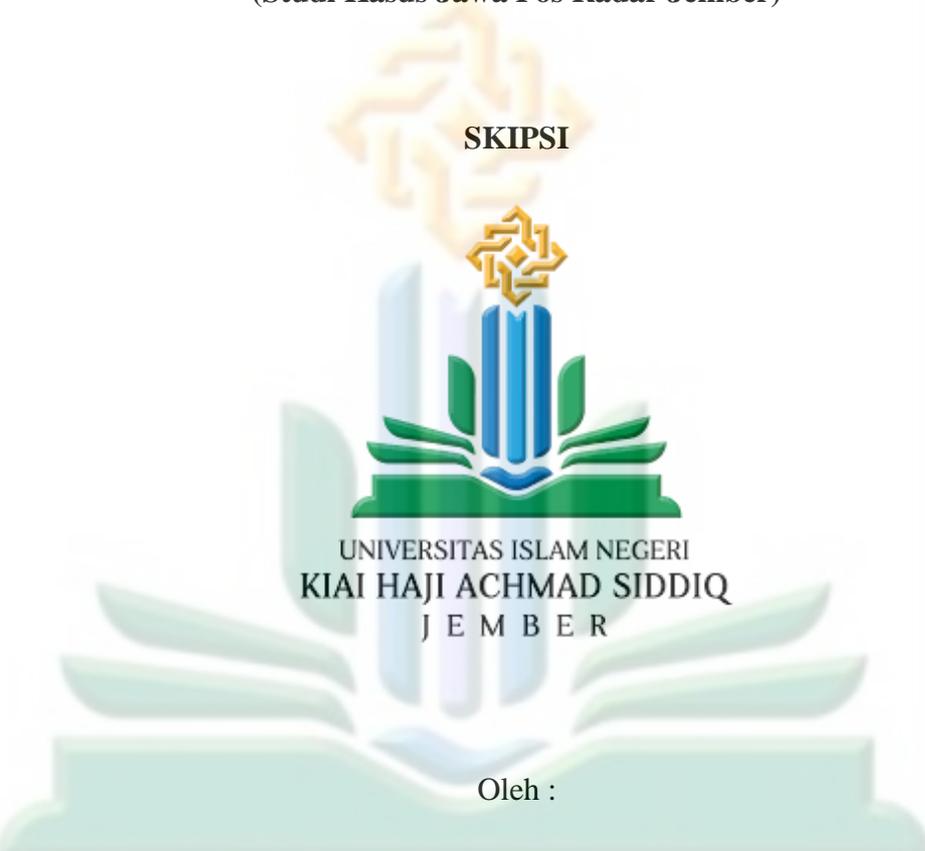


**MEDIA CETAK DAN PERGULATAN MENGHADAPI DIGITALISASI
MEDIA
(Studi Kasus Jawa Pos Radar Jember)**

SKIPSI



**UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ
J E M B E R**

Oleh :

**UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ
ADE APRYANIS DINI SAPUTRI
D20171070
J E M B E R**

**UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ JEMBER
FAKULTAS DAKWAH
2024**

**MEDIA CETAK DAN PERGULATAN MENGHADAPI DIGITALISASI
MEDIA
(Studi Kasus Jawa Pos Radar Jember)**

SKRIPSI

diajukan kepada Universitas Islam Negeri
Kiai Haji Achmad Siddiq Jember
untuk memenuhi salah satu persyaratan memperoleh gelar Sarjana Sosial (S.Sos)
Fakultas Dakwah
Program Studi Komunikasi dan Penyiaran Islam

Oleh :

ADE APRYANIS DINI SAPUTRI
NIM: D20171070

**UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ
JEMBER**

Disetujui Pembimbing

Prof. Dr. H. Hepni, M.M

NIP. 196902031999031007

**MEDIA CETAK DAN PERGULATAN MENGHADAPI DIGITALISASI
MEDIA
(Studi Kasus Jawa Pos Radar Jember)**

SKRIPSI

telah diuji dan diterima untuk memenuhi
salah satu persyaratan memperoleh
gelar Sarjana Sosial (S.Sos)
Fakultas Dakwah
Program Studi Komunikasi dan Penyiaran Islam

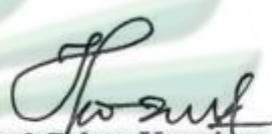
Hari: Kamis
Tanggal: 06 juni 2024

Tim Penguji

Ketua

Sekretaris


Ahmad Hayyan Najikh, M.Kom.I.
NIP.198710182019031004


Firdaus Dwi Cahyo Kurniawan, S.E., M.I.Kom.
NIP.198110162023211011

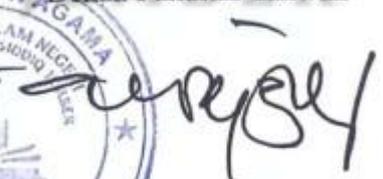
Anggota :

1. Dr. Kun Wazis, M.I.kom
2. Prof. Dr. H. Hepni., M.M


UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ

Menyetujui
Dekan Fakultas dakwah




Dr. Fauzizul Umam., M.Ag
NIP. 19740602000310

MOTTO

يَتَأْتِيهَا الَّذِينَ ءَامَنُوا إِنِ جَاءَكُمْ فَاسِقٌ بِنَبَأٍ فَتَبَيَّنُوا أَن تُصِيبُوا قَوْمًا بِجَهَالَةٍ فَتُصْبِحُوا

عَلَىٰ مَا فَعَلْتُمْ نَادِمِينَ ﴿٦﴾

“Wahai orang-orang yang beriman, Jika seseorang yang fasik datang kepadamu membawa suatu berita, maka telitilah kebenarannya, agar kamu tidak mencelakakan suatu kaum karena kebodohan (kecerobohan), yang akhirnya kamu menyesali perbuatanmu itu” (Q.S Al-Hujurat ayat 6) *



UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ
JEMBER

* Al-qur'an Surat Al-Hujarat 6, Al-Hikmah Alquran dan Terjemahan, (Bandung: CV Penerbit Diponegoro, 2015), 516.

PERSEMBAHAN

Puji syukur kami panjatkan kehadirat Allah SWT atas kasih sayang dan kasih sayangnya yang tiada terhingga sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini. Penulis juga menyadari bahwa tanpa dukungan materiil dan moril, serta ide dan kritik selama proses pengerjaan, karya ini tidak akan selesai.

Oleh karena itu, penulis mempersembahkan skripsi ini kepada :

1. Kedua orang tua saya, Ismail dan Anik Misriati yang senantiasa mendoakan, menjadi penyemangat dan menjadi alasan saya untuk bisa menyelesaikan skripsi ini.
2. Untuk semua guru dan dosen yang telah memberikan banyak ilmu kepada saya.
3. Untuk dosen pembimbing, Prof, Dr. Hepni, M.M yang senantiasa membimbing saya dengan penuh kesabaran.
4. Untuk suami saya, Bima Widjanata Suwadi yang selalu mengingatkan untuk segera menyelesaikan skripsi ini
5. Untuk putraku tercinta Mizyana P. Lembayung R. yang menjadi alasan saya untuk segera lulus.
6. Rekan kerja saya yang selalu mendukung dan menemani skripsi ini sampai selesai
7. Serta teman-teman yang selalu mendukung.

KATA PENGANTAR

Puji syukur saya panjatkan kehadiran Allah SWT yang telah melimpahkan rahmat dan Hidayahnya, sehingga saya dapat menyelesaikan skripsi dengan tepat waktu. Kedua Solawat Serta salam tetap tercurah limpahkan kepada Nabi Muhammad SAW yang telah membawa kita dari alam kegelapan menuju alam yang terang benderang. Hingga sampai pada akhirnya penulis bisa menyelesaikan penulisan skripsi, dengan judul **“MEDIA CETAK DAN PERGULATAN MENGHADAPI DIGITALISASI MEDIA (Studi Kasus Jawa Pos Radar Jember)** salah satu syarat menyelesaikan Pendidikan S1 di UIN KHAS Jember. Karya tulis ini masih jauh dari kata sempurna, karena banyak hambatan yang dialami.

Proses penyelesaian skripsi ini, juga tidak luput dari dukungan banyak pihak. Oleh karena itu, saya mengucapkan terimakasih sebanyak-banyaknya kepada:

1. Prof. Dr. H. Hepni, M.M., selaku Rektor UIN KHAS Jember sekaligus dosen pembimbing skripsi.
2. Dr. Fawaizul Umam, M.Ag selaku Dekan fakultas Dakwah UIN KHAS Jember
3. Ahmad Hayyan Najikh, M.Kom.I selaku ketua Pogram Studi Komunikasi dan Penyiaran Islam.
4. Bapak dan Ibu Dosen UIN KHAS Jember, yang telah memberikan banyak ilmu dan bekal pengetahuan kepada saya.

Sampai pada tahap ini, penulis menyadari masih banyak kekurangan pada karya tulis ini. Oleh karena itu, penulis membutuhkan bimbingan dan arahan sekaligus koreksi kepada pembaca. Dengan harapan adanya saran dan kritik yang membangun untuk penyempurnaan skripsi ini. Semoga dengan adanya skripsi ini bermanfaat bagi pembaca.

Jember, 12 Februari
2024 Penulis

ABSTRAK

Ade Apryanis Dini Saputri, 2024: Media Cetak dan Pergulatan Menghadapi Digitalisasi Media (Studi Kasus Jawa Pos Radar Jember).

Kata Kunci : Media Cetak, Pergulatan, Digitalisasi Media

Perkembangan kemajuan teknologi informasi dan komunikasi telah merubah berbagai aspek kehidupan manusia. Dalam bidang industri media, khususnya media cetak, tengah mengalami fase turbulensi yang sangat luar biasa. Seperti di Jawa Pos Radar Jember, Perusahaan media cetak itu tetap survive ditengah digitalisasi. Padahal banyak pembaca mulai mengalami penurunan, karena akses informasi yang didapat lebih cepat dengan memanfaatkan media sosial atau pun media online. Sedangkan, jika menunggu dari pemberitaan media cetak membutuhkan waktu cukup lama.

Fokus masalah dalam skripsi ini adalah: 1) Bagaimana strategi edia cetak Jawa Pos Radar mempertahankan medianya ditengah digitalisasi media? 2) Bagaimana upaya pengelola media cetak Jawa Pos Radar Jember mempertahankan medianya ditengah digitalisasi media. 3) Apa implikasi media cetak Jawa Pos Radar Jember dalam menghadai digitalisasi media?

Adapun tujuan dari penelitian ini yaitu: 1) Untuk mengetahui strategi media cetak Jawa Pos Radar Jember Radar mempertahankan medianya ditengah digitalisasi media. 2) Untuk mengetahui upaya pengelola media cetak Jawa Pos Radar Jember mempertahankan medianya ditengah digitalisasi media. 3) Untuk mengetahui implikasi media cetak Jawa Pos Radar Jember bertahan ditengah digitalisasi media.

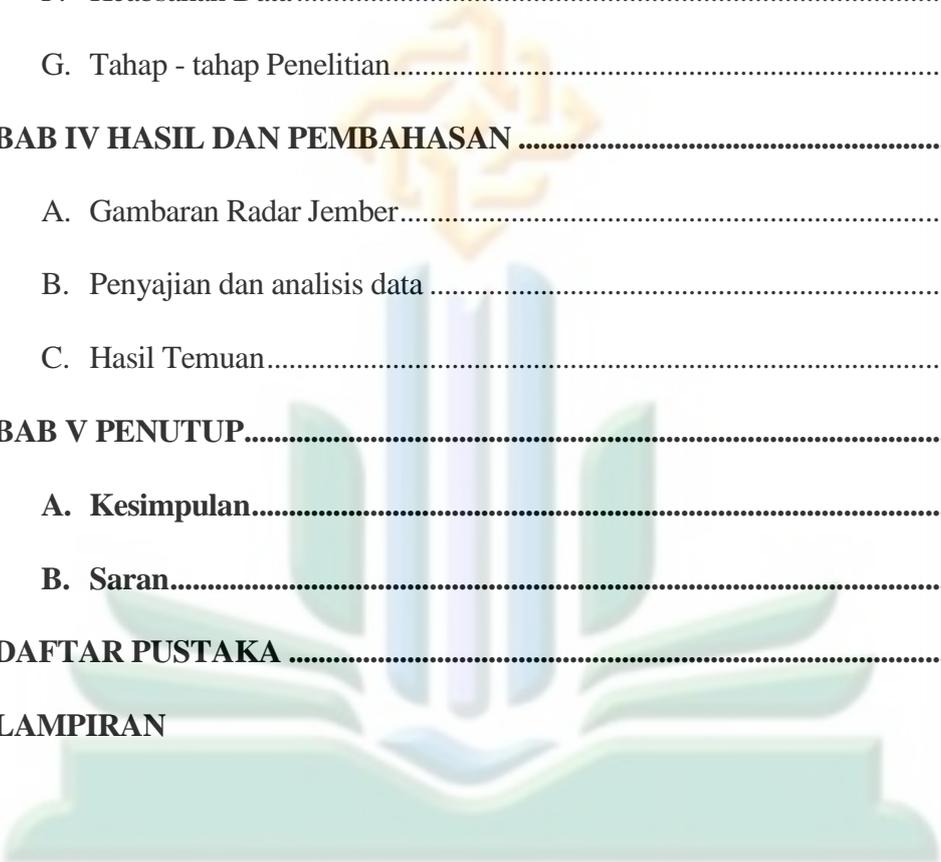
Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif, dengan jenis studi kasus. Informan dalam penelitian ini terdapat 5 orang termasuk direktur dan bagian pengelolaan media cetak. Pengumpulan data dilakukan melalui observasi, wawancara mendalam dan dokumentasi.

Adapun hasil yang diperoleh dari penelitian ini adalah: 1) faktor yang mendukung media cetak tetap bertahan dikarenakan kualitas Sumber daya Manusia dan kualitas pemberitaan yang dimuat. 2) Upayan yang dilakukan dengan membuat program inovatif dan menyediakan platfom media sosial. 3) implikasinya adalah konten media yang dihasilkan lebih bervariasi.

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
PERSETUJUAN PEMBIMBING	ii
PENEGSAHAN TIM PENGUJI	iii
MOTTO	iv
PERSEMBAHAN	v
KATA PENGANTAR	vi
ABSTRAK	vii
DAFTAR ISI	viii
BAB I PENDAHULUAN	1
A. Konteks Penelitian.....	1
B. Fokus Penelitian	10
C. Tujuan Penelitian.....	11
D. Manfaat Penelitian.....	11
E. Definisi Istilah	11
BAB II KAJIAN KEPUSTAKAAN	15
A. Penelitian Terdahulu	15
B. Kajian Teori	21
BAB III METODE PENELITIAN	34
A. Pendekatan dan Jenis Penelitian	34
B. Lokasi Penelitian	35
C. Subyek Penelitian	36
D. Teknik Pengumpulan Data	37

E. Analisis Data.....	40
F. Keabsahan Data.....	41
G. Tahap - tahap Penelitian.....	42
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN	44
A. Gambaran Radar Jember.....	44
B. Penyajian dan analisis data	52
C. Hasil Temuan.....	76
BAB V PENUTUP.....	88
A. Kesimpulan.....	88
B. Saran.....	88
DAFTAR PUSTAKA	89
LAMPIRAN	



UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ
JEMBER

BAB I

PENDAHULUAN

A. KONTEKS PENELITIAN

Di era modern ini, perkembangan teknologi di nilai sangat cepat sekali. Adanya perkembangan teknologi tersebut, membuat kebutuhan informasi bagi masyarakat turut meningkat terhadap suatu peristiwa, kejadian, ataupun fenomena yang sedang terjadi yang ingin diperoleh secara instan dan cepat. Sejalan dengan pesatnya perkembangan teknologi sebagai alat untuk bermedia hal ini mengakibatkan perubahan perilaku manusia dari berbagai kalangan seperti kelas atas, kelas bawah dan menengah baik itu generasi milenial dan generasi *old*. Ini membuat perkembangan media baru atau perangkat teknologi komunikasi, serta digitlaisasi yang luas berdampak pada penggunaan pribadi sebagai alat komunikasi.¹

Kemunculan teknologi baru seperti halnya *smartphone* dan perkembangan teknologi digital yang pesat menjadi ancaman serius bagi media konvensional seperti media cetak saat ini memunculkan kekhawatiran bagi pegiatnya.² Hal ini menjadi tantangan untuk mampu bertahan di era digitalisasi dengan maraknya beragam media online yang bermunculan serta kecepatan penyampain informasi, bahkan menjadi pesaing baru dalam industri media massa dan ancaman bagi media cetak apabila tidak mampu bersaing dan bertahan dengan kecanggihan teknologi.

¹ McQuail, Dennis, Teori Komunikasi Massa, Jakarta: Salemba, 2010, hal 148.

² Abdul Choliq, Transformasi Digital Tantangan Media Cetak di Era Disrupsi, Prosiding Konferensi Nasional Mitra (KONAMI) vol 1(1), 2022, 55.

Ketergantungan manusia terhadap kecanggihan teknologi saat ini sangat terasa. Kebanyakan orang rela merogoh kocek yang dalam untuk mendapatkan informasi lewat genggaman tangan. Ini sesuai dengan yang diungkapkan Hartono, bahwa informasi ibarat darah yang mengalir di dalam tubuh organisasi, jika suatu sistem kurang mendapat informasi maka bisa luruh, kerdil, dan akhirnya mati.³

Apalagi saat ini minat membaca masyarakat ke media cetak semakin berkurang semanjak adanya internet yang membuat media beralih ke online sehingga literasi pembaca media berubah dari *reading* menjadi *hearing* dan *watching*. Pergeseran pola baca ini, mulai dilakukan oleh generasi Z.⁴ Berdasarkan data BPS (badan pusat statistik) menunjukkan bahwa pembaca media cetak mengalami penurunan, hal ini dibuktikan dalam tahun 2017 pembaca media cetak mengalami penurunan sebanyak 17%. Tentu hal tersebut mengancam industri media cetak, menyebabkan guncangan dan turbulensi yang kuat hingga mengakibatkan beberapa perusahaan media cetak yang ada di Indonesia tutup usia, seperti halnya: Tabloid Bola, Majalah HAI, Harian Sinar Harapan, Soccer, Majalah Tajuk, Harian Bola, Jurnal nasional, Prospek, Fortune.⁵ Dikacah Internasional media cetak sudah mulai berguguran seperti halnya : majalah playboy dan Wall Street Journal.⁶

³ Hartono, Jogyanto, MBA, Ph.D, *Analisis dan Desain Sistem Informasi: Pendekatan terstruktur teori dan praktek aplikasi bisnis*, Yogyakarta: Andi offset, 1990, hal 7.

⁴ Viranda Andri Milavandia, Didik Hariyanto, Perubahan Minat Baca Mahasiswa dari Media Konvensional ke Media Digital, *Jurnal Ilmu Sosial dan Ilmu Politik*, Vol. 13(1), 2204, 53.

⁵ Mochammad Sinung Restendy, *Dinamika Produksi Media Cetak dan Tantangan Industri Pers di Indonesia*, *Jurnal Komunikasi dan Penyiaran Islam*, Volume. 1. No. 2, Juli 2020, Hal. 151.

⁶ Budi Arista Romadhoni, *Meredupnya Media Cetak dampak Kemajuan Informasi Teknologi*, *Jurnal An-Nida*, Volume. 10. No, 1, 2018, Hal 16.

Selain itu, ambruknya media cetak disebabkan karena merosotnya *income* iklan dan pengurangan jumlah pelanggan, dengan adanya penurunan jumlah oplah di beberapa tahun terakhir. Menurut pendapat beberapa orang, suramnya pertumbuhan media cetak berpangkal dari pergeseran demografi. Generasi yang tumbuh saat ini khususnya generasi milenial tak melakukan kegiatan yang telah dilakukan oleh orang tua mereka. Budaya orang tua ketika dipagi hari menyempatkan diri untuk menikmati secangkir kopi dan gorengan sembari membaca Koran. Namun berbanding terbalik dengan generasi saat ini, yang lebih suka menghabiskan waktu dengan bersantai bersama teman di warung kopi sembari memegang *smartphone* dan membaca informasi dari genggaman tangannya.

Bahkan perubahan pola hidup masyarakat yang beralih menggunakan media baru yakni teknologi digital. Dimana masyarakat informasi merupakan gambaran dari adanya ketergantungan masyarakat terhadap jaringan informasi yang sebelumnya belum ada sama sekali selama ini yang membuat dunia menciptakan imajinasi yang berkaitan. Dengan kata lain wujud dari adanya masyarakat informasi ialah seperti yang dikatakan Mc Luhan ialah *Global Village*. Metafora ini terlihat sangat berbeda jika dibandingkan dengan ratusan terakhir, dimana saat ini masyarakat dapat menerima informasi dari seluruh penjuru dunia dari genggaman tangannya.

Fenomena menurunnya konsumen media cetak sejalan dengan hasil survei Reuterus Institut bekerjasama dengan Universitas Oxford terkait konsumsi berita dan pasar digital. Berdasarkan hasil survei yang dirilis dalam

digital News Reposrt 2022 dilakukan pada akhir Januari hingga awal Februari. Survei ini dilakukan lewat kuesioner daring, dengan melibatkan 93.000 responden di 46 negara.⁷

Hasilnya, pemilihan berita secara daring terbilang lebih populer.⁸ Konsumen media daring mencapai 88%, media sosial 68%, televisi 57%, dan media cetak hanya 17%. Berdasarkan data tersebut media daring menduduki posisi tertaras sebagai referensi pemilihan berita, sedangkan media cetak sangat rendah.

Selain itu, dilansir oleh Aliansi Jurnalis Indonesia (AJI) dalam catatan terkahornya, sejak tahun 2015 mulai banyak media cetak yang berguguran. AJI yang mengacu pada *The Nielsen Company* menerangkan bahwa dari 117 surat kabar, 16 gulung tika. Sementara majalah, dari total 170 yang tersinya hanya 132.⁹

Industri media massa saat ini memasuki babak baru, berbanding terbalik dengan kondisi dahulu. Dimana sebelum adanya era digitalisasi media massa konvensional yakni media cetak dan menjadi idola bagi semua kalangan masyarakat untuk mencari sumber informasi yang ingin mereka dapatkan. Namun, faktanya saat ini di era digitalisasi keberadaan media digital sudah menjadi bagian dari masyarakat. Media saat ini tidak hanya berfungsi

⁷ Abdul Choliq, "Disrupsi Digital Sebagai Ancaman Eksistensi Media cetak", *Jurnal Ilmu Komunikasi*, 3, No. 2 (2023): 166.

⁸ Anton Wahyu Prihartono, "Surat Kabar & Konvergensi Media (Studi Deskriptif Kualitatif Model Konvergensi Media Pada Solopos)", *CHANNEL: Jurnal Komunikasi*, 4 No. 1 (2016): 105-16.

