

SKRIPSI
EKSISTENSI KORAN CETAK LOMBOK POST DI TENGAH
PERSAINGAN MEDIA ONLINE
(ANALISIS KONVERGENSI MEDIA)



PROGRAM STUDI KOMUNIKASI DAN PENYIARAN ISLAM
FAKULTAS AGAMA ISLAM
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH MATARAM
2024

ABSTRAK

Rahmat Hidayat, NIM. 2020G1C017, 2024. *Eksistensi Koran Cetak Lombok Post di Tengah Persaingan Media Online (Analisis Konvergensi Media)*.

Penelitian ini dilakukan untuk mengetahui eksistensi koran cetak Lombok Post di tengah persaingan media online, serta untuk mengetahui analisis konvergensi media dalam koran cetak Lombok Post di tengah persaingan media online. Dalam penelitian ini menggunakan metode penelitian deskriptif kualitatif dengan pendekatan penelitian menggunakan teori konvergensi media dari Henry Jenkins yang berguna untuk gambaran penelitian lapangan dan pembahasan hasil penelitian. Dan menggunakan teknik pengumpulan data berupa teknik observasi, wawancara, dan dokumentasi untuk memperoleh data langsung dari tempat penelitian. Adapun hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa (1) Semenjak hadirnya media online memberikan dampak yang cukup signifikan terhadap eksistensi koran cetak Lombok Post. Hal ini jugalah yang membuat eksistensi koran cetak Lombok Post semakin meredup, bisa dilihat dari jumlah produksi dan pendapatan yang dialami oleh Lombok Post mulai menurun jika dibandingkan dengan sebelum hadirnya media online. Oplah Lombok Post sebelum hadirnya media online rata-rata berkisar antara 12.000 sampai 15.000 eksemplar per hari. Sedangkan untuk *range* produksi sesudah adanya media online rata-rata berkisar antara 4.500 sampai 5.000 eksemplar per harinya, dan ini adalah data fluktuatifnya. (2) Untuk mengimbangi *trend market* dan mempertahankan eksistensi Lombok Post menerapkan konvergensi media sebagai strategi. Adapun konvergensi media yang diterapkan dalam koran cetak Lombok Post meliputi: portal berita online (*website*), *e-paper*, dan media sosial.

Kata Kunci: Eksistensi, Koran Cetak, Konvergensi, Lombok Post, Media Online.

ABSTRACT

Rahmat Hidayat, Student ID 2020G1C017, 2024. The Existence of the Lombok Post Print Newspaper Amidst Online Media Competition (Analysis of Media Convergence).

The purpose of this study is to examine media convergence in the Lombok Post within the competitive environment and to comprehend the print newspaper's existence in the face of online media rivalry. Using Henry Jenkins' media convergence theory as a framework for fieldwork and discussion of research findings, the study uses a qualitative descriptive research design. In order to acquire data directly from the research location, methods such as observation, interviews, and documentation are used. The results of this study indicate that (1) The advent of online media has significantly impacted the existence of the Lombok Post print newspaper. This has led to a decline in the newspaper's presence, as evidenced by a decrease in production and revenue compared to pre-online media levels. Before the advent of online media, the Lombok Post's daily circulation averaged between 12,000 and 15,000 copies. After the emergence of online media, production averaged between 4,500 and 5,000 copies per day, reflecting fluctuating data. (2) To adapt to market trends and maintain its existence, Lombok Post has implemented media convergence strategies. The convergence initiatives include the development of an online news portal (website), e-paper, and social media presence.

Keywords: *Existence, Print Newspaper, Convergence, Lombok Post, Online Media.*

MENGESAHKAN
SALINAN FOTO COPY SESUAI ASLINYA
MATARAM

KEPALA
UPT P3B

UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH MATARAM



BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Perkembangan teknologi informasi dan komunikasi yang begitu pesat telah mengubah secara drastis kehidupan umat manusia. Perkembangan ini merubah pola hidup masyarakat, yakni dari masyarakat yang tradisional menjadi masyarakat modern, kemudian secara otomatis perubahan tersebut menuntut masyarakat menuju ke arah globalisasi.¹

Era globalisasi menuntut teknologi informasi dan komunikasi ke tempat yang sangat strategis, karena menghadirkan dunia yang tanpa batas, baik dari dimensi waktu, wilayah, profesi, agama, ras, norma, bahkan batas-batas susila. Seiring perkembangannya, teknologi informasi dan komunikasi telah menciptakan *trend* baru dalam industri komunikasi, dengan hadirnya berbagai media baru (*new media*) yang menggabungkan teknologi komunikasi *modern* dengan teknologi komunikasi massa tradisional.² Dan Fenomena ini disebut sebagai konvergensi media.

