejak era internet masuk ke Indonesia. Di era digital ini, agar tetap bisa bertahan, berbagai strategi harus dilakukan media cetak atau konvensional. Salah satunya adalah mempertahankan kredibilitas dan kepercayaan atas informasi yang disajikan. Di



samping itu wartawan dalam penyajian beritanya harus profesional dan berpegang teguh pada etika jurnalisme, yakni menyajikan informasi yang faktual dan terverifikasi dengan baik. Pembaca setia media konvensional umumnya lebih mempercayai informasi atau berita yang terdapat di media cetak dibandingkan dengan media *online*.

Inovasi produk dan pemasaran juga harus terus dibenahi agar tidak ditinggalkan pembaca. Banyak media cetak yang ditinggalkan pembaca karena berita yang disajikan kurang inovatif dan berita yang ditampilkan kebanyakan berita advertorial atau berita iklan yang berbayar, sehingga kurang menarik bagi pembaca.

4. PENUTUP

Teknologi informasi dan komunikasi yang berkembang dengan pesat, membawa arus perubahan yang besar terhadap industri media khususnya media cetak. Oleh karena itu, media cetak wajib melakukan strategi dan inovasi yang kreatif agar tetap bisa eksis di tengah derasnya gempuran media *online*.

Di samping itu, media cetak harus melakukan pengembangan platform digital dan menampilkan produk yang berkualitas dan memiliki nilai lebih bagi para pembacanya. Kredibilitas dan kepercayaan atas informasi yang disajikan di media cetak juga harus dipertahankan. Jika hal itu yang dilakukan, media *online* tentu tak akan sepenuhnya menggantikan media cetak, terlebih media cetak memiliki keunggulan tersendiri dan juga kenyamanan bagi pembacanya.

Ucapan Terimakasih

Ucapan terima kasih Peneliti sampaikan bagi semua pihak yang mendukung baik moril dan materil dalam penulisan Jurnal Ilmiah ini, kedepan kritik dan saran sangat peneliti harapkan untuk mendapatkan karya dan tulisan yang lebih baik lagi.

DAFTAR PUSTAKA

- Bittner, John R. (1986). *Mass Communications: An Introduction Fourth Edition*. New Jersey, USA: Prentice-Hall, Englewood Cliefs.
- Bungin, Burhan. (2006). *Sosiologi Komunikasi: Teori, Paradigma, dan Diskursus Teknologi Komunikasi di Masyarakat*, Jakarta: Kencana Prenada Media Group.
- Muhtadi, Asep Saeful. (2016). *Pengantar Ilmu Jurnalistik*. Bandung: Simbiosis. Rekatama Media.
- Mulyana, Deddy. (2001). *Ilmu Komunikasi: Suatu Pengantar*, Rosda, Bandung.
- Nurudin. (2011). *Pengantar Komunikasi Massa*. Jakarta: Rajawali Pers.
- Romli, Khomsahrial. (2016). *Komunikasi Massa*, Jakarta: PT Grasindo.
- Salim, Agus (penyunting) (2002). *Teori dan Paradigma Sosial (Pemikiran Norman K Denzim dan Egon Guba dan Penerapannya)*, PT. Tiara Wacana, Yogyakarta.

Sumber Internet:

<http://nasional.republika.co.id>, 16/2/2009

<https://pakarkomunikasi.com>, 16/2/2009