⁹ Eko Pamuji, *Media Cetak Vs Media Online (Prespektif Manajemen dan Bisnis Media Massa)*, (Surabaya: Utama Press), 4.

sebagai sarana untuk mendapatkan informasi, melainkan adanya fungsi hiburan, pendidikan, penerangan, bisnis dan sebagainya.¹⁰

Di Indonesia sendiri, khususnya di Kabupaten Jember banyak media massa yang cukup eksis baik itu, media elektronik dan cetak. Media eksis tersebut seperti RRI Jember, Kiss FM Jember, K-Radio, Jember 1 TV, JTV Jember, Prosalina, Harian Surya Jember dan Jawa Pos Radar Jember yang masih menerbitkan koran harian.¹¹ Sedangkan fenomena media cetak di Jember kian pasang surut. Ditengah perkembangan terpaan media digital beberapa harus rela vacuum sementara.

Grafis Media Cetak di Jember

No	Media Cetak	Alamat
1	Memo Timur	Graha Temprina Media Grafika lantai 2. Jl Imam Bonjol No 129, Jember
2	Haria Surya Jember	Jl. Ahmad Yani No.16 68131, Jember
3	Memorandum	Jl. Dr. Sutomo No 5/110 68131, Jember
4	Kompas	Jl. Bumi Mangli Permai 68151, Jember
5	Radar Jember	Jl. Ahmad Yani No 99 68122, Sumbersari, Jember

Sumber: Hasil observasi di Lapangan

Nasib media tersebut saat ini sama. Ibaratnya sudah menyelam kemasukan air. Media cetak tersebut, juga mulai mentransformasikan diri

¹⁰ Khomsahrial Romli, *Komunikasi Massa*, (Jakarta: PT Grasindo), 93.

¹¹ Yulia Beilia, "Strategi Pemasaran Jawa Pos Radar Jember Dalam Mempertahankan Eksistensinya Di Era Digital," (Skripsi UIN Khas Jember, 2024), 4.

untuk membuat media online. Ini menjadi cara untuk tetap eksis dan bertahan. Sedangkan Radar Jember yang sempat ditengah guncangan media tahun 2021 justru meraih predikat perusahaan terbaik dari hasil evaluasi triwulan IV yang diselenggarakan Jawa Pos Radar.¹² Jawa Pos Radar Jember sejak tahun 1999 dimana sekarang sudah berusia 25 tahun. Salah satu organisasi media cetak terbesar, Jawa Pos Radar Jember, mendistribusikan surat kabar di tiga kabupaten meliputi Jember, Lumajang, dan Bondowoso. Selain memberikan informasi kejadian terkini, Jawa Pos Radar Jember juga meliput berbagai tren dan topik daerah terkait gaya hidup, bisnis, pendidikan, ekonomi, olahraga, kesehatan, seni, dan budaya. Mirip dengan media cetak lainnya, namun dengan hasil positif yang berkelanjutan. Versi cetak Jawa Pos Radar Jember adalah surat kabar yang meliput kejadian-kejadian di kota ini termasuk wilayah tapal kuda.¹³

Media cetak Jawa Pos Radar Jember yang tersebar di wilayah Tapal Kuda memiliki 20 ribu pembaca. Namun sayangnya jumlahnya mengalami penurunan sejak 5 tahun terakhir. Hal ini berdasarkan penelitian Kun Wazis dalam penelitiannya yang berjudul “Strategi Komunikasi dalam Kompetisi Media Massa Lokal: Studi Kasus Menurunnya Konsumen Surat Kabar Jawa Pos Radar Jember Sejak Tahun 2013. Pada tahun 2017, terjadi penurunan konsumen di Radar Jember dari 8.200 eksemplar menjadi 6.086 eksemplar. Peredaran Radar Jember pada tahun 2012 mengalami peningkatan menjadi 10.000 eksemplar, namun pada tahun 2017 Radar Jember mengalami

¹² [Kinerja Meningkat, Radar Jember Raih Predikat Perusahaan Terbaik - Radar Jember \(jawapos.com\)](http://jawapos.com)

¹³ Company Profile Jawa Pos Radar Jember, 2024.

penurunan menjadi 6.086 eksemplar dengan di Jember sebanyak 4.078 eksemplar, 872 eksemplar di wilayah Lumajang dan 1.136 eksemplar di wilayah Bondowoso.¹⁴

Statistik Jawa Pos Radar Jember tahun 2019 menunjukkan oplah meningkat menjadi 7.750 eksemplar; Namun, pada akhir tahun 2021, oplahnya kembali menurun tajam menjadi 5.743 eksemplar. Ini disebabkan, efek pandemi yang membuat sektor media massa juga terkena imbasnya.¹⁵ Dengan penurunan dan peningkatan sirkulasi media cetak yang tidak merata setiap tahunnya, Jawa Pos Radar Jember khawatir dengan persoalan biaya operasional yang juga tidak merata jika hanya mengandalkan media cetak. Bahkan informasi terbaru berdasarkan data dari Jawa Pos Radar Jember tahun 2022 oplahnya terus menurun, sedangkan di tahun 2023 kembali melejit. Berkat program yang digagas yaitu lomba mewarnai dengan melibatkan seluruh lembaga tingkat TK dan RA di wilayah tapal kuda. Total oplah koran dari program ini mencapai 25 ribu eksemplar.¹⁶ Angka sebanyak ini didapat dari hasil koordinasi yang matang dengan sejumlah pihak. Tak menutup kemungkinan, jika program ini kembali dilaksanakan maka oplah yang didapat di tahun ini bisa saja stabil atau pun sebaliknya. Namun, jumlah pembacanya terus menurun. Jika biasanya diatas 20 ribu pembaca, justru saat ini hanya 18 ribu pembaca.

¹⁴ Kun Wazis, "Strategi Komunikasi dalam persaingan media massa lokal: Studi Kasus Anjloknya konsumen Koran Jawa Pos Radar Jember", (Jakarta: SPS Proseding Penelitian media cetak dan media online, 2017), 41.

¹⁵ Upgrade data Manager pemasaran, Yuyun Sri Wartini, 2024.

¹⁶ Upgrade Data Jawa Pos Radar jember, 2024.

Ancaman kebobrokan media cetak Jawa Pos Radar Jember juga semakin nyata. Kondisi ini, dilihat dari biaya operasional yang dikeluarkan untuk proses percetakan yang mahal. Jumlah oplah yang tidak menentu setiap tahunnya membuat proses percetakan koran yang biasanya dilakukan di temprina Jember, harus dialihkan ke Surabaya. Sehingga, setiap hari petugas secara bergantian melakukan pengambilan koran dan mendistribusikan ke kantor biro lainnya. Belum lagi, kendala lapangan seperti kemacetan di ruas jalan Lumajang-Probolinggo sering membuat distribusi terhambat. Alhasil, pembaca harus menunggu cukup lama. Dan ini, menjadi sebuah persoalan baru. Membuat pelanggan koran tidak bisa tepat waktu menerima koran tersebut.

Dapat diketahui saat ini Jawa Pos Radar Jember tidak hanya berkatut pada media cetak. Berbagai media online dan platform media sosial dimanfaatkan betul. Antisipasi ini dilakukan agar tetap eksis dan tidak mati. Sebab, perusahaan yang sudah berdiri hampir 25 tahun ini dikenal public memiliki pemberitaan dengan kredibilitas tinggi. Termasuk konten beritanya selalu jadi rujukan pembaca, karena menyajikan kedalam pemberitaan.¹⁷

Pihak pengelola mentransformasikan diri menjadi media multiplatform.¹⁸ Dengan menggandeng seluruh media sosial maupun media online untuk bisa tetap bertahan ditengah era digitalisasi. Platform media sosial yang kini dalam genggamannya berupa instagram, facebook, twitter,

¹⁷ Abdul Choliq, Direktur Jawa Pos Radar Jember, *wawancara*, 12 Januari 2021.

¹⁸ [Jawa Pos Radar Jember Fokus Kembangkan Media Multiplatform - Radar Jember](#)

path, dan youtube. Serta media online berupa lama website radarjember.id, terbaru penambahan radarjember.net dan halojember.¹⁹

Namun, dengan adanya inovasi ini diharapkan mampu menjadi media nomor satu untuk tetap dibaca tanpa menghilangkan unsur keakuratan berita. Artinya, meskipun dengan memanfaatkan media online isi berita yang dihasilkan tetap bisa dipertanggungjawabkan. Tren kemajuan teknologi di era digital membuat kegunaan media semakin kompleks.

Situasi ini memaksa pembaca untuk mengikuti perkembangan era digital saat ini dan mengalami pergeseran budaya konsumsi media. Internet merupakan sumber pendukung utama era digital kontemporer, beberapa situs web yang melayani berbagai fungsi menawarkan pembenaran yang kuat atas manfaat teknologi.²⁰ Dengan kemajuan inovasi digital, segalanya menjadi lebih mudah dan praktis. Hal yang umum terjadi saat ini adalah kombinasi teknologi massa baru dan tradisional untuk tujuan komunikasi. Banyaknya variabel yang disebabkan oleh pesatnya kemajuan teknologi digital dan pergeseran budaya membaca berkontribusi terhadap masalah ini.

Henry Jenkins mendefinisikan konvergensi media sebagai pergerakan materi di berbagai platform media, kerja sama industri dengan media, dan operasi migrasi media. Sementara itu, Flew mengklaim bahwa konten digital, jaringan komunikasi, serta teknologi komputasi dan informasi merupakan tiga komponen kunci konvergensi media. Jurnalisme online, demikian sebutan

¹⁹ Isnaini Kamilah, "Konvergensi Media Cetak Lokal Radar Jember (Studi Kualitatif Deskriptif Jurnalisme Online Radar Jember untuk Mempertahankan Eksistensi di Tengah Media Kompetitor)." (Skripsi UIN Khas Jember, 2022), 59.

²⁰ Imam Gemiharto, Teknologi 4G-LTE dan Tantangan konvergensi Media di Indonesia, (Bandung, Jurnal Kajian Komunikasi, 2015).

umum, merupakan fenomena yang melibatkan hampir semua media saat ini.²¹ Flew juga menawarkan dua pendekatan. *Pertama*, media baru yang mengalami proses konvergensi. *Kedua*, dengan melihat media baru sebagai media digital. Yaitu suatu konten bentuk media yang menggabungkan dan mengintegrasikan antara teks, suara dan gambar.²²

Dalam konteks ini, peneliti tertarik untuk mempelajari Jawa Pos Radar Jember karena sesuai dengan uraian di atas, Jawa Pos Radar Jember merupakan salah satu perusahaan media cetak yang berhasil bertahan dari guncangan masa digitalisasi media dengan tetap menerapkan rencana pelestarian medianya.

B. FOKUS PENELITIAN

Dari konteks penelitian yang sudah dijabarkan di atas maka rumusan masalah dalam penelitian ini, sebagai berikut:

1. Bagaimana strategi pengelola media cetak Jawa Pos Radar Jember bertahan ditengah teknologi digital media?
2. Bagaimana upaya pengelola media cetak Jawa Pos Radar Jember tetap bertahan ditengah perkembangan teknologi digital media?

C. TUJUAN PENELITIAN

1. Untuk mendeskripsikan strategi pengelola media cetak Jawa Pos Radar Jember bertahan ditengah perkembangan teknologi digital media

²¹ Dendi Irawan, Strategi Radar Jember Mempertahankan Eksistensi Sebagai Media Terpercaya Di Kabupaten Jember, (Jurnal Fisipol, Univ Muhammadiyah, Jember), 2019, 6

²² Mario Antonius Birowo dkk, Pergulatan Media Komunitas Di Tengah Arus Media Baru, (Yogyakarta: Combine Resource Institution, 2016), 15.

2. Untuk mendeskripsikan upaya pengelola media cetak Jawa Pos Radar Jember tetap bertahan ditengah perkembangan teknologi digital media?

D. MANFAAT PENELITIAN

Berdasarkan yang telah di jelaskan di atas, harapan peneliti yang dapat di ambil yaitu supaya memberikan manfaat kepada beberapa pihak, seperti : :

1. Manfaat Teoritis

Khususnya di bidang ilmu penyiaran dan komunikasi Islam, para peneliti yakin bahwa karya ini akan menjadi sumber referensi ilmiah. Agar mampu memberikan informasi mengenai strategi Media Cetak Jawa Pos Radar Jember bertahan di era digitalisasi media.

2. Manfaat Praktis

Peneliti berharap, hasil yang sudah di teliti ini mampu menjadi referensi, saran maupun masukan yang sangat bermanfaat bagi pengelola media cetak Jawa Pos Radar Jember agar lebih baik lagi dalam memberikan informasi sesuai yang dibutuhkan masyarakat Jember.

E. DEFINISI ISTILAH

Definisi Istilah menjadi kunci yang akan menjadi fokus peneliti dalam judul penelitian dicantumkan dalam pengertian istilah. Hal ini dimaksudkan untuk mencegah orang salah menafsirkan maksud peneliti ketika mereka menggunakan frasa tertentu. Definisi operasional penelitian ini adalah sebagai berikut untuk mengantisipasi variasi penafsiran tentang judul penelitian.:

1. Media cetak

Media cetak merupakan perantara komunikasi yang dipakai untuk memberikan pesan maupun informasi kepada khalayak dengan menggunakan bahan dasar kertas. Unsur utama yang digunakan ialah teks dan gambar visualisasi. Pada umumnya “media cetak” yang ditangkap atau dipahami masyarakat berupa koran, majalah, tabloid buku dan sebagainya. Media cetak sebagai media informasi yang ditujukan kepada khalayak luas digunakan untuk memberikan informasi atau pengetahuan. Media cetak masuk kategori media tradisional karena penyebarannya lebih dulu dari media saat ini.²³

2. Digitalisasi Media

Ungkapan yang digunakan untuk menggambarkan proses pergantian media adalah “digitalisasi.” Peralihan teks, video, atau foto dalam format digital merupakan transisi yang dipertimbangkan.²⁴ Internet merupakan komponen penting dalam digitalisasi dan berfungsi sebagai jantungnya, sehingga tidak mungkin memisahkan kedua proses tersebut. Internet jika dilihat dari bentuk fisiknya menyerupai jaring laba-laba yang seolah menyelamatkan dunia. Titik-titik pada jaringan saling terhubung satu sama lain. Jika kita membandingkan internet dengan kotak digital yang sangat besar dan lapang, maka setiap pengguna akan memiliki alamat untuk setiap server, yang akan digunakan untuk bertukar informasi.

²³ Nurrohmah, Konvergensi media Konvensional ke digital, (Skripsi UIN Alauddin Makassar Fakultas Dakwah, 2017) 11

²⁴ Wildatus zakiyah, “Strategi Pemberitaan Radar Jember Dalam Menghadapi Digitalisasi Informassi,” (Skripsi UIN Khas Jember, 2022), 9.

Internet diibaratkan sebagai tempat penyimpanan data (database) dalam bahasa lain.

3. New Media

Istilah media baru memang tidak bisa dilepaskan dengan perkembangan teknologi informasi dan komunikasi. Khususnya kemunculan internet dan *world wide web* (WWW). Maka dari itu, tak sedikit pihak yang menggunakan istilah tersebut dengan menyebut segala media yang menggunakan perangkat teknologi informasi.²⁵

4. Pergulatan

Dalam Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI) pergulatan memiliki definisi perjuangan dalam mempertahankan sesuatu.²⁶ Dalam konteks ini, pihak pengelola harus berjuang dengan sekuat tenaga dan upaya yang dilakukan untuk menjaga eksistensi perusahaan agar tetap bersanding dengan media lainnya.

5. Jawa Pos Radar Jember

Perusahaan media massa pers atau cetak Jawa Pos Radar Jember beroperasi di bawah wewenang Jawa Pos Group. Media yang meliputi Bondowoso, Lumajang, dan Jember ini mempunyai wilayah sebaran terluas di wilayah Tapal Kuda. Organisasi media cetak lokal regional Jawa Pos Radar Jember saat ini sedang bertransformasi menjadi bisnis

²⁵ Mario Antonius Birowo dkk, Pergulatan Media Komunitas Di Tengah Arus Media Baru, (Yogyakarta: Combine Resource Institution, 2016), 15.

²⁶ KBBI.,

multiplatform. Salah satu inisiatifnya adalah pembuatan surat kabar digital yang dapat diakses secara terbuka.²⁷



²⁷ [Konsisten Jadi Media Multiplatform, Semarak HUT Radar Jember ke-24 Awali HUT dengan Cycling Mode On - Radar Jember \(jawapos.com\)](#)

BAB II

KAJIAN KEPUSTAKAAN

A. Penelitian Terdahulu

Peneliti sebelum melakukan penelitian ini mencari beberapa sumber sebagai sumber inspirasi atau sebagai panduan sebelum memulai penelitian saat ini. Dengan maksud untuk menyelidiki potensi keuntungan dan kerugiannya. Kajian pendahuluan dilakukan dengan cara mengkaji literatur dengan mengkaji penelitian terdahulu tentu saja hal ini harus dilakukan sesuai dengan judul penelitian. Pada penelitian ini, media cetak Jawa Pos Radar Jember terus mengalami sejumlah guncangan ditengah pergulatan media cetak. Posisinya semakin terancam, dengan keberadaan media online. Ditambah penurunan jumlah oplah yang berpotensi pada pengaruh penurunan pemasangan iklan. Dampaknya, omzet yang didapat bisa menurun.²⁸

Pertama, hasil penelitian Agus Baihaqi pada The Journal Of Islamic Communication Of Broadcasting 2023 dengan judul “ (Media cetak di era digital) Analisis harian pagi Jawa Pos Radar Banyuwangi”. Penelitian tersebut menjelaskan jika sudah banyak media Internasional bahkan nasional yang gulung tikar. Salah satu penyebabnya, diduga akibat menggilanya media online yang berkembang pesat dalam hitungan waktu. Pertama, jumlah oplah yang dan pendapatan iklan yang terjun bebas sehingga tak mampu menutupi kebutuhan produksi media cetak. Kedua, pendapatan iklan yang minim. Ini

²⁸ Abdul Choliq, “Tranformasi Digital Tantangan Media Cetak Di Era Disrupsi,” *Prosiding Konferensi Nasional Mitra (KONAMI)*, 2023, 1. No. 23. Hal 55.

membuat pemasang iklan tidak tertarik dengan memasang iklan pada oplahnya yang merosot.²⁹

Sedangkan beberapa media besar tingkat Nasional saat ini sudah gulung tikar. Seperti Harian Republika yang sudah 30 tahun mengalami perjalanan media cetak harus berakhir pada 31 Desember 2022. Di akhir 2022 Kompas Gramedia (KG Media) menutup empat media cetaknya mulai dari Tabloid Nova, Majalah Bobo Junior, Majalah Mombi, dan Mombi SD. Ditambah 16 media cetak lainnya sudah terlebih dahulu tutup.

Sedangkan Harian Pagi Jawa Pos Radar Banyuwangi saat ini masih bertahan ditengah gempuran media online dan bergugurnya media cetak lainnya. Dengan masih menjaga oplah dan omzet agar tetap seimbang. Terutama kru perusahaan dengan tag line *Heng Ono Tunggal* optimis medianya tetap survive.

Kedua, Penelitian Andri Juanda Gabetua Nainggolan (2023) dengan judul “Manajemen surat kabar Harian Medan Pos di tengah perkembangan New media” menjelaskan soal perubahan gaya membaca muda-mudi saat ini. Mereka lebih tertarik konten berdasarkan audio-visual. Karena lebih bisa dipercaya dengan melihat gambar maupun video yang menunjukkan sebuah kejadian. Ini yang melatarbelakangi salah satu kemerosotan media cetak. Menurutnya, dahulu media cetak menjadi primadona. Saat ini, mulai menghilang secara dramatis akibat kemajuan teknologi.³⁰

²⁹ Agus Baihaqi, *The Journal Of Islamic Communication Of Broadcasting* (Media cetak di era digital) Analisis harian pagi Jawa Pos Radar Banyuwangi, hal 118.

³⁰ Andri Juanda Gabetua Nainggolan, “Manajemen surat kabar Harian Medan Pos di tengah perkembangan New media (2023), hal 40.

Berdasarkan Survei Nielsen yang telah dirilis *Kompas.com* tahun 2009 menyatakan bahwa tahun 2017 penetrasi televisi berada diangka (96%), media luar ruangan (56%), internet (44%), radio (37%) dan media cetak (7%) termasuk koran dan majalah diangka (3%). survey ini menyebut, bawah warga lebih suka mengaskes konten melalui berbagai platform media digital. Sedangkan media cetak menunjukkan angka kemunduran peminat.

Hasilnya, pihak pengelola melakukan eragam cara untuk memeprtahankan surat kabar tersebut. Melalui konvergensi news room dan news ghatering, dengan memeprtimbangkan tata letak dan melakukan kerja sama dengan berbagai pihak terutama Pemkab setempat.

Ketiga, ialah penelitian dari Ainun Azizah (2021), dengan judul penelitian “Strategi Konvergensi Media Cetak Pada Surat Kabar Radar Cirebon”. Dalam penelitian ini menjelaskan tentang strategi yang dibangun media Cetak untuk tetap eksis dengan berkarya memberi gagasan kreatif dan inovatif. Maraknya media online saat ini, banyak masyarakat yang mengkonsumsi berita melalui media online. Media online menjadi pilihan masyarakat karena aksesnya yang lebih cepat, *up to date* tanpa adanya keterbatasan ruang dan waktu selain itu penggunaan jaringan internet menjadi point penting untuk bisa mengakses berita di media online. Namun di kecanggihan teknologi ini, media cetak harus melakukan inovasi agar tetap survive ditengah gempuran media online. Salah satu strategi yang dibangun ialah dengan melakukan strategi 3M (*Multimedia, Multichanel, dan*

Multiplatfom).³¹ Dengan melakukan konvergensi news gathering seorang reporter dituntut untuk multitasking. Artinya, reporter harus bisa mnengolah berita baik untuk kegunaan meida cetak dna media online.

Keempat, ialah penelitian Galih Akbar Prabowo dengan judul penelitian “Strategi Konvergensi Media Cetak Radar Madiun Dalam Mempertahankan Eksistensinya Di Era Cybermedia (2023)”. Dalam hasil penelitian ini dijelaskan bahwa saat ini perlu adanya konvergensi media. hal ini disebabkan karena saat ini kita memasuki era digitalisasi, dimana beragam informasi melalui media online dapat dengan mudah di dapatkan oleh masyarakat. Hadirnya media online dapat memperkuat fungsi media konvensional untuk memperluas jaringan pembaca. Seperti halnya jawa Pos Radar Madiun yang mempunyai banyak SDM menggunakan kecanggihan teknologi dan beragam platfom media sosial dan memkasimalkan SDM melalui ruang redaksi (*single newsroom*). Pemanfaatan tekhnologi menjadi poin utama sehingga bisa memunculkan konten menarik yang menjadi daya tarik pembaca.³²

³¹ Ainun Azizah, “Strategi Konvergensi Media Cetak Pada Surat Kabar Radar Cirebon, hal 54.