Ditinjau dari perspektif industri media, konvergensi media telah menghasilkan sebuah produk baru, yaitu internet. Pada tataran praktis maupun teoretis, fenomena konvergensi media ini memunculkan beberapa konsekuensi penting. Di ranah praktis, konvergensi media bukan saja memperkaya

¹ I Made Suyasa, I Nyoman Sedana, *Merpertahankan Eksistensi Media Cetak di Tengah Gempuran Media Online*, 2020, Volume 01, No. 01. <http://journal.unbara.ac.id/index.php/JKB/article/view/314/255>

² Anita Septiani Rosana, *Kemajuan Teknologi Informasi dan Komunikasi dalam Industri Media di Indonesia*, <https://www.neliti.com/id/publications/218225/kemajuanteknologiinformasi-dan-komunikasi-dalam-industri-media-di-indonesia>. Diakses pada 10 Oktober 2023.

informasi yang disajikan, namun juga memberikan berbagai pilihan kepada khalayak untuk memilih informasi yang sesuai dengan preferensi mereka.³

Teknologi informasi dan komunikasi telah berkembang pesat dengan *platform* internet yang menghasilkan media baru. Perkembangan yang begitu pesat ini telah berhasil mengubah perilaku dan karakter perusahaan media massa, khususnya surat kabar. Saat memasuki era digital, segalanya berubah, bergantung pada kecepatan penyebaran informasi. Pola pengiriman berita, yang dulunya dilakukan secara manual, kini dapat dilakukan secara digital. Berita atau informasi yang biasanya diakses (dibaca melalui koran cetak), kini dapat diakses dengan cepat hanya dalam genggam tangan.⁴ Konsumen tidak lagi perlu ke kios surat kabar untuk mencari informasi *ter-update* atau menonton dan mendengarkan radio, sekarang cukup dengan membuka *smartphone* dan mencari berita sesuai yang diinginkan di *Google*.⁵

Tantangan industri media cetak di era perkembangan teknologi informasi dan komunikasi sekarang ini sangat berat. Kemunculan media online membawa pengaruh besar terhadap perkembangan dunia jurnalistik, semakin beragamnya media yang muncul menjadikan setiap media berlomba menjadi yang terbaik di masyarakat. Pengaruhnya juga membawa dampak positif dan negatif terhadap media *mainstream* yang telah lebih dulu ada contohnya media cetak, kini koran dan majalah mengalami penurunan daya saing dibandingkan dengan media online. Hal ini bisa kita lihat dari jumlah

³ Romli, Khomsahrial, *Komunikasi Massa*, (Jakarta: PT Grasindo, 2016), h. 138.

⁴ Eko Pamuji, *Media Cetak VS Media Online (Perspektif Manajemen dan Bisnis Media Massa)*, Unitomo Press: Surabaya, 2019, h. 5.

⁵ *Ibid*, h. 6.

pembacanya setiap hari pembaca berita di media online terus bertambah dan sebaliknya pembaca media cetak terus mengalami penurunan, dari sisi finansial pun media online mulai menguasai pasar dengan banyaknya iklan yang dipasang di media online dan berkurangnya permintaan pemasangan iklan pada media cetak.⁶

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.⁷ Dengan demikian bagaimanapun industri dan bisnis media cetak harus mampu berinovasi dengan baik agar tidak tertinggal oleh pasar, yang memerlukan pembaruan baik dalam sistem maupun lainnya mengikuti *trend* pasar yang sedang berlangsung, agar tidak kewalahan oleh jumlah pesaing atau pesaing baru yang menawarkan barang atau produk serupa.⁸

Meskipun banyak perusahaan surat kabar yang berhenti beroperasi. Tapi masih ada perusahaan media cetak yang bertahan, seperti halnya surat kabar Lombok Post di Provinsi NTB. Lombok Post adalah surat kabar harian pagi pertama dan terbesar di Nusa Tenggara Barat. Surat kabar ini merupakan

⁶ Setyo Utomo Wicaksono, *Strategi Manajemen Pemberitaan Harian UjungPandang Ekspres Menghadapi Persaingan dengan Media Online*, Skripsi, UIN Alauddin Makasar, 2018, h. 01.