³² Galih Akbar Prabowo, “Strategi Konvergensi Media Cetak Radar Madiun Dalam Mempertahankan Eksistensinya Di Era Cybermedia”, hal 81.

Tabel 1.1
Persamaan dan Perbedaan Penelitian Terdahulu dengan Penelitian yang Dilakukan Penyusun

No.	Peneliti	Judul penelitian	Persamaan	Hasil
1	Agus Baihaqi	The Journal Of Islamic Communication Of Broadcasting 2023. Analisis harian pagi Jawa Pos Radar Banyuwangi. (2023)	Penelitian yang dilakukan adalah sama sebuah perusahaan media cetak dibawah naungan Jawa Pos Group hanya saja lokasinya berbeda	Media cetak Jawa Pos radar Banyuwangi, terus berupaya menjaga oplah koran dan omzet iklan agar tetap seimbang. Terutama dengan menguatkan kru maupun karyawan perusahaan dengan tag line <i>Heng Ono Tunggal</i> optimis medianya tetap survive.
2	Andri Juanda Gabetua Nainggolan	(Skripsi) Manajemen surat kabar Harian Medan Pos di tengah perkembangan New media (2023)	<ul style="list-style-type: none"> - Penggunaan platfom media sosial - Menjalin kerjasama dengan kolega 	Hasilnya, pihak pengelola melakukan beragam cara untuk memeprtahankan surat kabar tersebut. Melalui konvergensi news room dan news ghatering, dengan mempertimbangkan tata letak dan melakukan kerja sama dengan berbagai pihak terutama Pemkab setempat.

3	Ainun Azizah	(Skripsi) Strategi Konvergensi Media Cetak Pada Surat Kabar Radar Cirebon (2022)	Menjadi perusahaan yang multiplatform dengan mengakses semua medsos dan mempunyai media online tersendiri.	Salah satu strategi yang dibangun ialah dengan melakukan strategi 3M (<i>Multimedia, Multichanel, dan Multiplatform</i>). Dengan melakukan konvergensi news gathering seorang reporter dituntut untuk multitasking. Artinya, reporter harus bisa mnengolah berita baik untuk kegunaan meida cetak dna media online.
4	Galih Akbar Prabowo	(Skripsi)Strategi Konvergensi Media Cetak Radar Madiun Dalam Mempertahankan Eksistensinya Di Era Cybermedia (2023)	<ul style="list-style-type: none"> - SDM dituntut untuk bisa melakukan segala hal. Yaitu, bisa menjadi wartawan sekaligus menjadi marketing untuk menambah omzet perusahaan. - Sajian inovasi koran digital yang terus diperbaiki, untuk menambah 	Hadirnya media online dapat memperkuat fungsi media konvensional untuk memperluas jaringan pembaca. Seperti halnya jawa Pos Radar Madiun yang mempunyai banyak SDM menggunakan kecanggihan teknologi dan beragam platform media sosial dan memkasimalkan SDM melalui ruang redaksi

			minat baca dan ketertarikan pelanggan.	(<i>single newsroom</i>). Pemanfaatan teknologi menjadi poin utama sehingga bisa memunculkan konten menarik yang menjadi daya tarik pembaca.
--	--	--	--	--

B. Kajian Teori

Fase penelitian yang paling krusial adalah kajian teoretis, yang melibatkan perumusan topik dan kemudian mencari ide, konsep, dan generalisasi yang menjadi landasan teoretis untuk penyelidikan. Bahan tertulis (teori) dengan hasil penelitian yang berkaitan dengan variabel atau permasalahan yang diteliti disebut dengan kajian teoritis. Hal ini berfungsi sebagai landasan penelitian serta sumber pedoman ketika merumuskan masalah dan kerangka konseptual. Teori yang digunakan dalam tesis ini adalah sebagai berikut:

1. Media

Kata "media" berasal dari bahasa Latin dan berarti "alat atau perantara". Kata "media" menggambarkan suatu alat atau perantara yang digunakan sebagai media komunikasi. Media sering kali diartikan sebagai sarana penyampaian gagasan dari komunikator kepada komunikan. Jika Rogers mengatakan saluran komunikasi adalah alat dari orang lain, Newbie berpendapat bahwa media adalah saluran informasi (atau saluran

komunikasi). Definisi lain dari media adalah jenis komunikasi yang menggunakan alat produksi dan penyebaran serta simbol.³³

Kata “media” yang digunakan dalam ilmu komunikasi merujuk pada media massa, yang meliputi radio, televisi, surat kabar, internet, media online, dan lain sebagainya.³⁴ Media berkembang dengan sangat cepat untuk mengikuti tren. Hampir semua bidang ilmu pengetahuan sekarang tertarik pada studi media, satu-satunya perbedaan adalah pada nomenklaturnya. Misalnya bidang keilmuan komunikasi massa, dakwah, pembelajaran, media informasi, dan lain-lain.

Media adalah suatu jenis komunikasi yang dapat dimanfaatkan sebagai media cetak, gambar, suara, atau audio visual untuk mencari dan menyelidiki informasi. Dalam hal ini, media berfungsi sebagai alat untuk membantu kita mencapai hasil yang kita inginkan dengan memfasilitasi transmisi dan penerimaan informasi.

Beberapa psikolog berpendapat bahwa panca indera termasuk mata dan telinga memiliki pengaruh yang signifikan terhadap komunikasi. Kelima indera ini dapat digunakan untuk berkomunikasi melalui bahasa dan mendengarkan informasi. Sebelum diungkapkan dalam tindakan,

³³ Muhammad Yaumi, *Media dan Teknologi Pembelajaran* (Jakarta: PrenadaMedia Group, 2018)hal. 5

³⁴ Annisa Eka Syafrina, *Komunikasi Massa*, (Jawa Barat: CV. Mega Press Nusantara, 2022), hal 29.

pesan-pesan yang dikumpulkan panca indera terlebih dahulu diolah oleh pikiran manusia untuk mengatur dan memastikan sikap subjek..³⁵

Berikut adalah beberapa macam media yang bisa di pakai:³⁶

- a. Media visual yaitu media yang bisa dibaca, dilihat dan dipegang. Contoh media dalam jenis ini ialah: Koran, komik, surat kabar dan majalah.
- b. Media audio ialah media yang hanya bisa didengarkan dengan indra pendengaran. Contohnya ialah siaran radio, kaset, dan musik.
- c. Media audio visual merupakan media yang bisa dinikmati dengan indra penglihatan dan dengerkan dengan indra pendengaran. Contohnya ialah: televise, youtube film dan lainnya.

Berdasarkan jenis media diatas juga dinamakan sebagai media massa, hal ini dikarenakan media tersebut mencakup khalayak luas untuk memberikan dan menerima informasi dalam kehidupan sehari – hari.

Media massa memiliki sumber informasi yang bersifat umum dan universal baik itu informasi mengenai fenomena alam, pendidikan, ekonomi, politik dan lain sebagainya. Dimana informasi tersebut dapat memeberikan manfaat bagi penerima informasi. Selain itu, dalam media massa tersebut tidak hanya peristiwa yang terjadi melainkan ada

³⁵ Hafied Cangara, Pengantar Ilmu Komunikasi (Jakarta: PT Raja Grafindo Persada, 2002) hal. 131.

³⁶ Nurani Sayomukti, Pengantar Ilmu Komunikasi (Yogyakarta : Ar-Ruzz, 2016)200-201.

segmentasi untuk mengajak dan memikat masyarakat memiliki barang yang ditawarkan seperti halnya iklan dan penawaran lainnya.

Media terpecah menjadi media cetak dan elektronik, disebut juga media konvensional, ketika era orde baru dimulai. Media cetak hanya dapat diapresiasi dengan indera penglihatan dan berfungsi sebagai media komunikasi informasi melalui kata-kata dan gambar. Media elektronik, sebaliknya, merupakan alat untuk menyebarkan informasi dalam bentuk gambar dan suara yang menyenangkan secara visual dan pendengaran. Dalam hal ini, media radio, televisi, dan internet semuanya dianggap sebagai media elektronik.³⁷ Beberapa ciri media massa adalah sebagai berikut:

- a. Bersifat lembaga, artinya media tersebut dikelola oleh banyak orang.
- b. Bersifat satu arah, artinya komunikasi yang disampaikan tidak bisa dilakukan secara dialog. Namun saat ini, dengan kecanggihan teknologi adanya internet mampu membuka peluang terjadinya komunikasi dua arah sehingga terjadi dialog diantara keduanya.
- c. Meluas dan serempak, artinya informasi dapat diakses oleh khalayak luas tanpa adanya keterbatasan ruang dan waktu.
- d. Memakai peralatan teknik atau mekanis, artinya alat – alat yang digunakan memang khusus untuk menyiarkan informasi yang diperoleh.

³⁷ Elvinaro Ardianto, *Komunikasi Massa* (Bandung: Simbiosis Rekatama Media, 2004) hal. 103.

- e. Bersifat terbuka, artinya informasi tersebut bisa dikonsumsi oleh siapa saja baik itu dari segi psikografi dan demografi.³⁸

Media, khususnya media massa mendistribusikan pesan yang tidak hanya mempengaruhi masyarakat, melainkan dapat merefleksikan kebudayaan masyarakat, artinya apa yang terjadi di media menggambarkan itulah keadaan masyarakat kita saat ini. Seperti halnya Neno Warisman sebagai penyanyi dan pemeran yang pernah Berjaya tahun 1980-an hingga akhirnya berhijrah kemudian dilaporkan dalam kasus penggelapan uang. Padahal kejadian itu hanya kesalahan teknis. Dan hingga saat ini Neno sudah jarang muncul di permukaan layar kaca. Berbeda halnya dengan Inul Daratista yang sampai saat ini masih tersohor karena tariannya yang banyak dipuja – puja masyarakat. Dari dua contoh diatas, terlihat bahwa masyarakat kita telah terkontaminasi dengan suguhan yang disajikan oleh media. Dalam hal ini, menurut Laswell terdapat 3 fungsi media massa:³⁹

- a. Pengawasan (*surveillance*)

Media berfungsi sebagai pemberi informasi terhadap lingkungan social. Media massa dapat bertindak lebih cepat jika sesuatu sedang terjadi.

- b. Korelasi (*correlation*)

Berfungsi sebagai penyeleksi dan pengintegrasian informasi tentang lingkungan social. Artinya media massa membantu mencari

³⁸ Hafied Cangar, *Pengantar Ilmu Komunikasi* (PT Rajagrafindo Persada, 2015) hal. 40.

³⁹ Rahmat Kriyantono, Desi Dwi Prianti, dkk. *Potret Media Massa di Indonesia*. 2013. Malang: UB Press. Hal 6.

korelasi peristiwa yang sedang terjadi. Jika korelasi ditemukan, maka media massa dapat menjelaskan peristiwa tersebut secara gamblang. Dan dalam hal ini masyarakat bisa diajak untuk berfikir kritis untuk menerima informasi yang diberikan.

c. Penyampaian warisan social

Berfungsi untuk menyampaikan nilai, informasi, dan norma dari satu geenrasi ke generasi berikutnya. Oleh karena itu, jika masyarakat menyukai informasi tentang sensasionalitas, kekerasan dan mistis maka itulah yang menjadi warisan kepada generasi selanjutnya.

2. Media cetak

Media cetak merupakan suatu cara untuk berkomunikasi dengan khalayak luas dengan menggunakan kertas yang dapat dibaca oleh banyak orang. Teks dan gambar merupakan komponen utama media cetak yang dicetak untuk kepentingan masyarakat umum. Surat kabar, majalah, buklet, dan brosur adalah beberapa jenis media cetak Media cetak dalam komunikasi massa antara lain surat kabar, majalah, dan surat kabar. Media cetak memberikan informasi tentang berbagai topik, termasuk politik, ekonomi, pendidikan, kesehatan, dan kejadian alam. Kumpulan produk yang dicetak pada lembaran kertas dan dimanfaatkan untuk memenuhi kebutuhan informasi dan praktis konsumennya dikenal dengan media cetak.⁴⁰

⁴⁰ Benny A. Pribadi, *Media dan Teknologi Pembelajaran* (Jakarta: Kevnaca, 2017) hal 56.

Di sini, media cetak lebih diutamakan daripada pers untuk menyebarkan informasi tentang organisasi, komunitas, lembaga, atau kejadian lainnya. Jika mempertimbangkan bentuk komunikasi massa lainnya, media cetak adalah yang paling kuno dalam sejarah. Media cetak sudah ada sejak Johan Guternbag di Jerman menemukan mesin cetak, menurut Romadhoni dalam Jurnal Jufiso.⁴¹ Sebaliknya, ada lima fase berbeda dalam sejarah media cetak Indonesia: era kolonial Belanda, Jepang, periode pra-kemerdekaan dan awal kemerdekaan, serta kelanjutan periode-periode tersebut di bawah pemerintahan lama dan baru.

Perkembangan media cetak di Indonesia diawali dengan surat kabar yang terbit pertama kali di Batavia pada tahun 1744 dengan judul “Bataviasche Nouvelles”. Pada tahun 1828 “jvashe Courant” diterbitkan di Batavia. Kemudian seiring berkembangnya media cetak, surat kabar berbahasa Melayu mulai bermunculan, hingga akhirnya media cetak saat ini harus melakukan konvergensi media agar bisa bertahan di era digitalisasi.

Media cetak sebagai media komunikasi maasa untuk menyampaikan informasi, memiliki beragam macam versi, yakni sebagai berikut:⁴²

⁴¹ Reza Ade Putra. Tantangan Media Massa dalam Menghadapi Era Disrupsi Teknologi Informasi. *Jurnal Sistem Informasi*. 2019. Vol 5(1), hal 2.

⁴² I Made Suyasa, I Nyoman Sedana, “Mempertahankan Eksistensi Media Cetak Di Tengah Gempuran Media Online,” *Jurnal Komunikasi dan Budaya*, (2020, 01. No. 01), 58.

a. Koran

Surat kabar dicirikan sebagai sumber peristiwa dan informasi terkini, baik mengenai peristiwa atau angka secara real-time. Kliping berita adalah cara umum untuk mengawetkan informasi surat kabar.⁴³ Surat kabar biasanya berisi informasi tentang peristiwa terkini yang harus diketahui pembacanya. Karena surat kabar adalah alat pertukaran informasi bagi manusia, saluran pernyataan yang digunakan bersifat transparan, terkini, dan terorganisir pada saat diterbitkan. Surat kabar sering kali diterbitkan sehari setelah beritanya diterbitkan.

Surat kabar tidak terikat oleh waktu. Kapan pun masyarakat bisa membaca berita di koran. Karena sifatnya yang berbentuk cetak, pembaca bisa membuka kembali koran tersebut dan bisa disimpan rapi selain itu harganya yang murah dan keakuratan berita dapat dipercaya. Didalam koran tersebut kita bisa mendapatkan beragam informasi yang didapatkan, tidak hanya seputar informasi politik, ekonomi, pendidikan dan lainnya. Melainkan informasi mengenai lowongan pekerjaan, iklan rumah, ucapan bela sungkawa. Selain itu koran juga menyajikan ruang opini bagi masyarakat yang mempunyai hobi menulis, disana mereka bisa mengirimkan tulisannya untuk kemudian dimuat dalam koran.

b. Majalah

Salah satu media massa cetak yang menawarkan bahan bacaan kepada pembacanya adalah majalah. Majalah biasanya memiliki tujuan

⁴³ Eko Pamuji, *Media Cetak Vs Media Online (Perspektif Manajemen dan Bisnis Media Mass)*, Surabaya: Unitomo Press, 2019.52.

tertentu yang diterjemahkan ke dalam pangsa pasar majalah. Publikasi majalah seringkali dikorelasikan dengan minat pembaca. Misalnya, majalah yang berfokus pada makanan untuk juru masak yang dikirimkan kepada orang-orang yang menyukai santapan lezat.

Majalah memiliki jumlah pembaca yang lebih besar dibandingkan surat kabar, namun pasarnya lebih terstruktur. Majalah menargetkan konsumen tertentu dengan produk yang jauh lebih terspesialisasi. Surat kabar dan majalah memiliki tingkat kedalaman materi yang bervariasi. cerita mengenai kejadian nyata atau ringkasan cerita yang diterbitkan dimasukkan dalam isi majalah dengan tujuan untuk mencerahkan dan menghibur pembaca.

Pembaca majalah disesuaikan dengan demografis (usia, gender) ataupun sikografis, psikografis dan kebijakan editorial. Majalah berkaitan dengan jurnalistik dengan menggunakan media cetak.

Artinya, media ini berupa lembaran – lembaran yang dicetak berisi gambar ataupun tulisan untuk dinikmati pembacanya. Kegiatan jurnalistik meliputi mencari data, memperoleh, mengolah, mengedit dan membagikan kepada khalayak luas.

3. Digitalisasi Media

Masyarakat saat ini sudah tidak asing lagi dengan istilah “media” karena industri telah dengan cepat berpindah dari media analog ke media digital. Digitus, sebuah kata Yunani yang berarti ujung jari, adalah asal kata “digital”. Ada sepuluh jari di masing-masing tangan, dan angka 1 dan

0 membentuk angka 10. Jadi, istilah "digital" mengacu pada keadaan angka yang terdiri dari angka 0 dan 1, atau "mati" dan "hidup". , " atau yang biasanya disebut sebagai "bilangan biner". Mereka juga dapat disebut sebagai Bit (Digital Binaries), karena sistem digital berfungsi sebagai database untuk semua sistem komputer. Proses mengubah media analog menjadi digital dikenal dengan istilah digitalisasi media.⁴⁴ Digital adalah pendekatan canggih dan mudah beradaptasi yang penting bagi keberadaan manusia.

Teknologi modern berkembang dengan pesat. Jika dulu masyarakat hanya bisa berkomunikasi melalui telepon dan SMS, kini masyarakat bisa berkomunikasi secara online dan memperoleh berbagai informasi dengan lebih mudah berkat media baru seperti platform media sosial seperti Facebook, Instagram, dan lainnya.

Selain menikmati kemewahan kemudahan media digital, pengguna tidak perlu lagi mengeluarkan biaya selangit. Dapat diakses oleh siapa saja yang memiliki paket data atau jaringan internet, dan penggunaannya tidak terbatas. Berbeda dengan penggunaan panggilan telepon dan SMS yang mahal, terutama jika layanannya tidak sama.

Hal tersebut membuat media konvensional seperti media cetak, televisi dan radio mengalami guncangan dan tantangan. Dimana segala kebutuhan masyarakat tersedia di media digital. Media konvensional seperti radio, media cetak dan televisi semakin terancam. Nilai tawar yang

⁴⁴ Rustam Aji, Digitalisasi Era Tantangan Media (Analisi Kritis Kesiapan Fakultas Dakwah dan Komunikasi Menyongsong Era Digital), Islamic Communication Jurnal, Vol 1(1), 2016, hal 44.

diberikan media digital diibaratkan seperti jalan raya dengan transportasi berkecepatan tinggi yang mempersingkat perjalanan, atau perpustakaan yang dapat dikunjungi kapan saja dengan buku dan sumber informasi yang lengkap serta pencarian informasi yang tidak terbatas.⁴⁵

4. Teori Media Baru atau *New Media*

Media baru terus bermunculan karena pesatnya kemajuan teknologi komunikasi, dan dengan infrastruktur yang tepat, banyak orang kini dapat menikmati bentuk hiburan online ini. Munculnya kualitas media baru dimulai dari keadaan ini. Tampilan gambar, suara, dan representasi data merupakan data yang dimaksud. Semua ini dimasukkan atau dimasukkan sebagai angka, diproses secara online, pada disk digital, atau pada drive memori, dan kemudian disebarkan melalui layar, jaringan telekomunikasi yang luas, dan dicetak. dalam bentuk hard copy.

Menurut Martin Lister, inilah perbedaan utama antara media analog dan digital. Munculnya media baru menandai dimulainya salah satunya. Munculnya media yang memungkinkan komunikasi antar manusia tanpa media tradisional, seperti media cetak, radio, dan televisi, dikenal menggunakan sebagai teori media baru. Ada dua sudut pandang yang dikemukakan dalam teori ini: yang pertama adalah proses interaksi sosial, yang membedakan media menurut seberapa miripnya media tersebut dengan interaksi sosial. Sebaliknya, Lievrouw mengartikan media baru sebagai media yang menggabungkan beberapa bagian dan

⁴⁵ Ardianto. Komunikasi Massa. Hal. 151.

konvergensi media, yaitu penggabungan beberapa media menjadi satu kesatuan. Everett M. Rogers, sebaliknya, membagi evolusi media komunikasi menjadi empat era atau zaman.⁴⁶

Ada empat era komunikasi yang berbeda: komunikasi tertulis, komunikasi media cetak, telekomunikasi, dan komunikasi interaktif. Komunikasi tertulis didahulukan. Dalam hal ini, area media interaktif berisi media segar. Hal ini menunjukkan bahwa meskipun jarak aksesnya cukup jauh, media baru telah menyebabkan munculnya berbagai metode komunikasi dengan orang lain. Mondry membenarkan hal tersebut dengan mengatakan bahwa media berbasis teknologi online yang serbaguna, mudah beradaptasi, dan mampu memadukan peran swasta dan publik juga merupakan media yang memanfaatkan internet.⁴⁷

Sebaliknya, pilihan barang dan media yang tersedia bagi masyarakat umum untuk dibaca atau ditonton terbatas pada masa sebelum adanya internet. Karena hanya beberapa produk terkenal dan disukai banyak orang yang diiklankan dan tersedia untuk dibeli. Namun berkat kemajuan teknologi digital, berbagai situs web di internet menyediakan akses ke produk-produk terkenal dan tidak jelas. Misalnya, sebelum berkembangnya teknologi komunikasi dan informasi, seperti internet, masyarakat dapat mengakses informasi digital atau online dari mana pun mereka berada. Namun, ketersediaan teknologi baru telah memungkinkan

⁴⁶ Karina Garin Oktaviani, Pengembangan Media Surat kabar Jawa Pos Dalam Menghadapi Bisnis Media Di Era Digital, (Skripsi: Univ Bhayangkara Surabaya, 2022), 25.

⁴⁷ Sri Hastjarjo, New Media Teori Dan Aplikasi (Salatiga: Satya Wacana University Press, 2014), M. Chairul Fakhry, Skripsi "Pengaruh Hate Speech Pada Media Sosial Instagram Terhadap Perilaku Cyber-Bullying Mahasiswa Universitas Sumatra Utara". h. 30.

masyarakat mengakses informasi dari berbagai belahan negara atau bahkan seluruh dunia.

Media online, menurut Iswara, berbentuk portal informasi dengan ciri umum seperti update konten cepat, interaktif, personal, kapasitas muat yang dapat diperluas, terhubung dengan sumber lain (hyperlink), dan memiliki kemampuan multimedia. Sementara itu, kombinasi tiga elemen C—komputer dan teknologi informasi, jaringan komunikasi, media digital, dan konten informasi—adalah yang mendefinisikan media baru, menurut Terry Flew.⁴⁸



⁴⁸ P. Vindiyanasari 2018, “media baru dalam studi komunikasi”
https://repository.uksw.edu/bitstream/123456789/20876/2/T1_362015008_BAB%20II.pdf.

BAB III

METODE PENELITIAN

A. Jenis Penelitian

Karena penelitian ini merupakan studi kasus, maka peneliti menggunakan teknik kualitatif dalam konteks ini untuk mengkaji fenomena yang muncul dan mempelajari bagaimana media cetak berjuang untuk tetap eksis di era digitalisasi media. Dalam kata awam, penelitian kualitatif adalah segala jenis penelitian yang makna peristiwa, interaksi, atau perilaku subjek dalam situasi tertentu ditafsirkan oleh peneliti berdasarkan sudut pandangnya, bukan ditentukan oleh prosedur statistik. Berikut beberapa definisi penelitian kualitatif dari para profesional yang cakupannya berbeda-beda.⁴⁹ Desain penelitian khusus ini dipilih karena data dikumpulkan melalui wawancara langsung dengan informan sesuai dengan kriteria autentik. Peneliti mengumpulkan data dari informan pegawai Jawa Pos Radar dengan menggunakan metodologi kualitatif.

Erikson menyatakan bahwa tujuan penelitian kualitatif adalah untuk menemukan dan mendokumentasikan, dengan menggunakan gaya naratif, tindakan yang diambil dan pengaruhnya terhadap kehidupan partisipan.⁵⁰ John Creswell, sebaliknya, mendefinisikan penelitian kualitatif sebagai strategi atau penyelidikan untuk menyelidiki dan memahami suatu fenomena pada inti lokasi penelitian.

⁴⁹ Feny Rita Fiantika, *Metodologi Penelitian Kualitatif*, (Sumatera Barat: PT Global Eksekutif Teknologi, 2023) hal 4.

⁵⁰ Albi Anggito & Johan Setiawan, *Metodologi Penelitian Kualitatif* (Jawa Barat: CV jejak, 2018) hal 7.

Alasan peneliti memilih menggunakan metode ini, sebab adanya permasalahan dari persoalan yang belum jelas dan kompleks. Sehingga, tidak memungkinkan jika pengambilan datanya dilakukan secara kuisioner dan metode berkaitan dengan pendekatan kuantitatif. Jelas, hasilnya tak akan sesuai, sebagaimana yang di maksud oleh Bodgan dan Taylor dalam Meloeng bahwa penelitian deskriptif kualitatif merupakan penelitian yang mendeskripsikan data apa adanya dan menjelaskan data atau kejadian dengan kalimat-kalimat penjelasan secara kualitatif.⁵¹

Saat ini, tim peneliti mengambil perhatian dari permasalahan sosial yang sedang marak dan terjadi di Jawa Pos Radar Jember, sebuah perusahaan media, dimana situasi sosial tersebut ditujukan kepada para staf organisasi tersebut. Strategi ini dipilih karena penelitian bertujuan untuk melihat dan mengumpulkan informasi yang lebih spesifik mengenai upaya menjaga media cetak Jawa Pos Radar Jember tetap hidup dalam menghadapi tantangan media internet. Cara bisnis bertahan adalah subjek utama penelitian ini. Untuk mencapai tujuan penelitian, teknik kualitatif akan menghasilkan data yang lebih komprehensif dan diuraikan secara verbal.

B. Lokasi Penelitian

Tempat dimana peneliti akan melakukan penelitian disebut dengan lokasi penelitian. Karena tujuan dan objek penelitian dibuktikan dengan menentukan lokasi penelitian. Lokasi penelitian berada di Jalan Ahmad Yani 99 Jember di Jawa Pos Radar Jember. Karena Jawa Pos Radar Jember

⁵¹ Lexi J. Moloeng, Metode Peneleitian Kualitatif (Bandung: PT. Remaja Rosdakarya), hal 6.

merupakan organisasi media cetak yang telah berdiri selama 25 tahun dan masih berkembang di era digitalisasi media, maka peneliti melakukan penelitian di Radar Jember.

C. Subyek Penelitian

Informan dan hal-hal terkait berfungsi sebagai subjek penelitian dan sumber data potensial. Strategi purposive sampling digunakan untuk mengidentifikasi subjek penelitian untuk penelitian deskriptif kualitatif. Khususnya metode untuk memilih sumber data dengan mempertimbangkan faktor-faktor tertentu.⁵² Argumennya di sini adalah bahwa individu sasaran akan lebih sadar akan apa yang diharapkan dari mereka. Memang eksplorasi terhadap hal-hal yang akan diteliti oleh peneliti akan difasilitasi oleh salah satu pimpinan tertinggi.

Direktur Jawa Pos Radar Jember Abdul Choliq Baya, General Manager MS. Rasyid, Pemimpin Redaksi Nur Hariri, Manajer Pemasaran Yuyun Sri Wartini, dan Manajer Iklan Eka Rusdiana termasuk di antara informan yang dituju dalam rangka penelitian ini. Pemilihan direktur ini sebagai subyek sebab, pimpinan memiliki tanggung jawab dan pengaruh besar terhadap kemajuan perusahaan media tersebut. Dengan demikian, Pimpinan atau Direktur lebih mengetahui proses kemajuan perusahaan, upaya mempertahankan bahkan oplah yang dihasilkan selama beberapa tahun terakhir.

⁵² Prof. Dr. Sugiyono, Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, Dan R&D (Bandung, Alfabeta cv, 2016) hal 219.

Sedangkan pemilihan informan kepada General Manager sebab, pihaknya bisa memberikan informasi terkait dengan keseluruhan informasi yang ada didalam perusahaan. Baik itu, segi pemberitaan, iklan yang didapat, serta konten berita yang dihasilkan.

D. Teknik Pengumpulan Data

1. Observasi

Observasi menjadi hal paling penting dalam sebuah penelitian kualitatif. Mengamati mencakup penggunaan alat atau gadget, mendemonstrasikan kejadian di lapangan melalui panca indera peneliti, dan mendokumentasikannya untuk alasan ilmiah.⁵³

Kegiatan mengamati atau observasi merupakan aktivitas pengamatan terhadap suatu objek yang dilakukan secara sistematis dan cermat di lokasi penelitian saat berlangsung, dengan mencatat secara runtut soal gejala maupun informasi yang didapatkan. Teknik pengumpulan datanya melalui pengamatan dan pengindraan.⁵⁴

Dengan adanya observasi ini, peneliti dapat mengamati bagaimana para pengelola media cetak Jawa Pos Radar Jember mampu mempertahankan media cetak ditengah digitalisasi media dengan mendapatkan informasi dan data yang valid sesuai yang terjadi dilapangan.

⁵³ John W. Creswell, Penelitian Kualitatif dan Desain Riset. (Yogyakarta: Pustaka Pelajar 2013). Hal 231.

⁵⁴ Muhamad Wasil, Metodologi Penelitian Kualitatif. (Sumatera Barat : PT Global Eksekutif Teknologi 2023). Hal 21.

2. Wawancara

Salah satu metode pengumpulan data atau informasi yang paling krusial untuk penelitian adalah wawancara. Kerlinger mengklaim bahwa ada perbedaan signifikan antara ujian objektif dan skala serta wawancara. Artinya kita akan memperoleh banyak informasi yang relevan dengan kebutuhan kita jika wawancara dilakukan dengan menggunakan daftar pertanyaan yang dipikirkan dengan matang.⁵⁵ Dalam penelitian yang memilih orang sebagai subjek penelitian pada gajah tertentu, wawancara adalah metode penting untuk mengumpulkan data.

Wawancara juga disebut sebagai tahap pencarian informasi yang dilakukan oleh peneliti dan informan didukung oleh alat perekam suara untuk menyimpan informasi yang didapatkan. Wawancara yang dilakukan oleh peneliti ialah kepada pengelola media cetak Jawa Pos Radar Jember melalui wawancara secara langsung.

Adapun data yang ingin didapatkan dari hasil wawancara, yaitu:

- a. Pemanfaatan jalinan kerjasama dan jaringan komunikasi di Jawa Pos Radar Jember
- b. Pemanfaatan kecanggihan teknologi untuk mempertahankan eksistensi Jawa Pos Radar Jember
- c. Penyajian konten media oleh tim Jawa Pos Radar Jember
- d. Pengaruh SDM bagi keberhasilan perusahaan

⁵⁵ Fandi Rosi Sarwo Edi, Teori Wawancara Psikodiagnostik. (Yogyakarta: Leutika Nauvalitera 2016)hal 2.

3. Dokumentasi

Dokumentasi menjadi alat untuk proses pencarian data melalui dokumen seperti catatan, jurnal, foto dan documenter lainnya. Dokumen itu menjadi arsip yang terjadi pada peristiwa atau kejadian tersebut. Menurut Muhammad Wasil dalam bukunya Metodologi penelitian menyebut, jika dokumentasi merupakan sebuah kegiatan dalam bentuk visual.

Dokumentasi yang dilakukan peneliti ialah data pengamatan selama penelitian berlangsung termasuk produk yang dihasilkan di era saat ini, baik itu berupa e-paper, website dan profil Jawa Pos Radar Jember.

4. Analisis data

Analisis data kualitatif dilakukan ketika data empiris dikumpulkan sebagai sekumpulan kata-kata dan bukan nilai numerik. Data penelitian ini berbentuk teks diperluas, bukan perhitungan atau angka, dan dapat diperoleh melalui rekaman (ponsel, kamera, rekaman, dan sebagainya). Biasanya data diolah melalui tahapan seperti pencatatan, pengetikan, dan pengeditan. Pendekatan Miles dan Huberman digunakan dalam penelitian ini untuk membagi teknis analisis data menjadi tiga kategori:⁵⁶

1. Reduksi data (*Data Reduction*)

Reduksi data merupakan, penggolongan, penyederhanaan serta menghapus data yang dianggap tak terlalu penting agar bisa memperoleh sebuah data yang diinginkan dengan permasalahan yang

⁵⁶ Pawito. Penelitian Komunikasi Kualitatif, (Yogyakarta: LKIS, 2007) hal 109.

terjadi didalamnya dan mempermudah peneliti memberikan kesimpulan pada hasil dari yang telah di teliti.

2. Penyajian data (*Data Display*)

Penyajian data merupakan kumpulan data yang teroganisir, tersusun secara sistematis untuk dipahami. Penyajian data ini dapat berupa teks, kalimat, bagan, grafik, ataupun matrik. Dengan penyajian data tersebut maka peneliti dapat dengan mudah melakukan langkah selanjutnya.

3. Kesimpulan (*verification*)

menarik kesimpulan dalam penelitian kualitatif adalah tinjauan ulang terhadap data yang didapatkan peneliti berdasarkan fakta dilapangan. pada penelitian ini, peneliti mampu memberikan deksripsi apabila terdapat temuan – temuan baru yang tidak dijelaskan sebelumnya. Maka dari itu temuan baru tersebut perlu ditinjau kembali dijelaskan secara gamblang dan runtut dalam tahap kesimpulan.

E. Keabsahan data

Pengecekan kembali data diperlukan untuk mengetahui keasliannya, setelah itu dapat disimpulkan bahwa informasi yang dikumpulkan dapat dipercaya dan valid. Peneliti menggunakan metode triangulasi sumber untuk memvalidasi data..

Metode analisis data yang disebut triangulasi sumber melibatkan perbandingan dan verifikasi informasi yang telah dikumpulkan peneliti.⁵⁷

Triangulasi sumber, menurut Norman K. Denzin, adalah penggabungan banyak teknik untuk mengkaji fenomena atau peristiwa yang terkait dari berbagai sudut.⁵⁸

F. Tahap – Tahap Penelitian

Tahap penelitian merupakan suatu prosedur yang perlu diikuti secara metodis. Panduan ini dirancang sebagai peta jalan bagi para peneliti, untuk memastikan bahwa pemahaman mereka tetap terjaga seiring mereka melangkah menuju tujuan akhir, yaitu temuan penelitian. Tahapan penelitian yang peneliti lakukan adalah sebagai berikut:

a. Tahap pra lapangan

- 1) Penyusunan rencana penelitian
- 2) Pemilihan lokasi penelitian
- 3) Mengurus surat perizinan
- 4) Mendatangi lokasi penelitian
- 5) Memilih informan
- 6) Menyiapkan perlengkapan penelitian

b. Tahap pelaksanaan

- 1) Mempersiapkan diri dan memahami latar belakang perosalan
- 2) Turun langsung ke lokasi
- 3) Menghubungi informan

⁵⁷ Yudin Citriadin, “Metode Penelitian Kualitatif Suatu Pendekatan Dasar, (Mataram: Sanabil 2020), 103.

⁵⁸ Albi anggito dan Johan Setiawan, Metode Penelitian Kualitatif. (Jawa Barat: CV Pustaka 2018) hal 233.

- 4) Menggali data
 - 5) Mengevaluasi data
- c. Tahap penyusunan laporan

Tahapan ini menjadi langkah terakhir bagi peneliti. Peneliti mulai melakukan penyusunan laporan hingga menetapkan hasil penelitian.

Berikut tahapan penyusunan laporan:

- 1) Menganalisis data
- 2) Menyajikan data dalam bentuk tulisan
- 3) Menyempurnakan tulisan dengan revisi data

G. Sistematika Pembahasan

BAB I PENDAHULUAN

Bab ini memberikan gambaran umum tentang isi penelitian, meliputi informasi latar belakang, definisi masalah, tujuan dan manfaat penelitian, serta pembahasan metodis..

BAB II TINJAUAN PUSTAKA DAN KERANGKA TEORI

mencakup penelitian sebelumnya dan teori yang diterapkan yang berkaitan dengan topik tesis yang diajukan.

BAB III METODE PENELITIAN

Jenis penelitian, lokasi, teknik pengumpulan data, definisi istilah, dan analisis yang digunakan semuanya dibahas secara rinci dalam prosedur penelitian.

BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN

Keadaan pelaksanaan penelitian disajikan terlebih dahulu dalam bab ini, diikuti dengan hasil penelitian dan hasil analisis. Kemudian, pendahuluan

yang mengacu pada data mentah dan hasil analisis data secara lengkap dilakukan sebelum memberikan hasil analisis yang dimodifikasi.

BAB V PENUTUP

Bab ini **menyimpulkan** temuan penelitian dan menawarkan rekomendasi berdasarkan temuan tersebut. Kesimpulan dibuat berdasarkan temuan analisis dan subbagian sebelumnya..



BAB IV

HASIL DAN PEMBAHASAN

A. Gambaran Umum Jawa Pos Radar Jember

1. Gambaran Singkat Jawa Pos Radar Jember

Berlokasi di Jalan Ahmad Yani No. 99 Jember, Jawa Pos Radar Jember merupakan perusahaan media cetak yang berdiri sejak tahun 1999 dan telah beroperasi kurang lebih 25 tahun. Bangunan instansi media cetak ini, terdiri dari satu lantai dengan halaman yang luas ditumbuhi dengan tanaman berwarna hijau yang membuat halaman semakin rindang, dilengkapi dengan musholla, tempat parkir dan kamar mandi. Memasuki halaman kantor Jawa Pos Radar Jember, terdapat parkir yang khusus untuk mobil kantor yang diberi payon. Selain itu, di depan pintu masuk kantor Jawa Pos Radar Jember terdapat pos satpam yang dilengkapi dengan meja dan kursi untuk menyambut tamu dan karyawan. Memasuki ruang kantor terdapat ruang *receptionis*, dan ruang tunggu. Di sebelah kiri ruang tunggu terdapat ruang bedadung dengan posisi meja berbentuk bundar yang digunakan untuk kegiatan rapat. Di sebelah ruang bedadung terdapat ruang digital yang hanya dibatasi kaca, dilengkapi dengan peralatan elektronik seperti computer dan lainnya, serta ruangan untuk membuat konten acara yang dihiasi dengan warna cat tembok yang lebih cerah serta gambar bunga montsera. Di utara ruang digital terdapat ruang redaksi dilengkapi dengan komputer untuk wartawan menulis berita. Di tengah – tengah terdapat meja dan kursi bundar untuk menerima tamu dan di dekat pintu keluar terdapat

komputer yang digunakan untuk mengedit *layout*. Keluar dari ruang redaksi terdapat ruang bagi para manager baik itu General Manager dan Direktur Jawa Pos Radar Jember dilengkapi dengan ruangan ber-AC.⁵⁹

Jawa Pos Radar Jember merupakan organisasi media cetak terbesar di wilayah tapal kuda yang memiliki wilayah edar koran di Jember, Lumajang dan Bondowoso. Secara konsisten Jawa Pos Radar Jember mencetak koran hariannya, dengan jumlah eksemplar setiap tahunnya berbeda. Saat ini, perusahaan media cetak tersebut berada dibawah pimpinan Abdul Choliq sebagai direktur utama yang puluhan tahun berkecimpung di dunia itu. Bahkan, kepemimpinan beliau di Jawa Pos Radar Jember mencapai 8 tahun. Lokasi perusahaan ini berada di Jalan Ahmad Yani No.99 Jember, tepat berada di tengah perkotaan.⁶⁰ Daerah yang cukup strategis dan dekat dengan pusat keramaian.

Sebagai media cetak terbesar di Jember, perusahaan tersebut berdiri pada tanggal 16 Juli 1999. Kemudian, tahun 2016 mulai merambah bidang hiburan online dan virtual melalui *radarjember.jawapos.com*. Dan, 3 Maret 2018 *radarjember.id* resmi diluncurkan.⁶¹

Upaya penggunaan media sosial dan media online menjadi jawaban untuk berjuang mempertahankan media cetak lokal di Jember. Ditambah, inovasi baru yang terus digagas dengan mengkonversi koran menjadi media yang bisa diakses lewat platform digital. Atau biasa disebut

⁵⁹ Hasil Observasi Peneliti di Jawa Pos Radar Jember, 13 Mei 2024.

⁶⁰ [Radar Jember contact \(jawapos.com\)](http://radarjember.jawapos.com)

⁶¹ Yuliana Beilia, Strategi Pemasaran Jawa Pos Radar Jember Dalam Mempertahankan Kesistensinya di Era Digital, (Skripsi: UIN Khas Jember, 2024), 48.

dengan e-koran maupun e-paper. Inovasi ini, diharapkan bisa memfasilitasi pembaca dengan semua media yang disediakan Jawa Pos Radar Jember.⁶²

Kantor Jawa Pos Radar Jember terbilang sederhana, namun dibalik kesederhanaan kantor tersebut terdapat peralatan yang mendukung bagi para karyawan, wartawan dan pengelola media. Instansi media cetak ini memiliki staff dan karyawan mulai dari usia muda dengan latar pendidikan yang berbeda – beda serta karyawan yang sudah lanjut usia. Salah satu media cetak terbesar di kawasan tapal kuda adalah Jawa Pos Radar Jember. Jika dirunut selama bertahun-tahun, The Chung Sen mendirikan Jawa Pos pada 1 Juli 1949, awalnya bernama The Jawa Post. Chung Sen saat itu bekerja di bidang periklanan di sebuah bioskop di Surabaya. Ia tertarik untuk meluncurkan korannya sendiri karena ia memasang iklan film di dalamnya hampir setiap hari.⁶³

Ia mendirikan kembali penerbitan berbahasa Mandarin dan Belanda menyusul kesuksesan The Jawa Pos. Bisnis surat kabar Chung Sen bukannya tanpa kesulitan. Omset Jawa Pos turun drastis pada tahun 1970-an. Pada tahun 1982, hanya ada 68.000 eksemplar yang beredar. Surat kabar lain juga telah mengajukan kebangkrutan untuk sementara waktu. Chung Sen menjual Jawa Pos pada usia 80 tahun karena tidak mampu lagi mengelola usahanya dan ketiga anaknya yang telah memutuskan untuk tinggal di London..

⁶² Abdul Choliq, Direktur Jawa Pos Radar Jember, wawancara, 13 Juni 2024.

⁶³ Jawa Pos Radar Jember, *Company Profile Radar Jember*, (Jember, 2024).

Pada tahun 1982, Jawa Pos diambil alih oleh Eric FH Samola, yang merupakan direktur utama PT Grafity Pers dan penerbit majalah Tempo. Erik menugaskan Dahlan Iskan, mantan Kepala Biro Tempo Surabaya, untuk memimpin Jawa Pos dengan menggunakan manajemen baru. Jawa Pos terus berkembang cukup pesat di bawah arahan Dahlan Iskan hingga mencapai 450.000 eksemplar. Setelah itu, Jawa Pos News Network (JPNN), salah satu jaringan surat kabar terbesar di Indonesia dengan 120 surat kabar, tabloid, majalah, dan lebih dari 40 jaringan percetakan, didirikan lima tahun kemudian. Radar dipasang di berbagai wilayah untuk meningkatkan kedekatannya dengan pembaca. Salah satu radar tersebut adalah Radar Jember.⁶⁴

Berikut beberapa radar yang ada di sejumlah daerah :

- a. RADAR JEMBER (Jember), memiliki edar di Jember, Lumajang, dan Bondowoso.
- b. RADAR BANYUWANGI (Banyuwangi), beredar di Banyuwangi dan Situbondo.
- c. RADAR BROMO (Kota Probolinggo), beredar di Pasuruan dan Probolinggo.
- d. RADAR MALANG (Kota Malang), beredar di Malang dan Batu.
- e. RADAR MOJOKERTO (Mojokerto), beredar di Mojokerto.
- f. RADAR JOMBANG (Jombang) beredar di Jombang.
- g. RADAR KEDIRI (Kota Kediri), beredar di Kediri dan Nganjuk.

⁶⁴ Jawa Pos Radar Jember, *Company Profile Radar Jember*, (Jember, 2024).