⁷ I Made Suyasa, I Nyoman Sedana, *Mempertahankan Eksistensi Media Cetak di Tengah Gempuran Media Online*, 2020, Volume 01, No. 01. <http://journal.unbara.ac.id/index.php/JKB/article/view/314/255>

⁸ Nur Insani, *Strategi Manajemen Lombok Post dalam Mempertahankan Eksistensi Pemberitaan di Era Digital*, Fakultas Dakwah dan Ilmu Komunikasi, Universitas Islam Negeri Mataram, 2022.

bagian dari Jawa Post *Group*, salah satu jaringan surat kabar terbesar di Indonesia dengan lebih dari 134 surat kabar harian, tabloid, dan majalah yang diterbitkan dan tersebar di seluruh Nusantara.⁹

Saat ini, Lombok Post masih beroperasi dalam mencetak surat kabar (koran) untuk penjualan. Menjaga loyalitas pelanggan agar memilih Lombok Post sebagai pilihan utama surat kabar merupakan sebuah tantangan.¹⁰ Dengan hadirnya media online memberikan dampak yang sangat signifikan terhadap eksistensi koran cetak Lombok Post. Hal ini bisa di lihat dari perkembangan koran cetak Lombok Post yang cenderung mengalami penurunan dalam hal penjualan dan keuntungan. Media online memberikan akses yang lebih cepat dan mudah bagi pembaca untuk mendapatkan informasi yang aktual. Berdasarkan hasil penelitian yang ditulis oleh Shanti Otafiani, yang berjudul Strategi Komunikasi Pemasaran Lombok Post dalam Meningkatkan Oplah Penjualan Tahun 2022, memaparkan hasil wawancara dengan sumber data atas nama Samdin Kasipahu yang merupakan manajer pemasaran Lombok Post, mengungkapkan bahwa terdapat faktor internal dan eksternal yang menyebabkan penurunan penjualan. Faktor internal yang dapat menyebabkan penurunan penjualan termasuk penurunan kualitas berita atau produk, serta pelayanan distribusi yang kurang efisien kepada pelanggan, di mana koran harus sampai lebih cepat ke tangan pelanggan. Sementara faktor eksternal

⁹ *Ibid*, h. 2.

¹⁰ Shanti Otafiani, *Strategi Komunikasi Pemasaran Lombok Post dalam Meningkatkan Oplah Penjualan Tahun 2022*, Fakultas Dakwah dan Ilmu Komunikasi, Universitas Islam Negeri Mataram, 2022.

disebabkan oleh banyaknya masyarakat yang beralih untuk membaca berita melalui media sosial.¹¹

Pencapaian oplah Lombok Post dari bulan Januari hingga Juli 2022, berkisar 16.000 eksemplar atau distribusi Lombok Post untuk pembaca, yang diukur berdasarkan jumlah pelanggan dan koran yang diedarkan per harinya.¹²

Lombok Post harus beradaptasi dengan media online untuk mempertahankan relevansi dan memperluas audiensnya, meskipun koran cetak tetap menjadi sumber informasi yang dapat diandalkan bagi sebagian pembaca setia, tantangan dalam mempertahankan pangsa pasar akan semakin besar dengan dominasi media online dalam menyediakan berita secara *real time*. Berangkat dari hal itu Lombok Post juga turut serta meramaikan ranah digitalisasi. Sebagaimana hasil wawancara dalam penelitian yang dilakukan oleh Shanti Oftafiani, yang berjudul Strategi Komunikasi Pemasaran Lombok Post dalam Meningkatkan Oplah Penjualan Tahun 2022, dengan sumber data atas nama, saudari Eka Wati Kordinator Zetizen Lombok Post perkiraan bahwa Lombok Post beralih ke sumber portal berita online sekitar 2 atau 3 tahun yang lalu. Alasannya lantaran seiring perkembangan zaman tidak semua kalangan dapat mudah bisa membaca koran, sebab koran yang edarannya secara terbatas untuk kalangan pelosok desa. Sehingga untuk lebih mudahnya dengan adanya *website* masyarakat tidak ketinggalan informasi. Portal online

¹¹ *Ibid*, h. 4.

¹² *Ibid*, h. 48.

Lombok Post sendiri bernama lombokpost.jawapost.com yang dapat diakses oleh berbagai kalangan.¹³

Penjelasan di atas semakin memperjelas perubahan dalam bisnis surat kabar. Gempuran dari media baru berbasis internet memaksa surat kabar untuk merespons dengan cerdas, seperti dengan menyiapkan strategi yang efektif untuk menghadapi perubahan perilaku pembaca. Saat ini, media cetak tidak bisa lagi mengandalkan aktualitas, kedalaman, dan kecepatan, tetapi harus menggunakan berbagai strategi masing-masing untuk tetap bersaing.¹⁴

Itulah fenomena industri surat kabar dewasa ini. Industri surat kabar bagai dikepung oleh pesatnya media baru berbasis internet. Namun, di tengah kepungan media baru itu, faktanya masih banyak surat kabar yang hidup dan berkembang. Fakta ini adalah sebuah fenomena menarik mengenai kelangsungan hidup surat kabar.¹⁵ Atas dasar pemaparan latar belakang di atas, peneliti merasa tertarik untuk melakukan penelitian yang berjudul **“EKSISTENSI KORAN CETAK LOMBOK POST DI TENGAH PERSAINGAN MEDIA ONLINE (ANALISIS KONVERGENSI MEDIA)”**.

¹³ *Ibid*, h. 4.

¹⁴ Eko Pamuji, *Media Cetak VS Media Online (Perspektif Manajemen dan Bisnis Media Massa)*, Unitomo Press, Surabaya, 2019, h. 10.

¹⁵ *Ibid*, h. 6.

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang di atas, maka dapat disimpulkan rumusan masalah penelitian sebagai berikut:

1. Bagaimana eksistensi koran cetak Lombok Post di tengah persaingan media online?
2. Bagaimana analisis konvergensi media dalam koran cetak Lombok Post di tengah persaingan media online?

C. Tujuan Penelitian

Mengacu pada rumusan masalah di atas, maka tujuan penelitian yang ingin dicapai adalah sebagai berikut:

1. Untuk mengetahui eksistensi koran cetak Lombok Post di tengah persaingan media online.
2. Untuk mengetahui analisis konvergensi media dalam koran cetak Lombok Post di tengah persaingan media online.

D. Manfaat Penelitian

Adapun manfaat penelitian ini terbagi menjadi dua, yaitu:

1. Manfaat Teoritis

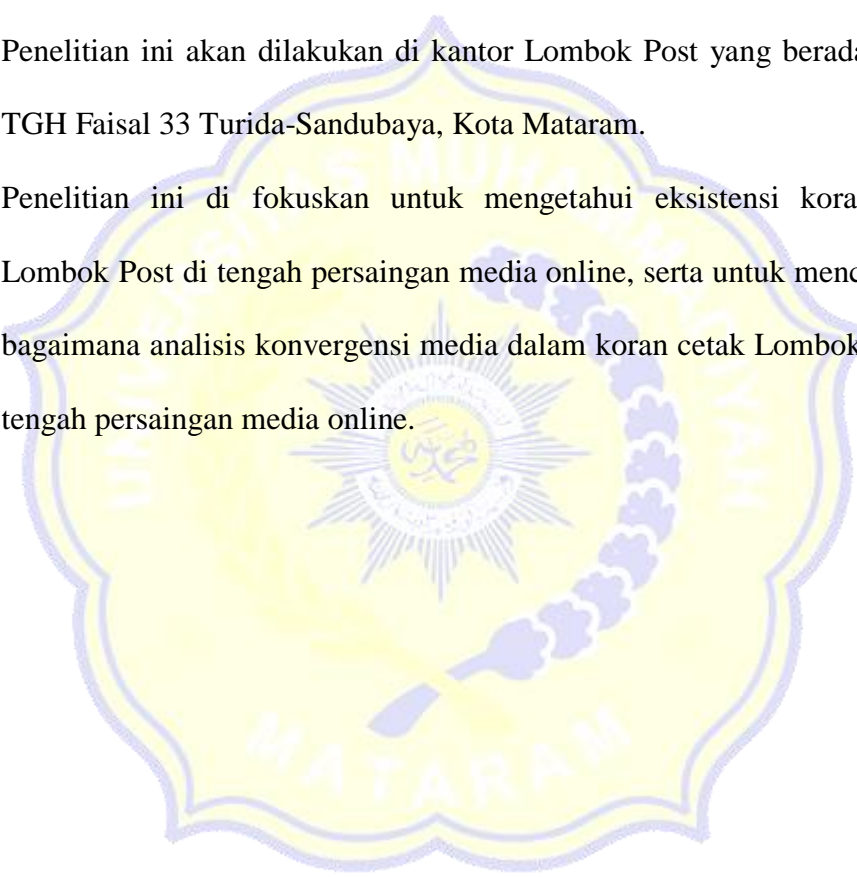
Hasil penelitian ini diharapkan dapat menambah ilmu pengetahuan serta dapat menjadi referensi dimasa depan dan memberikan pengetahuan serta wawasan terkait eksistensi koran cetak Lombok Post di tengah persaingan media online.