- h. RADAR TULUNGAGUNG (Tulungagung), beredar di Tulungagung, Trenggalek, dan Blitar.
- i. RADAR BOJONEGORO (Bojonegoro), beredar di Bojonegoro, Tuban, Lamongan, dan Blora.
- j. RADAR MADIUN (Kota Madiun), beredar di Madiun, Ngawi, Magetan, Ponorogo, dan Pacitan.
- k. RADAR MADURA (Bangkalan), beredar di Pulau Madura.
- l. RADAR SURABAYA (Surabaya), beredar di Surabaya, Gresik dan Sidoarjo.
- m. RADAR BALI (Denpasar), beredar di Pulau Bali.
- n. BALI EKSPRES (Denpasar), beredar di Bal.
- o. RADAR SEMARANG (Kota Semarang), beredar di Semarang, Salatiga, Demak, Kendal, Batang, dan Pekalongan.
- p. RADAR SOLO (Kota Surakarta), beredar di eks Karesidenan Surakarta (Surakarta, Boyolali, Klaten, Sukoharjo, Karanganyar, Sragen, dan Wonogiri).
- q. RADAR KUDUS (Kudus), beredar di Kudus, Pati, Jepara, Grobogan, Rembang, dan Blora.
- r. RADAR JOGJA (Jogja), beredar di Klaten, Sleman, Magelang, Purworejo, Kebumen, Temanggung, dan Wonosobo.

Ada sejumlah kota di mana radar dikelola secara mandiri. Setiap manajemen radar menangani perekrutan jurnalis dan staf secara individual. Salah satu surat kabar terbesar di kawasan Tapal Kuda adalah Radar Jember

yang tersebar di tiga kabupaten, yakni Jember, Lumajang, dan Bondowoso, dengan oplah harian sebanyak 20.000 eksemplar.

Selain itu, Radar Semeru menggantikan Lumajang sebagai nama halamannya sejak 20 Mei 2014. Tadinya hanya satu halaman, kini menjadi dua. Hal ini berarti masyarakat Lumajang, khususnya di Kota Pisang dan kawasan Tapal Kuda, lebih banyak menerima berita lokal. Giliran halaman Bondowoso bertambah menjadi dua halaman dan mengadopsi nama Radar Ijen pada 22 Desember 2014.⁶⁵ Alhasil, Jawa Pos Radar Jember kini dimanfaatkan untuk memajukan ranah korporat dan bisnis. Surat kabar ini menawarkan solusi kepada pembacanya selain informasi yang memuat berita nyata. Jawa Pos Radar Jember, surat kabar terbesar, berupaya memberikan pertimbangan rubrikasi halaman. dan segmentasi pasar termasuk olahraga, gaya hidup, dan pendidikan juga ditampilkan.

Konten Jawa Pos Radar Jember terdiri dari 12 halaman apabila mendapat pesanan dari klien atau liputan khusus. Tiap hari *weekend* yaitu sabtu dan minggu terbit delapan halaman. Dimana dalam setiap halaman menyajikan berita menarik di wilayah Jember, Lumajang dan Bondowoso. Setiap penyajian halaman pemberitaan dikemas dengan tata bahasa yang luwes serta berita yang menarik bahkan penyajian foto dan desain yang mendukung. Rubrik di halaman Jawa Pos Radar Jember berkembang mengikuti zaman sehingga mengetahui selera pembaca. Halaman utama berisi berita politik, pemerintah, kesehatan dan berita yang menarik dikemas

⁶⁵ Jawa Pos Radar Jember, *Company Profile Radar Jember*, (Jember, 2024).

dengan perwajahan yang bagus. Karena diibaratkan, halaman depan sebuah etalase yang pasti dilihat oleh pembaca.⁶⁶

2. Struktur Organisasi Jawa Pos Radar Jember⁶⁷

Direktur : Abdul Choliq Baya

General Manager : MS Rasyid

Pemimpin Redaksi : Nur Hariri

Redaktur : - Hafid Asnan

- Dwi Siswanto

Staff Redaksi : - Muhammad Sidkin Ali

- Yayan Dwi Nugroho

- Maulana

- Jumai

- Mega Silvia

- Ilham Wahyudi

- Azqal Azqiyah

Editor Bahasa : Imron Hidayatullah

Fotografer : Jumai, Dwi Siswanto

Percetakan & Grafis : - Tri Joko Santoso (Koordinator)

- Bobby Pramudya

- Reza Oky Arjinansyah

- Maulana Ij'al

Pengembangan Usaha : - Linda Harsanti (Manager)

⁶⁶ *Ibid*, hal. 5

⁶⁷ *Ibid*, hal. 6

- Anton Nuriyanto

- Sukijan

- Yosi Junaidi

Admin Koran : Khoirini Ar Roziana

Keuangan : - Nurma Latifa (manager)

- Citra Indah Palupi

Perpajakan : Nidia Arlini Damayanti

Iklan : - Eka Rusdiana(manager)

- Henky Kurniawan

- Geshella Atika Sire

Admin Iklan : Linda Harsanti

Konsultan Hukum : Jani Takarianto, Prihantono

Ombudsman : Mochammad Dawud, Daris Wibisono, Eko
Romadhon

Jawa Pos Radar Semeru



Manager : Abdul Hafid Asnan

Wakil Manager :Atieqson Maret Iqbal

Staff Redaksi : Atieqson Maret Iqbal, M. Hasby

Adminitrasi : Ika Anggraini

Digital : Boby Pramudya

Jawa Pos Radar Ijen

Jawa Pos
Radar Ijen

Manager : Narto
 Wakil Manager : Didik Supriyanto
 Staf Redaksi : Ahmad Faqih, Hilmi Baskoro
 Adminitrasi : Anisa Suci Ramadhan.

Radar Jember Digital

Pemimpin Redaksi : Nur Hariri
 Redaktur : M. Ainul Budi
 Staf Redaksi : Viona Alvioniza
 Konten Kreator : Ivona Anggun
 Presenter/Host : Viona Alvioniza
 Videografer/Editor : Mat Hari

3. Logo Jawa Pos Radar Jember

Jawa Pos
RADAR JEMBER

B. Hasil Penelitian

Berdasarkan hasil pengamatan peneliti, hasil wawancara bersama Manager Pemasaran, Pimpinan Redaksi, Manager Iklan, General Manager, dan

Direktur Jawa Pos Radar Jember, serta hasil kajian dokumentasi mengenai beberapa fokus penelitian ini, berikut ini dijelaskan secara jelas dalam tiga rumusan hasil penelitian.

1. Bagaimana strategi media cetak Jawa Pos Radar Jember untuk bertahan ditengah digitalisasi media.

Dewasa ini, membuat perusahaan media cetak Jawa Pos Radar Jember dituntut untuk selalu berinovasi dengan sumbangan ide-ide kreatifnya dari para orang-orang yang terlibat di dalamnya. Maka sesuai observasi di Jawa Pos Radar Jember menjelaskan bahwa terdapat beberapa faktor pendukung dalam mempertahankan eksistensi Jawa Pos Radar Jember di tengah-tengah pergulatan media digital saat ini.

- a. Sumber Daya Manusia (SDM) yang Mumpuni dan Berinovasi

Komponen terpenting bagi manajer dalam menjalankan suatu bisnis atau organisasi adalah sumber daya manusia (SDM). Suatu organisasi memerlukan sumber daya manusia untuk mengelola sistem agar dapat mencapai tujuannya. Keberhasilan bisnis dapat dibantu oleh sumber daya manusia yang efektif. Namun, sumber daya manusia yang tidak kompeten dapat menimbulkan masalah bagi bisnis. Orang-orang di perusahaan adalah sumber dayanya yang paling penting. Harta kekayaan perusahaan baik yang hidup maupun yang hidup berdampingan dengan benda mati, seperti bangunan, mesin, persediaan,

dan perlengkapan kantor.⁶⁸ Peneliti menemukan bahwa aset SDM Jawa Pos Radar Jember memiliki keunikan tersendiri, sehingga memerlukan manajemen editorial yang berbeda di samping pengelolaan aset lainnya. Hal ini agar dapat tertangani dengan baik dan memajukan tujuan perusahaan. Aset tersebut memiliki perasaan, perilaku, dan pikiran yang dinamis. Direktur Radar Jember menyatakan:

“SDM itu harus muda ya sekarang pengetahuannya update, dengan kemampuan membaca dan keinginan membaca kalau sudah, kita ajak diskusi dan bahas program. Membaca peluang pasar dan pembaca. Kenapa harus muda? Staminanya double. Kalo pengalaman yang senior oke, tapi stamina anak muda dibutuhkan sekarang ini. Makanya kita kemaren merekrut redaksi-redaksi muda kalau bisa bergabung dengan divisi lain ya bakal diambil (direkrut).”⁶⁹

Tidak bisa dipungkiri memang sumber daya manusia perusahaan dan organisasi media cetak di tengah arus digitalisasi saat ini harus bisa mendinamisasi pengetahuan dan perkembangan trend masyarakat. Hal ini dinyatakan oleh Manager Pimpinan Redaksi Jawa Pos Radar Jember berikut ini.

“Masyarakat muda itu bukan generasi koran, tapi mau ndak mau harus dan dipaksa untuk menikmati koran. Jadi itu yang kita harapkan. Kondisi bisnis kita ini sudah menyelam dan kemasukan air. Jadi kita harus siap-siap jadi penyelam. Harus bisa menikmati. Apalagi dengan banyaknya karyawan muda, diharapkan bisa menambah sumbangsih ideh dan gagasan yang inovatif, dan memiliki kretifitas yang tinggi.”⁷⁰

⁶⁸ Istijanto Oei, *Riset Sumber Daya Manusia Cara Praktis Mengukur Stres, Kepuasan Kerja, Komitmen, Loyalitas, Motivasi Kerja dan Aspek – Aspek Kerja Karyawan lainnya* (Jakarta: PT Gramedia Pustaka Umum, 2005). Hal 8.

⁶⁹ Abdul Choliq, Direktur Jawa Pos Radar Jember, *Wawancara*, 13 Mei 2024.

⁷⁰ Nur Hariri, Pimpinan Redaksi Jawa Pos Radar Jember, *Wawancara*, 11 Mei 2024

Tidak mudah menggerakkan sumber daya manusia dengan berbagai karakteristik kepala dan pemikiran yang berbeda. Namun, untuk bisa menciptakan stabilisasi keberadaan media cetak untuk masyarakat global saat ini, sumber daya manusia organisasi menjadi tonggak penggerak keberhasilan redaksi yang bisa mengimbangi berita-berita media online saat ini. General Manager Jawa Pos Radar Jember juga menyampaikan hal serupa, yakni:

“Berita yang ada di media online saat ini itu menjadi informasi publik yang secara gampang dan mudah ditemukan. Para SDM di sini juga pengguna internet. Jadi di lain sisi kami sebagai konsumen, kami juga harus bisa menjadi produsen lebih-lebih menjadi inovator dan developer dari berita-berita media online tersebut. Bukan hanya sebagai penikmat, tapi kami bekerja atas informasi, atas berita, yang menuntut menjadi pengamat atas keberadaan berita tersebut. SDM kami benar dari semua usia ada, cuma yang mendominasi panggung redaksi harus berjiwa muda sehingga selalu bisa berinovasi dan beradaptasi dengan media online. Ketika eranya saat ini serba online, kami sudah mempersiapkan. Bahkan, jauh-jauh hari pun mulai menggagas pembentukan media online. Dan hari ini pun akhirnya terus terlaksana.”⁷¹

Sesuai beberapa hasil penelitian di lapangan dan hasil yang langsung di tanyakan ke narasumber yang telah di lampirkan menunjukkan bahwa pergulatan informasi media cetak dengan media online tidak bisa terelakkan. Namun, sumber daya manusia Jawa Pos Radar Jember membuat pergulatan tersebut bisa teratasi meskipun tetap tidak bisa mengalahkan popularitas informasi media online. Sumber daya manusia Jawa Pos Radar Jember berusaha menjadi garda terdepan dalam mengemas, menginovasi, dan menampilkan kreativitas tinggi

⁷¹ M. S. Rasyid, General Manager Jawa Pos Radar Jember, *Wawancara*, 13 Mei 2024.

dalam menyajikan informasi dan wawasan dengan sisi berbeda dari media online.

b. Eksistensi Koran sebagai Referensi dan Sumber Berita

Menurut hasil observasi peneliti, sebagian besar sumber berita yang ada di internet, tidak mempunyai kedelaman dan keleluasaan berita yang terdapat dalam media cetak. Namun, dalam digitalisasi media, dunia jurnalistik mulai mengalami perubahan. Perubahan ini bisa dirasakan dengan sangat cepat, yang dapat menyebabkan orientasi masyarakat dapat terpengaruh. Kemajuan teknologi tersebut dan digitalisasi media nampaknya memberikan *impact* internal bagi perusahaan media cetak serta *impact* eksternal dalam bidang pendidikan, politik, ekonomi dan lain sebagainya. Berikut ini pernyataan dari divisi Pemasaran:

“Kita bikin berita yang tidak mudah basi yang menjadi referensi, dan trend bagi pembaca. Jadi dua-tiga hari masih layak untuk dibaca. Jadi kita ambil anggel lain yang lain daripada berita yang lain. Kami juga menggelar kegiatan yang bisa mengundang banyak pembaca, seperti dari kalangan komunitas, organisasi dan lainnya.”⁷²

Manager Iklan juga mengungkapkan dalam wawancaranya.

“Jadi kalau ambil sumber sebuah informasi mesti ambil dari media cetak (koran). Kalau dulu kejar-kejaran berita, *news valueing*, kalau sekarang bukan itu yang jadi nomer satu. Sekarang itu harus bisa penting dan menarik untuk dibaca. Makanya perlu pengambilan tema yang sesuai dan sedang tren.”⁷³

Pimpinan Redaksi pun menyatakan:

“Terus terang media cetak tetap bagaimanapun tetap tergerus, tapi harus bisa bertahan juga. Artinya media cetak sekarang itu kan tetap saingannya media-media online apalagi media sosial. Media

⁷² Yuyun Sri Wartini Pemasaran Jawa Pos Radar Jember, *Wawancara*, 11 Mei 2024.

⁷³ Eka Rusdiana Manager Iklan Jawa Pos Radar Jember, *Wawancara*, 11 Mei 2024.

sosial itu benar memang informasi didapat secara cepat, Cuma kan sumbernya benar tidaknya berita tersebut dan tidak bisa dipertanggungjawabkan. Koran bisa dijadikan sumber berita, cuma ya, akhirnya kita tetap harus bertahan. Caranya dari segi pemasarannya itu, pasarnya (peminatnya) banyak juga sih biasanya kalangan tertentu masih fanatik akan media cetak. Karena dari beberapa kali kita survei, kalau ditanya kemaren beberapa pelanggan masih mengungkapkan kalau manfaatnya bagus, infomasinya bagus, apalagi kalau radar sendiri dipercaya untuk kevalidan infomasinya.”⁷⁴

Ada beberapa dampak negatif dari maraknya berita-berita media online saat ini, hanya saja disayangkan sumber berita kadang tidak disebutkan bahkan dipalsukan. Hal ini menjadi miris sekali dengan menghalalkan suatu peristiwa yang dikemas tanpa tahu kebenaran dan sumbernya. Hal ini yang menjadi keuntungan bagi koran (media cetak) sebagai salah satu surat kabar dan bacaan yang mengedukasi pembaca bahwa sumber dan kebenaran informasi perlu disertakan.

c. Reward bagi Karyawan, Agen, Loper, hingga Pelanggan

Hasil kerja di sebuah organisasi atau perusahaan menjadi jawaban terhadap berhasilnya atau tidak tercapai tujuan yang sudah diputuskan. Kinerja seorang karyawan menjadi tugas individu, lantaran setiap tugas karyawan memiliki tingkat kemampuan yang berbeda untuk melaksanakan setiap tugas yang diemban. Kurangnya kinerja karyawan membuat *impact* yang jelek untuk perusahaan contohnya mengalami rasa malas untuk bekerja, jarang ke kantor, tidak tepat *deadline*, kedisiplinan menurun. Hal ini, bukan semata – mata kesalahan dari setiap karyawan, melainkan perlu adanya perhatian khusus dari pimpinan. Sehingga, tercipta suasana kerja

⁷⁴ Lintang Aris, Pimpinan Redaksi Jawa Pos Radar Jember, *Wawancara*, 12 Januari 2021

yang nyaman.⁷⁵ Jawa Pos Radar Jember tidak hanya mementingkan keberadaan karyawan sebagai sumber daya manusia yang berpengaruh terhadap kepentingan organisasi bahkan kepada perusahaan. Agen, looper, hingga pelanggan menjadi pihak-pihak yang berkepentingan yang juga perlu diperhatikan kenyamanannya dalam menjalin kerjasama. Maka dari itu kinerja maupun kerjasama oleh Jawa Pos Radar Jember ditingkatkan dengan memberikan motivasi dan *reward*/penghargaan, sebagai contoh memberikan respek dan penghargaan yang baik antar pihak. Sebagaimana pendapat dari Direktur Radar Jember menjelaskan:

“Motivasi untuk looper ya reward-reward itu. Misalnya dengan pemberian semacam beras, jas hujan, rompi, dan sebagainya. Reward dilakukan setiap ada program. Biasanya untuk looper pasti itu hari raya, dan agen juga dapat. Kalo untuk pelanggan ya reward-reward itu berupa souvenir. Dari agen hingga pelanggan ada reward. Jadi rewardnya merata.”⁷⁶

Manager pemasaran juga menerangkan:

“Kita memberi reward kepada agen, looper, dan pelanggan. Paling lama berlangganan atau yang pelanggan baru sekalipun. Rewardnya macam-macam. Rata-rata souvenir, buku-buku agenda, payung, jas hujan. Pada intinya, kami mengapresiasi semuanya. Sebab, karena mereka semua perusahaan ini masih bertahan dan tetap dicari.”⁷⁷

Sebagai bagian dari proses, kepemimpinan dan direksi difokuskan kepada apa yang dilakukan seorang pemimpin, yakni sebuah proses dimana seorang pemimpin bisa mempengaruhi karyawannya untuk memperjelas tujuan organisasi atau perusahaan tersebut. Penting bagi

⁷⁵ Istijanto Oei, *Riset Sumber Daya Manusia Cara Praktis Mengukur Stres, Kepuasan Kerja, Komitmen, Loyalitas, Motivasi Kerja dan Aspek – Aspek Kerja Karyawan lainnya*, hal. 9

⁷⁶ Abdul Choliq, Direktur Radar Jember, *Wawancara*, 13 Mei 2024

⁷⁷ Yuyun Sri Wartini, Manager Pemasaran Jawa Pos Radar Jember, *Wawancara*, 11 Mei 2024.

seorang pemimpin untuk untuk mempertimbangkan kualitas kinerja sumber daya manusia (SDM), misalnya salah satunya ialah berupa *reward*. Hal ini penting karena hasil yang dikerjakan lebih ternilai. General Manager menyebutkan:

“Sebuah perusahaan yang dengan jumlah karyawan yang banyak, mengelola sumber daya manusia bukan perkara mudah. Perbedaan *jobdesk*, tingkat jabatan, latar belakang pendidikan, status keluarga dan status sosial akan melandasi perbedaan dalam mengelola karyawan. Radar Jember salah satu industri perusahaan media massa lokal dengan jumlah karyawan yang banyak, kurang lebih ada sekitar 40 staff dan karyawan. Mengelola sumber daya manusia sebanyak itu, tentu harus melihat psikologis dari masing-masing SDM. Namun, berdasarkan hasil pengamatan saya, pimpinan Radar Jember mampu memperlakukan sama dalam setiap sumber daya manusia yang ada.”

Artinya, pengamatan peneliti menggambarkan mereka (para pemimpin divisi) tidak memandang perbedaan karyawannya dengan posisinya masing-masing untuk tetap memberikan motivasi, dedikasi, semangat kerja yang tinggi bahkan pimpinan memberikan *reward* kepada seluruh karyawan bahkan loper yang mampu bekerja dengan sebaik mungkin. Contohnya *reward* diberikan kepada satpam karena mereka telah berhasil menjaga keamanan dengan sebaik mungkin, selalu tepat waktu dan memberikan pelayanan yang terbaik kepada semua karyawan. *Reward* yang diberikan, berasal dari para karyawan dengan memberikan uang seikhlasnya.

Tak hanya itu, juga masih banyak *reward* lain yang bisa didapatkan oleh karyawan. Hal ini sesuai dengan hasil wawancara yang disampaikan oleh Manager Iklan :

“Untuk menambah semangat kerja karyawan, biasanya kita selalu memberikan motivasi setiap minggunya dengan melakukan briefing setiap hari senin pagi tepatnya pukul 08.00 – 09.00 WIB. Memberikan motivasi untuk terus semangat bekerja, dan jika ada karyawan yang semangat kerjanya mulai luntur kita beri motivasi. Selain itu, kita sering memberikan *reward*/system penghargaan kepada karyawan yang memiliki kinerja baik. Memberikan *reward* ternyata mampu menjadi penyemangat para staff karyawan untuk terus semangat bekerja, selain itu mereka merasa puas dan dihargai karena kerja kerasnya selama ini tidak sia-sia. Meskipun *reward* itu nggak banyak, tapi jika intens dilakukan mungkin dampaknya positif.”⁷⁸

Menilai dari pengamatan dan wawancara yang sudah dilakukan, menampilkan suatu kondisi dimana semua pihak yang berkepentingan dan terlibat dimulai dari pimpinan, karyawan, agen, loper, hingga pelanggan ditunjukkan hubungan saling memberi dan respek satu sama lain. Pemberian *reward* contoh kecilnya. Tujuan pemberian *reward* ini memudahkan jalinan kerjasama antar pihak dan meningkatkan kultur kinerja yang selalu produktif dengan baik.

d. Inovasi internal ASSSIC-RJ

Demi mempertahankan perusahaan media cetak yang masih melenggang namanya, Jawa Pos Radar Jember melakukan terobosan dan inovasi baru bagi internalnya. Salah satunya, dengan sistem aplikasi digital bernama *Accurat, Solid, Speed, Smart, Inovatif, Creative* (ASSSIC-RJ).⁷⁹ Sistem ini diluncurkan pada tahun 2021 lalu. Sebelumnya, sudah dilakukan uji coba selama satu bulan untuk mengukur tingkat efektivitas dan

⁷⁸ Yuyun Sri Wartini, Manager Iklan Jawa Pos Radar Jember, *Wawancara*, 12 Januari

⁷⁹ [Radar Jember Makin Keren. Semua Diatur Serba Digital - Radar Jember \(jawapos.com\)](http://radarjember.com)

keberhasilan sistem tersebut. Alhasil, tidak lama dari masa percobaan, langsung diluncurkan pada bulan Maret.

Aplikasi ini, dirancang khusus untuk mengukur tingkat kinerja karyawan Jawa Pos Radar Jember. Bukan hanya soal kehadiran karyawan, melainkan banyak menu yang tersedia. Baik itu, order iklan, order koran, bahkan pengiriman berita bisa melalui aplikasi tersebut. Tujuannya, agar bisa terorganisir sehingga semua kebutuhan pemberitaan dan pemasaran ada didalamnya.

Termasuk, beberapa divisi lainnya yang saling berkaitan secara otomatis akan mendapatkan notifikasi order iklan dan koran. Begitu pun, pengiriman berita bisa diakses semua redaktur. Agar bisa masuk dapur redaksi hingga berita tersebut siap untuk diterbitkan. Hal ini sesuai dengan yang disampaikan Direktur Radar Jember :

“Saat ini sistem manajemen sudah diatur, bukan hanya segi keuangan dan Sumber Daya Manusianya. Tetapi juga sistem internal keredaksian untuk koran juga dikelola secara virtual. Wartawan langsung mengirimkan berita lewat aplikasi ASSSIC, beserta foto, dan naskahnya. Kemudian redaktur langsung mengeditnya untuk diterbitkan di koran.”⁸⁰

General Manager Radar Jember juga menyampaikan :

“Hadirnya aplikasi tersebut bukan hanya untuk memudahkan karyawan. Namun dapat mengukur kinerja mereka, dan bukan juga untuk mengawasi.”⁸¹

Dalam artian, adanya aplikasi tersebut bisa melihat seberapa tinggi kinerja yang dihasilkan selama mengabdikan diri di Jawa Pos Radar

⁸⁰ Abdul Choliq, Direktur Radar Jember, *Wawancara*, 13 Mei 2024

⁸¹ MS. Rasyid, GM Jawa Pos Radar Jember, *Wawancara*, 13 Mei 2024

Jember. Pengelola, bisa melihat pekerjaan apa sudah dilakukan dalam satu hari. Lengkap dengan adanya google maps yang bisa mengetahui keberadaan karyawan.

Hal ini sesuai dengan pernyataan Direktur Radar Jember:

“Harapannya budaya kerja setiap karyawan menjadi lebih disiplin dan efisien. Karena setiap pekerjaan akan tercatat dan bisa dilihat di aplikasi tersebut. Aplikasi ini menjadi sistem manajemen informasi. Untuk menguatkan komitmen karyawan dan lebih giat lagi dalam bekerja.”⁸²

2. Upaya Para Pengelola Mempertahankan Media Cetak Jawa Pos Radar Jember di Tengah Perkembangan Teknologi Digital Media

Jawa Pos Radar Jember, salah satu dari sedikit surat kabar yang masih terbit di Tapal Kuda, adalah sumber utama bagi pemilik usaha yang ingin mengiklankan barang dan jasa mereka. Pemerintah bekerja sama untuk memajukan potensi tempat yang dimilikinya dan melakukan langkah signifikan dalam meraih peluang pasar dengan bermitra dengan berbagai pelaku komersial dan entitas swasta. Era digital masa kini telah menyebabkan bangkitnya media online sebagai salah satu pembawa informasi. Namun keberadaan media online menggerus eksistensi media cetak. Maka, Jawa Pos Radar Jember menggalang upaya dalam mempertahankan media cetak (koran) Radar Jember di tengah Perkembangan Teknologi Digital Media saat ini. Di antaranya, dijelaskan pada deskripsi di bawah ini.

⁸² Abdul Choliq, Direktur Radar Jember, *Wawancara*, 13 Mei 2024

a. Membuat Terobosan Program-Program Inovatif dan Kreatif

Salah satu program yang sering dijalankan Jawa Pos Radar Jember adalah penyelenggaraan acara yang bekerjasama dengan beberapa pihak lokal dan nasional. Melalui kegiatan ini, pihak pengelola dapat mempererat hubungan dengan pelaku usaha dan memperluas jaringan kolaborator guna memberikan edukasi pasar yang berkualitas. Sejauh ini, kerja sama telah terjadi di sejumlah industri, antara lain perbankan, perhotelan, elektronik, real estate otomotif, telekomunikasi, dan lain-lain.⁸³ Dengan melihat fakta, event ini dapat dikatakan efektif mampu meningkatkan penjualan dan *branding image* baik bagi perusahaan mitra maupun bagi Jawa Pos Radar Jember tersendiri.

“Program yang dibuat itu dari dua pihak, dari divisi pemasaran dan iklan, dan program dari divisi koran dan event. Program yang digelar oleh divisi pemasaran dan iklan yakni memberikan kaos jersey setelah 3 bulan langganan. Itu salah satu strategi kita menarik pelanggan baru. Sementara kerjasama divisi koran (redaksi) dan event misalnya gunting kupon, lomba foto genic dimuat di koran secara otomatis kan harus beli koran kan nanti. Formulir lomba-lomba lainnya yang dimuat di koran sehingga siapa yang berminat dengan lomba membeli dan membaca koran. Ada juga program jurnalistik dengan menyasar siswa tingkat SMP maupun SMP. Dari divisi redaksi nanti akan mengisi materinya. Kemudian kami lakukan pemberitaan di koran kegiatan tersebut.”⁸⁴

Manager Iklan menjelaskan:

“Ada program kupon yang berhadiah sepeda, tv bagi pelanggan atau masyarakat umum. Jadi kupon ada di dalam koran. Kalau minat baca sudah menurun (saat ini), kita siasati dengan adanya

⁸³ Comperi profile Jawa Pos Radar Jember, 2024

⁸⁴ Nur Hariri, Pimpinan Redaksi Jawa Pos Radar Jember, *Wawancara*, 13 Mei 2024

kupon di dalam koran tersebut itu. Jadi kalau ndak beli atau ndak baca ndak bakal tau kalau ada kupon di dalam koran. Jadi potongan koran tersebut bisa dituker dengan voucher-voucher hadiah. Program ini di tahun 2024 masih berlaku. Bahkan hadiahnya 1 unit motor yamaha yang bisa dibawa pulang pelanggan. Sistemnya sama, mereka harus membeli kupon yang ada di dalam koran.”⁸⁵

Selain program pemasaran dengan kupon tersebut, secara redaksional, media cetak milik Jawa Pos Radar Jember dikemas dengan program atau konsep bacaan yang menggugah perhatian pembaca dan desain grafis menarik layaknya majalah seperti konsep bacaan “Rame-Rame” yang menyuguhkan naturalistik hobi-hobi atau trend komunitas saat ini.



Gambar 4.1 Konsep Bacaan Rame-Rame

Mengenai hal tersebut, Manager Pemasaran menerangkan:

“(Koran) Dipublikasikan ke dalam konten. Koran yang isinya kayak majalah tapi dalam pembahasan isinya. Jadi ada perbedaan dengan medsos. Dan model jurnalistiknya, jurnisme sinergi ini kita bisa melibatkan audiens untuk cari-cari atau mengemas berita. Caranya begini, misalkan kita ada banyak terkait kerjasama iklan, ketika bikin konten minta buat diskusi dengan mereka, boleh mengusulkan dan pertimbangkan betul. Misal kita punya dulu program “rame-rame atau maen” itu terkait dengan hobi atau trend dan komunitas. Terlibat itu, kita kerjasama dengan mereka. Karena situasi sudah berbeda, jadi kita

⁸⁵ Eka Rusdiana, Manager Iklan Jawa Pos Radar Jember, *Wawancara*, 13 Mei 2024

yang ke mereka. Artinya kami jemput bola ke pelanggan. Bahkan, sempat ada program desa yang kami muat.”⁸⁶

Program bagi pelanggan atau masyarakat umum (pembaca) biasanya diberi kenyamanan dalam berlangganan seperti mendapat jersey. Sementara kenyamanan pembaca secara redaksional penyajian berita media cetak (koran) Jawa Pos Radar Jember ini diberikan kenyamanan dalam tampilan dan pembahasan koran secara edukatif dan kreatif layaknya membaca majalah. Peneliti melihat bahwa berita-berita yang ditampilkan bersumber dari berbagai dokumentasi instansi pemerintahan atau lembaga pendidikan tertentu. Sisi lain Jawa Pos Radar Jember hendak mengedukasi pembaca dengan wawasan pengetahuan dan pengalaman dan sisi lain hendak selalu menjalin hubungan yang baik dengan berbagai instansi pemerintahan terutama yang berlangganan. Hal ini didukung oleh hasil wawancara dengan Direktur Radar Jember di bawah ini.

“Untuk origram blusukan ke sekolah masih kami lakukan. Jadi ada kerjasama antara kita dengan beberapa sekolah yang jadi langganan dengan bisa memasukkan dokumentasi sekolah di koran. Memang terjadi penurunan. Ada program untuk RW-RW dan akan menjalin kerjasama lagi dengan pemerintahan, jadi ada berita eksklusif terus dari pemerintahan. Sehingga semua sektor baik pemerintaha, ekonomi, politik kami kemas jadi satu.”⁸⁷

Media cetak memang menjadi media baca bagi para pembacanya dengan mengandalkan kepercayaan dan kenyamanan dalam membaca. Sehingga dalam penyajian beritanya, Jawa Pos Radar

⁸⁶ M. S. Rasyid, General Manager Jawa Pos Radar Jember, *Wawancara*, 12 Januari 2021

⁸⁷ Abdul Choliq, Direktur Jawa Pos Radar Jember, *Wawancara*, 13 Mei 2024

Jember menampilkan berita yang menjunjung tinggi kode etik kepenulisan, membentuk suatu berita sesuai kepentingan, dan mengilustrasikan berita dengan cara kreatif dan inovatif. Sebagaimana yang dijelaskan secara tegas dari pernyataan General Manager berikut ini.

“Dari redaksional, namanya kebijakan acuannya adalah sesuai aturan kode etik, tetapi semua berita menarik, namun berita bisa diframing karena ada macam-macam kepentingannya. Contohnya, karena ada klien kita (pelanggan) yang ada kena masalah, jadi kita tetep beritakan namun diperhalus dan tidak menggoreng berita secara keras. Penyajian gambar juga disesuaikan dengan trend grafis saat ini. Sejauh ini cetak dapat dan tidak berkurang. Harus kreatif, inovatif, jadi semua redaksi harus bekerja secara ASIK. Akurat, solid, speed, smart, inovatif (kreatifitas), dan komitmen.”⁸⁸

Pernyataan di atas juga ditegaskan oleh pendapat Pimpinan Redaksi Jawa Pos Radar Jember berikut ini.

“Publikasi kita lebih fleksibel. Layout dan tampilan juga mengikuti standar dan mencuri perhatian semakin cepat ditinggalkan. Tampilan desainnya juga ya karena mereka yang tau dan kreatif. Publikasi bukan lagi beritanya yang bagus menurut redaksi, berkacanya harus kepada pembaca. Jurnalis itu harus membuat pembaca benar-benar merasakan. Biasanya kami juga main di judul dan layout agar dibuat yang sesuai.”⁸⁹

⁸⁸ M. S. Rasyid, General Manager Jawa Pos Radar Jember, *Wawancara*, 13 Mei 2024

⁸⁹ Nur Hariri, Pimpinan Redaksi Jawa Pos Radar Jember, *Wawancara*, 11 Mei 2024



Gambar 4.2 Tampilan Media Cetak Radar Jember

Di dasari dari wawancara di atas, menekankan bahwa program-program yang dicanangkan Jawa Pos Radar Jember dilakukan dari dua sisi divisi secara bersamaan dan berdampingan. Divisi pemasaran dan iklan menyodorkan berbagai bentuk kupon, voucher, hingga formulir pendaftaran atas kegiatan menarik dan kompetitif yang bekerjasama dengan beberapa instansi yang berkepentingan. Sementara divisi redaksi dan event menampilkan bacaan secara etis, edukatif, kreatif, dan inovatif. Hal ini ditujukan untuk menarik minat pembaca untuk gemar membaca media cetak (koran) sebagai sumber berita terpercaya dan penikmat bacaan karya lokal sendiri.

Selain itu, adanya rubrikasi khusus yang dibuat agar lebih banyak menggaet banyak pembaca. Terutama, mengangkat persoalan yang kompleks dan bisa dijawab hanya di media cetak Jawa Pos Radar Jember.

“Di redaksi punya spotlight, yaitu halaman yang menyajikan liputan terhadap masalah atau fenomena yang terjadi di masyarakat. Jadi temanya sudah di tentukan. Wartawan bisa

mencari data dengan lengkap dan akna di terbitkan setiap hari senin.”⁹⁰

Selain itu, Jawa Pos Radar Jember mempunyai kemampuan untuk membuat sebuah event. Bahkan, beberapa instansi mempercayakan eventnya di perusahaan media cetak ini. Mulai dari Bank Indonesia, Pemkab Jember, Pemkab Bondowoso, Pemkab Lumajang, KPU Bondowoso, Bea Cukai, PT. KAI, Luwak White Coffe, Decofresh, Honda, Yamaha dan lainnya. Mereka optimis, banyak dampak yang dihasilkan dari sebuah event yang diluncurkan. Meskipun, butuh persiapan yang matang dan koordinasi intens antar pihak terkait sehingga pelaksanaan event bisa berjalan maksimal.

“Karena kemampuan yang kita miliki akhirnya kami mempunyai kepercayaan tersendiri. Event yang dilakukan beragam. Mulai dari lomba batik, mancing, live streaming dengan Bank Indonesia dan masih banyak lagi. Bulan february kemarin sudah terlaksana Jember Obral Gede (JOGED), di tahun ini akan ada RJ award, event basket ada juga senam nutrifood. Bukan hanya di Jember, kabupaten Jember dan Bondowoso juga mempunyai event yang sama.”⁹¹

b. Menyediakan Platform Digital

Media cetak Jawa Pos Radar Jember sendiri, memiliki harga eceran Rp 6.000, untuk langganan Rp 150.000 per bulan sedangkan untuk tarif iklan dimulai dari harga Rp 8 juta untuk 1 halaman full colour kategori bisnis dan pemerintahan hingga harga terendah Rp 275.000 untuk kategori iklan baris. Harga yang ditentukan bukanlah harga yang mahal untuk diminati masyarakat, melihat bahwa harga

⁹⁰ Nur Hariri, Pimpinan Redaksi Jawa Pos Radar Jember, *Wawancara*, 11 Mei 2024

⁹¹ Abdul Choliq, Direktur Jawa Pos Radar Jember, *Wawancara*, 13 Mei 2024

sebuah berita yang dimuar tidaklah mahal jika harus diketahui secara benar kevalidan dan keabsahan datanya. Dibandingkan dengan berita simpang siur dan berseliweran tanpa mengandung referensi informasi yang jelas, media cetak masih menjadi primadona dalam pengambilan sebuah sumber informasi terpercaya.

Sangat disayangkan, melejitnya perkembangan teknologi informasi dan komunikasi, Jawa Pos Radar Jember tentu tidak mau ketinggalan momen tersebut. Salah satu terobosan yang dilakukan ialah dengan membuat platform media sosial yang artinya mentransformasikan diri untuk menggunakan media online. Penguasaan platform media online, menjadi salah satu alternatif mengikuti perkembangan zaman. Jawa Pos Radar Jember pun membuat beberapa platform tersebut seperti Instagram, Facebook, Twitter, Youtube, dan Tiktok. Platform tersebut dikelola dengan baik, dengan membuat konten-konten yang menarik, edukatif dan inovatif sesuai dengan etos redaksi sebagaimana pembuatan media cetak. Selain itu, penyajian berita juga ditayangkan dalam beberapa platform media sosial tersebut. Sehingga dapat dengan mudah masyarakat mengakses berita terbaru dari Jawa Pos Radar Jember.

“Jadi kita manfaatkan multiplatform (media cetak dan media digital). Facebook, twitter, instagram dan itu bisa menghasilkan. Artinya di luar endorsemen, penghasilan dari jumlah penontonnya. Sehingga pendapatannya ada dua.”⁹²

⁹² Yuyun Sri Wartini, Manager Pemasaran Jawa Pos Radar Jember, *Wawancara*, 11 Mei 2024

Platform media sosial Jawa Pos Radar Jember saat ini, sudah banyak dikenal oleh masyarakat luas. Mereka memanfaatkannya untuk menyampaikan informasi kepada masyarakat, menerima informasi dari masyarakat, dan memberikan berita spotlight setiap harinya. Dengan adanya platform media online ini, mampu mempercepat penyampaian informasi dengan respon yang sangat baik dari pembaca. General Manager juga menjelaskan:

“Tetap patokannya teori, nanti kita pilah-pilah. Bedanya dengan informasi yang sudah berkeliaran di masyarakat, apa? Jadi menyajikannya harus eksklusif dan berbeda. Kita ini kan mencoba antara digital dan cetak saling menguatkan. Jadi mengkolaborasikan keduanya, tidak lantas saling memakan.”⁹³

Kemudian, pernyataan Pimpinan Redaksi menyatakan:

“Digital itu fungsinya yang cepet-cepetan nanti. Cetak ini nanti yang akan membuat unggul berbeda.”⁹⁴



Gambar 4.3 Beberapa Platform Digital Jawa Pos Radar Jember

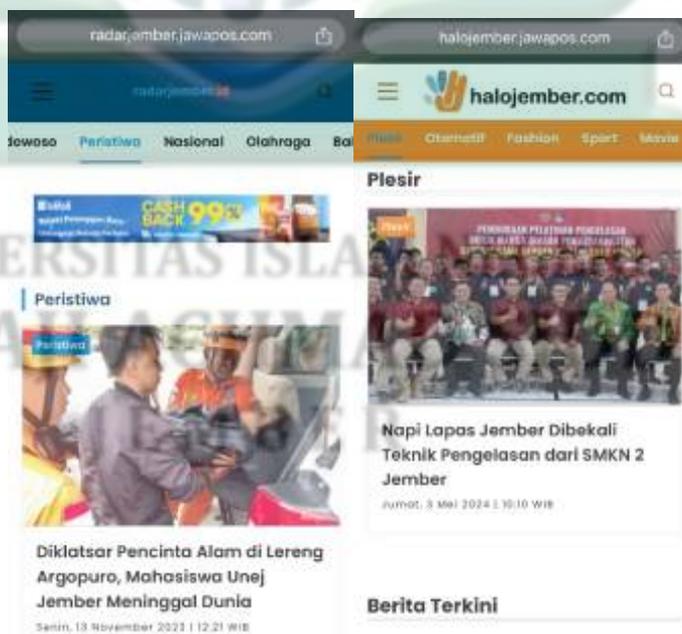
Proses adaptasi, fleksibilitas, dan kreatifitas media cetak memang tidak bisa selamat tanpa ada dukungan dari media online. Adanya platform digital yang dibuat oleh Jawa Pos Radar Jember akan

⁹³ M. S. Rasyid, General Manager Jawa Pos Radar Jember, *Wawancara*, 13 Mei 2024

⁹⁴ Nur Hariri, Pimpinan Redaksi Jawa Pos Radar Jember, *Wawancara*, 11 Mei 2024

memudahkan masyarakat mengetahui bahwa eksistensi media cetak tidak boleh dilupakan sebagai tonggak surat kabar terpercaya pada zaman digitalisasi yang kerap dipenuhi unsur tipu-tipu (hoax).

Terbaru penerbitan media online, melalui sejumlah website yang digagas diharapkan mampu menjadi pesaing media lainnya. Dalam artian, Jawa Pos Radar Jember memiliki sejumlah laman website yang bisa dibaca. Sejauh ini, sudah banyak pembaca yang mulai familiar dengan keberadaan lama website tersebut. Terbukti pembacanya terus meningkat, dengan total pageview radarjember mencapai 652.351. Artinya performa Jawa Pos Radar Jember berada di urutan ke 4 dari radar lainnya.



Gambar 4.4 Website Jawa Pos Radar Jember

Tak hanya itu, saat ini bentuk media cetak atau koran dikonversi menjadi digital. Artinya, pembaca tak hanya bisa membaca

melalui kertas yang berukuran besar yang biasa ditemukan. Melainkan, melalui koran digital yang bisa diakses melalui smartphone. Pembaca cukup berlangganan setiap bulannya, kemudian secara otomatis akan mendapatkan link setiap harinya. Metode ini, dinilai efektif mengantisipasi merosotnya oplah koran. Sebab, pembaca difasilitasi dengan mudah. Dengan beragam pilihan platform yang disediakan Jawa Pos Radar Jember. Uniknya, koran digital ini selalu mendapatkan konten berita terbaru. Pembaca dibuat penasaran dengan pemberitaan yang dibuat. Melalui, tampilan utama yang selalu menggugah untuk dibaca.

“Memang banyak platform media yang kita gagas, terutama e-paper ini menjadi yang terbaru. Agar koran tetap berjaya, dan masih bisa dinikmati pembacanya.”⁹⁵



⁹⁵ M. S. Rasyid, General Manager Jawa Pos Radar Jember, *Wawancara*, 12 Januari 2021.

Gambar 4.5 Koran digital Jawa Pos Radar Jember

3. Implikasi Media Cetak Jawa Pos Radar Jember dalam Menghadapi Perkembangan Teknologi Digital Media

Salah satu tujuan utama media cetak adalah memberikan informasi yang mencerahkan. Sebagai media instruktif yang menyebarkan ilmu pengetahuan. Ketiga, meningkatkan kehidupan intelektual masyarakat. Membantu mempererat persatuan bangsa, keempat. Media cetak tidak perlu menyerah dalam menghadapi gempuran media online saat ini. Mereka secara bertahap menyusun media digital untuk melengkapi lanskap media saat ini. Salah satu tujuan utama media cetak adalah memberikan informasi yang mencerahkan. Sebagai media instruktif yang menyebarkan ilmu pengetahuan. Ketiga, meningkatkan kehidupan intelektual masyarakat. Membantu mempererat persatuan bangsa, keempat. Media cetak tidak perlu menyerah dalam menghadapi gempuran media online saat ini. Media online secara bertahap dipersiapkan untuk melengkapi media yang sudah ada sebelumnya. Namun, tetap saja, dari segi minat baca kalangan perlahan tergerus oleh media online.