2. Manfaat Praktis

Hasil dari penelitian ini dimungkinkan untuk dapat mengetahui bagaimana eksistensi koran cetak Lombok Post di tengah persaingan media online serta untuk mengetahui bagaimana analisis konvergensi media dalam koran cetak Lombok Post di tengah persaingan media online.

E. Batasan Penelitian

1. Penelitian ini akan dilakukan di kantor Lombok Post yang berada di Jln. TGH Faisal 33 Turida-Sandubaya, Kota Mataram.
2. Penelitian ini di fokuskan untuk mengetahui eksistensi koran cetak Lombok Post di tengah persaingan media online, serta untuk mencari tahu bagaimana analisis konvergensi media dalam koran cetak Lombok Post di tengah persaingan media online.



BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Setelah melakukan penelitian dan analisis pada bab-bab sebelumnya mengenai eksistensi koran cetak Lombok Post di tengah persaingan media online (analisis konvergensi media), maka dapat disimpulkan sebagai berikut:

1. Eksistensi koran cetak Lombok Post di tengah persaingan media online

Hadirnya media online memberikan dampak yang signifikan pada eksistensi koran cetak Lombok Post. Hal ini jugalah yang membuat eksistensi koran cetak Lombok Post semakin meredup, bisa dilihat dari segi produksi dan pendapatan koran cetak Lombok Post yang mulai menurun jika dibandingkan dengan sebelum hadirnya media online. Seperti yang dijelaskan oleh Zulkhikmah bahwasanya oplah Lombok Post sebelum hadirnya media online rata-rata berkisar antara 12.000 sampai 15.000 eksemplar per hari. Sedangkan untuk *range* produksi sesudah adanya media online rata-rata berkisar antara 4.500 sampai 5.000 eksemplar per harinya, dan ini adalah data fluktuatifnya.

2. Konvergensi media dalam koran cetak Lombok Post

Untuk mengimbangi *trend market* dan mempertahankan eksistensi Lombok Post menerapkan konvergensi media sebagai strategi. Adapun konvergensi media yang diterapkan dalam koran cetak Lombok Post meliputi: portal berita online (*website*), *e-paper*, dan media sosial.

Dalam menerapkan konvergensi media Lombok Post beranggapan bahwa konvergensi media hanyalah sebagai pelengkap dari koran versi cetak, dengan adanya konvergensi antara media cetak dengan media online saling mendukung dan melengkapi, bukan saling bersaing.

B. Saran

1. Saran Praktis

Di tengah persaingan media massa yang begitu ketat, diharapkan koran cetak Lombok Post senantiasa menjadi rujukan utama bagi semua kalangan. Di lain sisi Lombok Post bisa fokus pada pengalaman pembaca dan kualitas konten yang membedakan antara media cetak dari media online, seperti konten yang mendalam dan desain yang menarik untuk meningkatkan eksistensi koran cetak Lombok Post.

2. Saran Akademis

Peneliti menyarankan kepada peneliti selanjutnya apabila mengangkat judul yang serupa, agar mengkaji lebih mendalam lagi terkait eksistensi koran cetak Lombok Post di tengah persaingan media online dari segi perbandingan kualitas konten berita antara koran cetak dengan media online. Sebab dalam penelitian ini hanya fokus pada eksistensi dan konvergensi dalam koran cetak Lombok Post.