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
KIAI HAI ACHMAD SIDDIQ
JEMBER



Gambar 4.6 Segmentasi Pembaca Media Cetak (Koran) Jawa Pos Radar Jember 2024

Sumber : Company Profile Radar Jember 2024

Berdasarkan angka persentase di atas, peran media cetak (koran) salah satunya ialah media mencerdaskan bangsa dan memperkuat kesatuan nasional. Namun, pembaca dari kalangan generasi muda (mahasiswa/pelajar) hanya 12%. Hal ini membuktikan bahwa kecenderungan generasi muda mengakses berita melalui media cetak masih rendah. Sebagaimana hasil wawancara dari Direktur Radar Jember:

“Media cetak (koran) memang betul masih diproduksi dan masih diminati oleh sejumlah kalangan. Tapi untuk dijadikan media massa yang cenderung dibaca, tidak. Semua orang sudah mudah akses internet lewat hp atau dari komputer. Berbagai platform media sosial juga banyak menampilkan berita dan informasi yang sama terkadang dengan berita di media cetak. Hal ini yang menjadi concern kita saat ini. Media sosial sudah banyak digunakan namun kehadiran media cetak harus selalu bisa bertahan. Apapun hambatan dan kendalanya, media cetak harus bisa dipertahankan.”⁹⁶

Pernyataan juga disampaikan oleh Manager Iklan Jawa Pos Radar

Jember:

⁹⁶ Abdul Choliq, Direktur Radar Jember, *Wawancara*, 13 Mei 2024

“Koran (media cetak) bisa ditemui dan dibeli dimana saja sebetulnya. Cuma kalah praktis dengan posisi media online. Media online yang lebih praktis, mudah diakses kapan saja, dan luas jangkauannya lebih disukai dan dipilih oleh pengguna internet. Jadi jelas, posisi koran (media cetak) kurang dipilih sebab masih harus beli dan berbentuk kertas yang susah dibawa kemana-mana. Tapi sebetulnya, koran punya khas konten menarik tersendiri daripada media online itu. Seperti lebih lengkap dan terpercaya. Dan alhamdulillah saat ini kami sudah mempunyai produk E-koran. Dimana produk ini menampilkan satu ukuran handphone dilengkapi dengan dokumentasi. Terbaru, ada produk e-paper tapi masih di uji coba.”⁹⁷

Pendapat tersebut diperkuat oleh Pimpinan Redaksi Radar Jember berikut ini:

“beberapa tahun lalu sempat digaga soal e-koran. Alhasil sukses, karen SDM kita kuat dan dituntut untuk multitasking. Banyak juga dari pelanggan yang menggunakan e-koran untuk publikasi mereka.”⁹⁸

Media cetak dan surat kabar saat ini terancam oleh pertumbuhan media online. Karena pesatnya perkembangan internet, setiap orang dapat dengan mudah dan cepat mengakses media online melalui gadget atau ponsel. Tampaknya masuk akal jika pembaca setia media cetak akan bermigrasi ke media online jika keberlangsungan media cetak mendapat tantangan dan kekhawatiran perusahaan semakin besar. Para peneliti telah menemukan bahwa meskipun penerbit media cetak masih berada dalam bahaya akibat masalah ini, mereka tetap mempertahankan nilai jual unik mereka—berita yang akurat, menyeluruh, dan jelas. Selain itu, media cetak telah ada selama berabad-abad dan secara alami menjadi saksi dan kontribusi terhadap kemajuan peradaban manusia sehingga sulit untuk

⁹⁷ Eka Rusdiana, Manager Iklan Jawa Pos Radar Jember, *Wawancara*, 11 Mei 2024

⁹⁸ Nur Hariri, Pimpinan Redaksi Jawa Pos Radar Jember, *Wawancara*, 11 Mei 2024

dilupakan. Kesimpulan inilah yang memotivasi media cetak. UlangiImplikasi tersebut mendorong media cetak seperti Jawa Pos Radar Jember untuk terus melakukan inovasi konten berita guna mempertahankan eksistensi media cetak di tengah perjuangan media online saat ini.

C. Pembahasan Temuan

Media cetak saat ini, kian mengalami penurunan dalam jumlah pembacanya. Hal ini lantaran, daya saing yang semakin kuat dengan media digital yang dinilai dapat memberikan informasi dengan sangat cepat. Media cetak merupakan alat penyampai informasi tertua di Indonesia. Keberadaan media cetak ditandai dengan 5 periode.⁹⁹ *Pertama*, era penjajahan Belanda. Pada orde ini, bertujuan untuk mendokumentasikan peristiwa penting yang terjadi saat itu. *Kedua*, era prakemerdekaan. Memasuki tahun 1900-an era prakemerdekaan kualitas media cetak semakin meningkat. Tak hanya dijadikan sebagai dokumentasi melainkan penyampai informasi, saran dan kritik, aspirasi utamanya bagi pejuang kemerdekaan Bangsa Indonesia. *Ketiga*, era Pasca Kemerdekaan. Pada tahun 1946, terbentuklah organisasi Serikat Penerbit Surat Kabar (SPS) tepatnya pada bulan juni. Kemudian disusul dengan terbentuknya persatuan Wartawan Indoensia (PWI). Hadirnya kedua organisasi tersebut semakin memperjelas arah gerak, visi dan misi media cetak yang ada di Indonesia. *Keempat*, periode antara orde lama dan orde baru. Pers terpimpin didirikan pada masa kepemimpinan Soekarno-Hatta pada masa orde lama melalui demokrasi terpimpin. Surat kabar yang

⁹⁹ Elvinaro Ardianto, *Komunikasi Massa* (Bandung: Simbiosis Rekatama Media, 2014). hal 106.

melanggar prinsip demokrasi terpimpin akan menghadapi pemungutan suara dan pencabutan izin. Sementara itu, kebebasan pers semakin mudah kita akses pada masa Orde Baru pada masa kepemimpinan Suharta. Hingga Mei 1998, ketika kebijakan pelarangan tersebut akhirnya gagal. Saat itu, surat kabar besar di Indonesia mulai bermunculan pada masa Orde Baru. *Kelima*, adalah masa digitalisasi dan transformasi. Raksasa media lahir pada era reformasi. Hal ini menandakan telah berkembangnya berbagai media massa baik cetak maupun elektronik di era ini yang dapat diakses oleh semua orang. Khususnya di era digital saat ini, dimana berbagi pengetahuan dapat dilakukan melalui koneksi internet. Munculnya surat kabar digital melalui website atau internet menandakan hal tersebut.

Melihat fenomena pergulatan media cetak dan media online tersebut, berikut ini dibahas secara empiris dan teoritis mengenai tiga fokus penelitian ini. Berdasarkan hasil temuan di lapangan, media cetak Jawa Pos Radar Jember terus dari tahun ke tahun sejak era masuknya digitalisasi membuat oplahnya naik turun tak menentu. Menurut hasil penelitian Kun Wazis, isu merosotnya media cetak ini bukan hanya mengancam perusahaan pers lokal. Melainkan media cetak sekelas nasional dan internasional juga sama. Dengan asumsi (pembeli, pembaca) yang turun menjadi pemicu ambruknya media massa cetak. Salah satu penyebabnya, akibat globalisasi media internet (online media) yang membentuk budaya cyber

media.¹⁰⁰ Kondisi ini, membuat kebiasaan pembaca menjadi berubah. Biasanya mereka membaca koran, kini bergeser menjadi pembaca media online.

Anjloknya, koran Jawa Pos Radar Jember menjadi gambaran perusahaan Jawa Pos. Sebab, Radar Jember pernah dinobatkan meraih predikat Koran Terbaik untuk kategori Tulisan dalam kompetisi Product Quality Triwulan III-2016 dari Jawa Pos Group. Bahkan pernah mengokohkan konsumennya hingga 3 juta orang atau sepertiga dari total jumlah pembaca koran di Indonesia.¹⁰¹

Selain itu, jumlah oplah yang fluktuatif membuat kepercayaan konsumen pemasang iklan menjadi semakin berkurang. Mereka khawatir, jika pemasangan iklan menggunakan media cetak hanya sebagai angin lalu. Tidak ada dampak yang bisa dirasakan, justru dinilai kurang efektif jika mengaca pada pesatnya perkembangan media online.

Berdasarkan *islamic communication journal* oleh Rustam Aji, banyak perbedaan antara media cetak dan online yang sangat dirasakan pembaca. Baik dari segi pembatasan panjang naskah, prosedur naskah, editing, layout, jadwal terbit dan distribusi sudah disesuaikan.¹⁰² Jika di media cetak ada pembatasan naskah, media online bebas menulis beberapa kata. Hanya saja, demi memperbaiki tampilan lama website, jumlah kata yang diterbitkan menyesuaikan dengan isi pemberitaan. Begitu pun unsur lainnya, yang membuat media online lebih disukai karena kecepatan beritanya bisa langsung diakses.

¹⁰⁰ Kun Wazis, *Tren Pola Konsumsi Media di Indonesia Tahun 2017*, Prosiding Hasil Penelitian Media Cetak dan Media Online, (Jakarta: Serika Perusahaan Pers, 2017), 41.

¹⁰¹ Kun Wazis, *Tren Pola Konsumsi Media di Indonesia Tahun 2017*, Prosiding Hasil Penelitian Media Cetak dan Media Online, (Jakarta: Serika Perusahaan Pers, 2017), 42.

¹⁰² Rustam Aji, *Digitalisasi Era Tantangan Media*, *Islamic Communication Journal*, (2016, 01. No.1), hal 47.

Dalam konteks ini, pengelola media cetak Jawa Pos Radar Jember menggunakan strategi dan jurus jitu untuk mempertahankan medianya. Pertama, dengan memperhatikan kualitas Sumber Daya Manusia (SDM). Pengelola beranggapan jika SDM juga bisa dikalangan muda. Sebab, staminanya masih bagus dan inovasinya juga selalu up to date. Tidak heran, jika saat ini banyak sekali karyawan muda di perusahaan tersebut.¹⁰³

Meski ditengah guncangan, pengelola terus melakukan rekrutmen di berbagai divisi. Terutama bagian redaksi, banyak muda-mudi yang mencoba ambil bagian tersebut. Namun, setelah proses seleksi yang dijalani banyak yang berguguran. Penyebabnya, karena pekerjaan yang diterima dinilai memberatkan. Apalagi ketika masuk bagian redaksi, mereka yang terpilih harus bersedia menjalankan tugasnya sebagai wartawan dan harus turun langsung ke lapangan. Dalam sekali rekrutmen jumlahnya bisa mencapai puluhan. Mereka yang diterima, secara otomatis langsung masuk tahap seleksi. Siapa yang bertahan dia yang menang.

Ini menjadi langkah untuk memilih dan merekrut karyawan yang layak bekerja di Jawa Pos Radar Jember. Mereka yang terpilih terus di upgrade untuk memiliki kualitas SDM yang mumpuni. Menurut Wirawan dalam jurnal Agribisnis Sumatra Utara oleh fajar Rezki Ananda dkk, Kualitas SDM merupakan perpaduan antara kemampuan fisik dan non fisik, serta keterampilan lainnya yang dimiliki oleh seseorang individu sehingga mampu bekerja, berkreasi dan berpotensi di sebuah organisasi.¹⁰⁴

¹⁰³ M. S. Rasyid, General Manager Jawa Pos Radar Jember, *Wawancara*, 12 Januari 2021.

¹⁰⁴ Wirawan, *Manajemen Sumber Daya Manusia Indonesia*, (Jakarta: PT Rajagrafindo Persada, 2015), hal 104.

Sementara itu, menurut Saiful mengutip dari jurnal Agribisnis Sumatra Utara oleh fajar Rezki Ananda dkk, bahwa SDM dilihat dari tingkat pengetahuan dalam melakukan pekerjaan dan juga keterampilannya. Ini sesuai dengan hasil observasi yang dilakukan peneliti, karyawan Jawa Pos Radar Jember memiliki pengetahuan serta keterampilan dan sumbangsih inovasi serta kerja kerasnya sampai saat ini bisa mempertahankan media cetak tersebut. Meskipun, banyak target iklan, pendapatan oplah, viewrs yang harus dicapai. Salah satu indikatornya adalah dari segi media onlie yang sudah dijalankan selama 6 tahun lamanya mampu menyaingi media online di radar lainnya dan menduduki posisi ke-4.¹⁰⁵

Sementara ini, demi menjaga dan mengapresiasi karyawan untuk meningkatkan semangat kerja, pengelola memberikan reward. *Reward* menjadi elemen yang digunakan untuk dimanfaatkan oleh organisasi sebagai bahan memotivasi karyawan atau staff agar mereka dapat memberikan kontribusinya semaksimal mungkin untuk perusahaan. *Reward* dapat menjadi sesuatu yang berwujud atau tidak berwujud dalam sebuah organisasi kepada karyawan sebagai imbalan atas potensi dan kinerja karyawan yang telah dilakukannya. Dalam artian, *reward* merupakan usaha atau cara untuk menumbuhkan pengakuan atau perasaan diterima didalam organisasi atau perusahaan yang meliputi financial dan non financial.¹⁰⁶ Jawa Pos Radar Jember memberikan *reward* kepada karyawan, agen, looper, hingga pelanggan yang ditujukan untuk bisa mempertahankan rasa kecintaan mereka terhadap media cetak dan mengungkapkan terimakasih yang

¹⁰⁵ Upgrade data Jawa Pos Radar Jember 2024.

¹⁰⁶ Putu Panca Adi Pratiwi Indah, Putu Indah Rahmawati, Nyoman Dini Andiani Udhiksha, "Pengaruh Sistem Penghargaan (*Reward*) Terhadap Kinerja *Trainee* di Hotel Holiday Inn Resort Baruna Bali" Jurnal Manajemen Perhotelan dan Pariwisata. Vol. 2 No. 1, April 2019, 43.

masih mengandalkan media cetak sebagai surat kabar untuk kehidupan sehari-hari mereka. Dalam hal ini, *reward* dapat diartikan sebagai apresiasi terhadap suatu prestasi yang sudah diraih karyawan baik dari perorangan maupun lembaga. *Reward* yang diberikan mampu memberikan pengaruh yang signifikan terhadap karyawan.¹⁰⁷

Strategi ini, menjadi efektif sebab karyawan masih bisa diapresiasi setelah dedikasinya dan pengorbanannya memberikan yang terbaik bagi perusahaan. Menurut peneliti, *reward* harusnya menjadi program rutin yang diberikan kepada karyawan dan elemen lainnya. Baik itu pelanggan, agen dan loper. Sebab, tanpa adanya mereka proses distribusi koran tidak akan bisa maksimal. Maka perlu, kerjasama yang bagus agar koran bisa sampai ke tangan pembaca. dLm HI ini, strategi yang dilakukan oleh pengelola Jawa Pos Radar Jember untuk menjaga kualitas SDM serta penghargaan yang diberikan dinilai sangat sesuai. Bisa diartikan, jika kedua strategi ini sangat berkaitan untuk menjaga keberlangsungan perusahaan agar bisa melakukan upaya lain untuk mempertahankan medianya.

Termasuk pengelolaan secara internal juga terus diperbaiki. Menciptakan pola manajemen yang ASIK untuk memudahkan kerja karyawan setiap harinya. Jika biasanya staf redaksi harus ke kantor untuk mengumpulkan berita. Saat ini, justru di mudahkan dengan aplikasi digital ASSSIC RJ. Setelah 3 tahun berjalan, sistem ini terus dibenahi, diawal penggunaan sering terjadi eror, bahkan pengiriman foto dengan kapasitas tertentu juga diatur untuk menampilkan foto terbaik di koran. Menurut peneliti, aplikasi ini sangat memudahkan karyawan kantor. Meski masih

¹⁰⁷ Rizky Ayu Pramesti, Sofia A. P. Sambul, Wehelmina Rumawas. “ Pengaruh *Reward* dan *Punishment* Terhadap Kinerja Karyawan KFC Artha Gading”. Jurnal Adminitrasi Bisnis . Vol. 9 No.1, 2019.

sering terjadi beberapa eror dan perlu perbaikan pengembangan aplikasi tersebut, untuk semakin memudahkan karyawan.

Ada beberapa upaya yang dilakukan pengelola untuk tetap bersaing dengan media lainnya. Salah satunya pembuatan media online dan media sosial yang memiliki ribuan views dan followers. Untuk instagram total ada 62,3 ribu pengikut, Tiktok 692,7k pengikut, youtube 37 rb subscriber.¹⁰⁸ Angka sebanyak ini didapat dari hasil konten yang dibuat setiap harinya. Baik itu mengangkat pemberitaan di daerah lokal, hingga nasional dan mancanegara.¹⁰⁹ Devisi digital, dituntut untuk update soal isu yang berkembang. Cara ini dinilai mampu menaikkan pengikut serta keberadaan media online dan medsosnya semakin dikenal. Menurut Asep Syamsul M. Romli, dalam bukunya berjudul *Jurnalistik Online: Panduan Praktis Mengelola Media Online* dikutip dari buku Eko Pamuji membagi beberapa karakteristik media online yaitu *multimedia, aktualitas, cepat, update, kapasitas luas, fleksibilitas*.¹¹⁰ Sesuai dengan publikasi media online di Jawa Pos Radar Jember bahwa karakteristik itu sudah terpenuhi. Bahkan, tak kalah dengan beberapa media online yang sudah cukup terkenal.

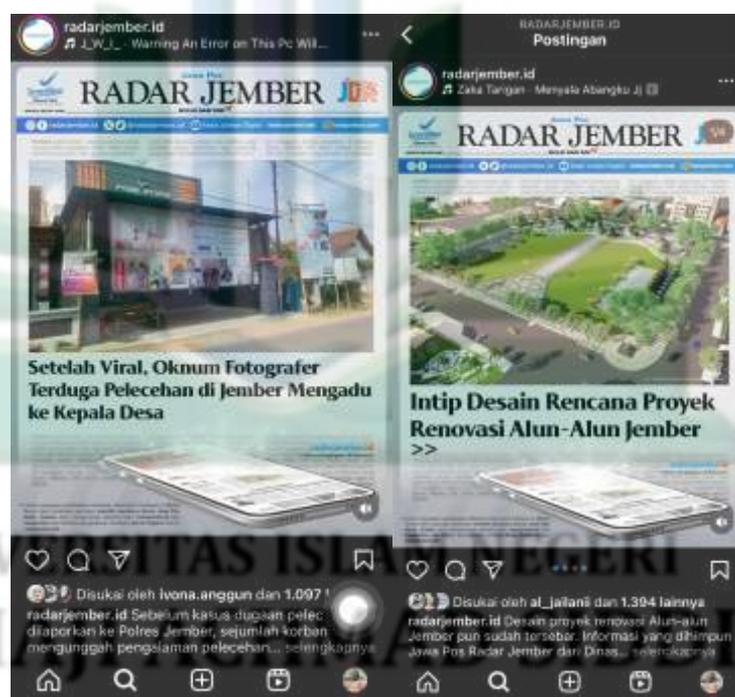
Platform media sosial Jawa Pos Radar Jember bukan hanya memberikan sebagian kecil gambaran pemberitaan yang dimuat di koran, melainkan juga ditambah dengan sumber video yang mendukung pemberitaan untuk dimuat. Sehingga pembaca disajikan secara audio dan visual dari sebuah peristiwa. Ini, dinilai menarik banyak pembaca.

¹⁰⁸ Data Platform Media Sosial Jawa Pos Radar Jember, 2024.

¹⁰⁹ Abdul Choliq, Direktur Radar Jember, *Wawancara*, 10 Juli 2021

¹¹⁰ Eko Pamuji, *Media Cetak Vs Media Online (Perspektif Manajemen dan Bisnis Media Massa)*, (Surabaya, Unitomo Press 2019), 114.

Selanjutnya, isi konten medianya juga dibuat semenarik mungkin, mulai dari thumbnail. Ini dilakukan, agar media tersebut memiliki ciri khas tampilan online yang menjadi pembeda dengan media lainnya. Uniknya, tampil yang dibuat tidak menghilangkan kesan media cetaknya ini. Terdapat paduan, sebuah koran yang kemas dalam bentuk digital. Artinya, pembaca media sosial tersebut secara tidak langsung sudah diprogram bawah media cetak Jawa Pos Radar Jember media utamanya berupa koran.

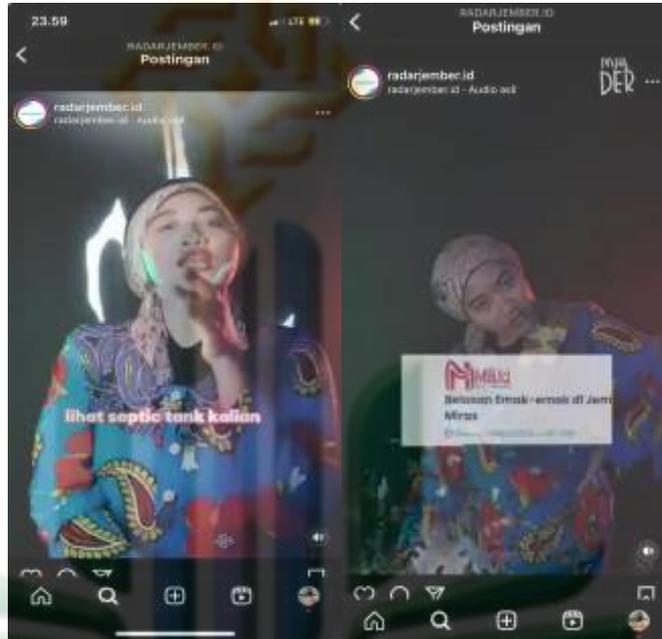


Gambar 4.6

Tampilan feed instagram Radar Jember

Selain itu, penyajian konten di medsos beragam. Mulai dari podcast isu viral di wilayah Jember, konten Teror (teman cerita horor), live report, dan masih banyak lagi. Terbaru, konten Mak Der dibuat dengan kemasan seorang perempuan dengan penampilan dan bahasa emak-emak yang familir. Mengulas isu hangat,

dengan gaya dan tutur bahasa ala wilayah Jember. Kombinasi gaya bahasa pandalungan mampu menggaet banyak penonton.



Gambar 4.7

Konten Mak Der tampil di instagram Radar Jember

Selanjutnya, media ini terus melakukan inovasi dengan mentransformasikan diri menjadi media multiplatform.¹¹¹ Tepat di ulang tahun Jawa Pos Radar Jember ke 22 tahun pada 2021 lalu, pengelola meluncurkan e-koran. Dan berangsur akan melaunching e-paper.¹¹² Jika tampilan e-koran di sesuaikan dengan tampilan layar ponsel, sedangkan e-paper persis koran cetak yang terbit dalam format digital. Dalam penyebarannya, e-koran mulai dikenal oleh pembaca setia Jawa Pos Radar Jember. Berisi sebuah pemberitaan, dan banyak dokumentasi sebagai pendukung berita.

¹¹¹ Abdul Choliq, Direktur Radar Jember, *Wawancara*, 10 Juli 2021

¹¹² [Radat Jember Bertransformasi Lebih Dekat dengan Pembaca - Radar Jember \(jawapos.com\)](http://www.jawapos.com)



Gambar 4.8

e-koran Radar Jember

Termasuk saat ini, sudah ada 3 website yang sedang dirintis perusahaan tersebut. Diantaranya radarjember.id, halojember, radarjember.net, ketiganya memberitakan media dengan jangkauan yang luas, tidak hanya berpatokan pada daerah lokal saja. Sehingga bisa menjadi rujukan pembaca di manapun berada.¹¹³

Inovasi yang digagas oleh pihak pengelola merupakan terobosan baru yang harus dilakukan. Meski butuh oembaruan agar tidak tertinggal dengan media lainnya. Inovasi yang sudah dijalankan ini bisa terus di upgrade, dan interaktif dengan pembacanya. Ada komunikasi dua arah yang harus dilakukan, sehingga pembaca di medsos bisa mendapatkan timbal balik.

¹¹³ Yuliana Beilia, Strategi Pemasaran Jawa Pos Radar Jember Dalam Mempertahankan Eksistensinya di Era Digital, (Skripsi UIN Khas Jember, 2024),45.

Sedangkan keberadaannya media digital memiliki nilai negosiasi yang sebanding dengan jalan raya dengan transportasi berkecepatan tinggi yang mengurangi waktu perjalanan atau perpustakaan yang dapat dikunjungi kapan saja dan memiliki akses terhadap buku dan sumber informasi yang lengkap serta kemampuan pencarian informasi yang tidak terbatas. Menurut kondisi dan perkembangan media massa yang dirasakan Jawa Pos Radar Jember, media online memang menjadi kecenderungan pembawa berita atau informasi secara praktis dan mudah diakses dengan internet saat ini. Hal ini mengisyaratkan media cetak yang masih membutuhkan banyak usaha untuk mendapatkannya (biaya dan tempat). Lantas, indikator media cetak tersebut menjadi kecenderungan masyarakat lebih mengganderungi media online sebagai sumber informasi dibandingkan media cetak (koran).

Menurut Ardianto dalam bukunya,¹¹⁴ Penggunaan teknologi di media massa Indonesia menjadi semakin umum karena empat alasan. Pertama, hal ini secara langsung menyiratkan adanya perpindahan teknis yang signifikan dari media cetak ke media internet, yang memiliki biaya produksi dan distribusi yang jauh lebih rendah di seluruh dunia. Kedua, Konsekuensi nyata lainnya adalah berubahnya orientasi dan cara hidup masyarakat dalam kaitannya dengan cara mereka menerima media. Meskipun membalik halaman satu per satu masih umum, kini orang-orang menggunakan tombol atau layar monitor. Ketiga, ketika media menjangkau wilayah yang tidak dibatasi oleh batas negara atau wilayah, dampak terhadap konten media akan lebih beragam. Keempat,

¹¹⁴ Elvinaro Ardianto, *Komunikasi Massa*, hal. 108

implikasi utamanya adalah konvergensi multimedia terjadi sebagai akibat dari meningkatnya integrasi jaringan multimedia oleh berbagai bisnis media massa. Kelima, perubahan terhadap media cetak tradisional pasti akan menyebabkan mereka gulung tikar, yang merupakan implikasi penting lainnya.

Sayangnya, media cetak surat kabar yang dulunya merupakan sumber informasi dan intelijen yang sangat penting bagi masyarakat kini tidak mampu lagi melakukan hal tersebut dan mulai digantikan oleh media internet. Meskipun penerbit media cetak terancam oleh fakta ini, media cetak menonjol karena menyajikan berita yang jelas, komprehensif, dan rinci. Selain itu, media cetak telah dikaitkan erat selama berabad-abad dengan kemajuan peradaban manusia sehingga sulit untuk diabaikan. Mengingat tantangan yang dihadapi media online saat ini, media cetak, seperti Jawa Pos Radar Jember, terdorong oleh konsekuensi tersebut untuk menghasilkan materi berita yang inovatif guna mempertahankan eksistensinya.

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ
JEMBER

BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

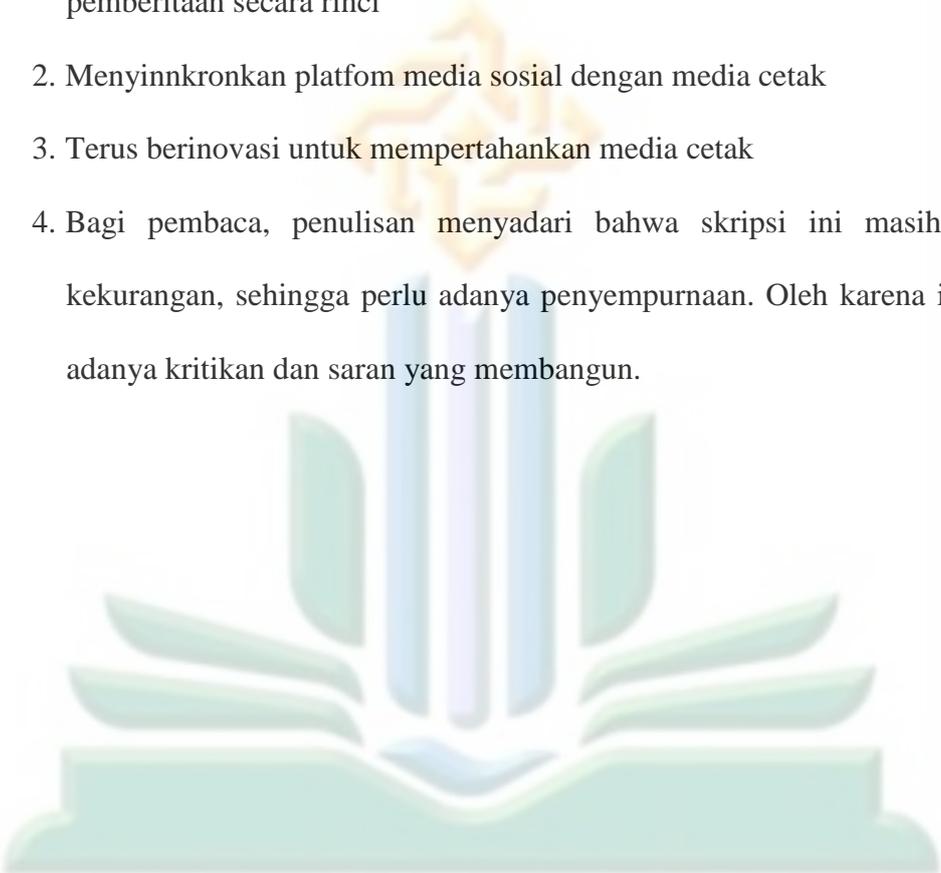
Setelah peneliti memaparkan penjelasan di atas maka dari hasil peneitian dalam skripsi ini dapat menarik kesimpulan sebagai berikut:

1. Strategi yang Mendukung Media Cetak Radar Jember Mampu Bertahan di Tengah Perkembangan Teknologi Digital Media :
 - a. Kualitas SDM
 - b. Kualitas koran Jawa Pos Radar Jember
 - c. Pemberian Reward
 - d. Inovasi Internas Assic RJ
2. Upaya Para Pengelola Mempertahankan Media Cetak Jawa Pos Radar Jember :
 - a. Membuat program inovatif
 - b. Membuat Platfom Media Sosial
 - c. Menggelar event di tapal kuda
3. Implikasi Media Cetak Jawa Pos Radar Jember dalam Menghadapi Perkembangan Teknologi Digital Media :
 - a. konten media yang akan lebih bervariasi
 - b. Mengintegrasikan jaringan multiedia

B. Saran

Berdasarkan hasil penelitian, maka ada beberapa saran yang ingin disampaikan:

1. Kepada pengelola Jawa Pos Radar Jember bisa mempertahankan isi konten pemberitaan secara rinci
2. Menyinkronkan platform media sosial dengan media cetak
3. Terus berinovasi untuk mempertahankan media cetak
4. Bagi pembaca, penulisan menyadari bahwa skripsi ini masih banyak kekurangan, sehingga perlu adanya penyempurnaan. Oleh karena itu, perlu adanya kritikan dan saran yang membangun.



UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ
JEMBER

DAFTAR PUSTAKA

- Aji Rustam. 2016. Digitalisasi Era Tantangan Media (Analisis Kritis Kesiapan Fakultas Dakwah dan Komunikasi Menyongsong Era Digital. *Islamic Communication Journal*. Vol 1(1)
- Akbar, Prabowo, Galih. 2023. Strategi Konvergensi Media Cetak Radar Madiun Dalam Mempertahankan Eksistensinya Di Era Cybermedia. Skripsi IAIN Ponorogo.
- Ali Chaerudin, Inta Hartaningtyas Rani & Velma Alicia. 2020. *Sumber Daya Manusia Pilar Utama Kegiatan Operasional Organisasi*. Jawa Barat : CV Jejak.
- Al-qur'an Surat Al-Hujarat 6, Al-Hikmah Alquran dan Terjemahan. 2015. Bandung: CV Penerbit Diponegoro.
- Anggito, Albi & Johan Setiawan. 2018. Metodologi Penelitian Kualitatif. Jawa Barat: CV jejak.
- Asep Syamsul M. Romli, *Jurnalistik Online Panduan Mengelola Media Online Kiat Blogger, Teknik SEO, Metode Kerja Citizen Journalism*. 2018. Bandung: Penerbit Nuansa Cendikia.
- Azizah, Ainun. 2021. Strategi Konvergensi Media Cetak Pada Surat Kabar Radar Cirebon. Skripsi UIN Syarif Hidayatullah Jakarta.
- Baihaqi, Agus. 2023. *The Journal Of Islamic Communication Of Broadcasting* (Media cetak di era digital) Analisis harian pagi Jawa Pos Radar Banyuwangi.
- Beilia, Yulia. 2024. Strategi Pemasaran Jawa Pos Radar Jember Dalam Mempertahankan Eksistensinya Di Era Digital. UIN Khas Jember.
- Birowo, Mario, Antonius, dkk. 2016. Pergulatan Media Komunitas Di Tengah Arus Media Baru. Yogyakarta: Combine Resource Institution.
- Budi Arista Romadhoni, *Meredupnya Media Cetak dampak Kemajuan Informasi Teknologi*, Jurnal An-Nida, Volume. 10. No, 1, 2018.
- Bungin, Burhan. 2007. Penelitian Kualitatif. Jakarta: Kencana Elcom.

- Cholih, Abdul. 2023. Disrupsi Digital Sebagai Ancaman Eksistensi Media cetak. *Jurnal Ilmu Komunikasi*. Vol 3(2).
- Citriadin, Yudin. 2020. Metode Penelitian Kualitatif Suatu Pendekatan Dasar. Mataram: Sanabil.
- Eksistensinya Dari Gempuran Media Online), *Jurnal Komunikasi: Universitas Mercubuana*.
- Elvinaro Ardianto, *Komunikasi Massa* (Bandung: Simbiosis Rekatama Media, 2014). hal 106.
- EM, Griffin. 2006. New York. A First Look at Communication Theory.
- Eriyanto. 2011. Analisa Isi : Pengantar Metodologi Untuk Penelitian Ilmu Komunikasi dan Penelitian Lainnya. Jakarta: Prenadamedia Grup.
- Fauziah, Nur. 2015. Efektivitas penggunaan alat bantu rekasi gerakan tangan bagi kaum disabilitas. *upi.edu. perpustakaan upi.edu: Universitas Indonesia*.
- Hartono,dkk. 1990. *Analisis dan Desain Sistem Informasi: Pendekatan terstruktur teori dan praktek aplikasi bisnis*. Yogyakarta: Andi Offset.
- Hasan, Bakir. 2006. Ekonomi media: Perlu kah?. *Mediator*. 7(2)
https://repository.uksw.edu/bitstream/123456789/20876/2/T1_362015008_BAB%20II.pdf
- Istijanto Oei, *Riset Sumber Daya Manusia Cara Praktis Mengukur Stres, Kepuasan Kerja, Komitmen, Loyalitas, Motivasi Kerja dan Aspek – Aspek Kerja Karyawan lainnya*. 2005. Jakarta: PT Gramedia Pustaka Umum.
[Jawa Pos Radar Jember Fokus Kembangkan Media Multiplatform - Radar Jember](#)
- Khomsahrial Romli, *Komunikasi Massa*, (Jakarta: PT Grasindo).
- McQuail, Dennis. 2010. *Teori Komunikasi Massa*, Jakarta: Salemba.
- Milavandia, Viranda Andri, Didik Hariyanto. 2024. Perubahan Minat Baca Mahasiswa dari Media Konvensional ke Media Digital, *Jurnal Ilmu Sosial dan Ilmu Politik*, Vol. 13(1).
- Moelong, Lexy J. 1998. *Metodologi penelitian kualitatif*. Bandung: Remaja Rosdakarya.

- Nainggolan, Andri, Juanda, Gabetua. 2023. Manajemen surat kabar Harian Medan Pos di tengah perkembangan New media. Skripsi. Universitas Medan Area.
- Nurrohmah. 2017. Konvergensi media Konvensional ke digital. Skripsi UIN Alauddin
- Pamuji, Eko. 2019. Media Cetak Vs Media Online (Perspektif Manajemen dan Bisnis Media Massa). Surabaya. Unitomo Press.
- Pawito. 2007. Penelitian Komunikasi Kualitatif . Yogyakarta: LKIS, 2007.
- Prihartono, Wahyu, Anton. 2016. Surat Kabar & Konvergensi Media (Studi Deskriptif Kualitatif Model Konvergensi Media Pada Solopos). CHANNEL: *Jurnal Komunikasi*. Vol 4(1).
- Putu Panca Adi Pratiwi Indah, Putu Indah Rahmawati, Nyoman Dini Andiani Udhiksha. 2019. Pengaruh Sistem Penghargaan (*Reward*) Terhadap Kinerja *Trainee* di Hotel Holiday Inn Resort Baruna Bali JMPP. Vol. 2 No. 1.
- Qholivah Yuni Fadila. 2020. Transformasi Media Cetak Lokal di Era Digital: Konvergensi Media Kedaulatan Rakyat. Skripsi.
- Raco, J.R. 2016. Metode Penelitian Kualitatif Jenis, Karakteristik dan Keunggulannya. Jakarta: PT Gramedia Widiasarana.
- [Radar Jember Bertransformasi Lebih Dekat dengan Pembaca - Radar Jember \(jawapos.com\)](#)
- [Radar Jember contact \(jawapos.com\)](#)
- Restendy, Mochammad, Sinung. 2020. Dinamika Produksi Media Cetak dan Tantangan Industri Pers di Indonesia. *Jurnal Komunikasi dan Penyiaran Islam*. 1(2).
- Rita, Fiantika, Feny. 2023. Metodologi Penelitian Kualitatif. Sumatera Barat: PT Global Eksekutif Teknologi.
- Rizky Ayu Pramesti, Sofia A. P. Sambul, Wehelmina Rumawas. 2019. Pengaruh *Reward* dan *Punishment* Terhadap Kinerja Karyawan KFC Artha Gading. *Jurnal Administrasi Bisnis* . Vol. 9 No.1.
- Sayomukti, Nurani. 2016. Pengantar Ilmu Komunikasi. Yogyakarta : Ar-Ruzz.

- Setyawan, Irwan. 2014. Media Cetak Bertahan Hidup (strategi Jawa Pos Indonesia dan The Straits Times Singapura Mempertahankan
- Sugiyono. 2016. Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, Dan R&D. Bandung: Alfabeta cv.
- Sumadiria, Haris. 2014. Bandung. Sosiologi Komunikasi Massa.
- Suyasa, I Made, I Nyoman Sedana. 2020. Mempertahankan Eksistensi Media Cetak Di Tengah Gempuran Media Online. *Jurnal Komunikasi dan Budaya*. Vol 1(1).
- Vindiyanasari, P. 2018. media baru dalam studi komunikasi.
- Vivian John. 2008. Kencana, Jakarta. Teori Komunikasi.
- Wasil, Muhammad. 2023. Metodologi Penelitian Kualitatif. Sumatera Barat: PT Global Eksekutif Teknologi.
- Wazis, Kun. 2017. Tren Pola Konsumsi Media di Indonesia Tahun 2017, Prosiding Hasil Penelitian Media Cetak dan Media Online. Jakarta. Serika Perusahaan Pers.
- West, Richard dan Lynn H. Tunner. 2013. Pengantar Teori Komunikasi Analisis dan Aplikasi Buku. Jakarta: Salemba Humanika.
- Wirawan. 2015. Manajemen Sumber Daya Manusia Indonesia. Jakarta: PT Rajagrafindo Persada.

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ
JEMBER

PERNYATAAN SURAT KEASLIAN

Yang bertanda tangan dibawah ini saya :

Nama : Ade Apryanis Dini Saputri
Nim : D20171070
Prodi : Komunikasi dan Penyiaran Islam
Institusi : UIN KHAS Jember

Dengan ini menyatakan bahwa skripsi yang berjudul “**Media Cetak dan Pergulatan Menghadapi Digitalisasi Media (Studi Kasus Jawa Pos Radar Jember)**” adalah hasil sendiri, kecuali pada bagian – bagian yang sudah dirujuk sumbernya.

Demikian pernyataan keaslian skripsi ini, dibuat dengan sebenar – benarnya.

Jember, 12 Mei 2024

Saya yang menyatakan

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
KIAI HAJI ACHMAD SYAFIQ
JEMBER



ADE APRYANIS DINI S.
NIM. D20171070

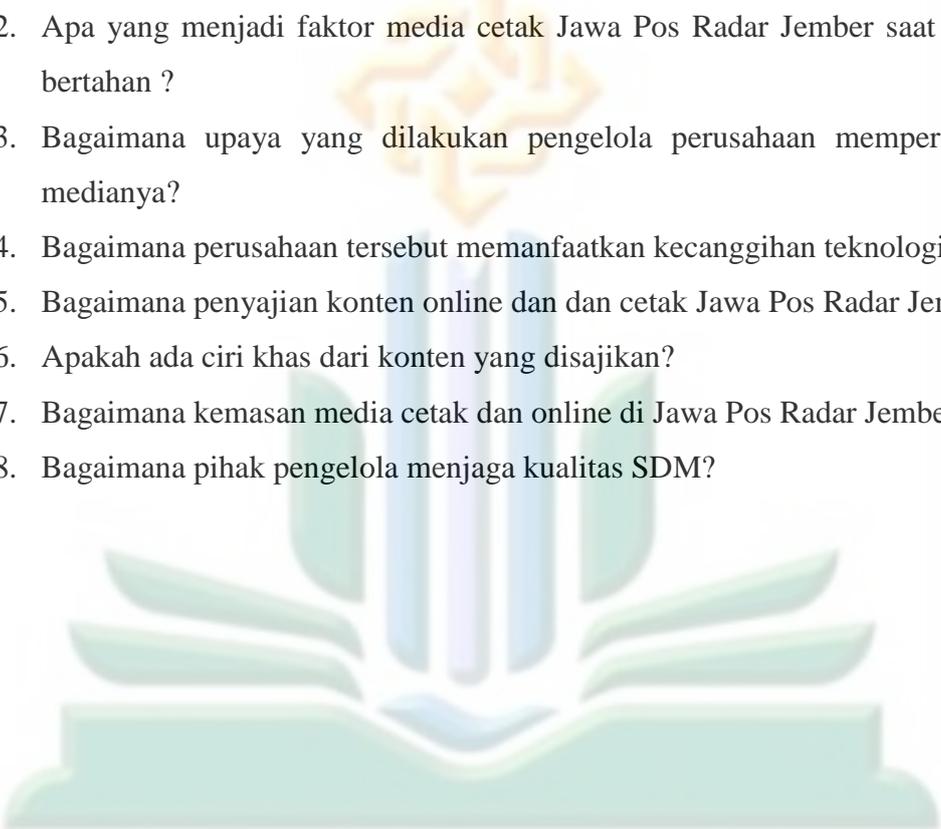
Jurnal Kegiatan

No	Bulan	Kegiatan	Tanda Tangan
1.	Desember	Observasi Pengerjaan Bab 1-2	
2.	Januari	wawancara	
3.	Februari	Pengerjaan bab 3	
4.	Maret	Pengerjaan bab 4	
5.	April	Pengerjaan bab 5	
			

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ
JEMBER

PEDOMAN WAWANCARA

1. Bagaimana Kehadiran Media cetak Jawa Pos Radar Jember saat ini ?
2. Apa yang menjadi faktor media cetak Jawa Pos Radar Jember saat ini tetap bertahan ?
3. Bagaimana upaya yang dilakukan pengelola perusahaan mempertahankan medianya?
4. Bagaimana perusahaan tersebut memanfaatkan kecanggihan teknologi?
5. Bagaimana penyajian konten online dan dan cetak Jawa Pos Radar Jember?
6. Apakah ada ciri khas dari konten yang disajikan?
7. Bagaimana kemasan media cetak dan online di Jawa Pos Radar Jember?
8. Bagaimana pihak pengelola menjaga kualitas SDM?



UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ
JEMBER



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI JEMBER
FAKULTAS DAKWAH

Jl. Mataram No. 1 Mangli Kaliwates Jember Kode Pos 68136 Telp. 0331-487550
email: fakultasdakwah@iainjember.ac.id website: <http://iain-dakwah.iainjember.ac.id>

Nomor : B. 20 /In 22/6 a/PP 00.9/ 01 /2021 02 Januari 2021
Lampiran : -
Hal : Permohonan Tempat Penelitian Skripsi

Yth.
Direktur Jawa Pos Radar Jember

Assalamu'alaikum Wr. Wb.

Dengan ini kami memohon dengan hormat agar mahasiswa berikut :

Nama : Ade Apryanis Dini Saputri
NIM : D20171070
Fakultas : Dakwah
Program Studi : Komunikasi Penyiaran Islam
Semester : VIII (Delapan)

Dalam rangka penyelesaian / penyusunan skripsi, yang bersangkutan mohon dengan hormat agar diberi ijin mengadakan penelitian / riset selama \pm 30 hari di lembaga yang Bapak/Ibu pimpin.

Penelitian yang akan dilakukan berjudul "Media Cetak dan Pergulatan Menghadai Digitalisasi Media"

Demikian atas perkenan dan kerjasama Bapak/Ibu, kami sampaikan terimakasih.

Wassalamu'alaikum Wr. Wb.

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ
JEMBER

An. Dekan,
Dekan Bidang Akademik

Sri Raudhatul Jannah



Jawa Pos
RADAR JEMBER

Kantor : Jl. A. Yani 99 Jember Telp (0331) 483545, Fax 486894

Jember, 03 Desember 2021

Nomor : 026/JPRJ-Dir/V/2024
Hal : Keterangan Penelitian Skripsi
Lampiran : -

Kepada : Yth. Dekan Fakultas Dakwah
Universitas Islam KH Achmad Siddiq (UIN KHAS)
Di Jember

Dengan hormat,

Yang bertanda tangan di bawah ini menerangkan bahwa
Nama : Ade Aprians Dini Saputri
NIM : D20171070
Fakultas : Dakwah
Program Study : Komunikasi Penyiaran Islam
Semester : VIII (Delapan)

Telah melakukan penelitian di PT Jember Intermedia Pers (Jawa Pos Radar Jember) untuk keperluan penyusunan skripsi yang berjudul "Media Cetak dan Pergulatan Menghadapi Digitalisasi Media"

Demikian surat keterangan ini dibuat untuk digunakan sebagaimana mestinya. Atas perhatian dan kerjasamanya disampaikan ucapan terima kasih.

Jawa Pos Radar Jember


Dr. Abdur Chabiq, M.I.Kom
Direktur

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ
JEMBER

Lampiran – Lampiran



Dokumentasi wawancara bersama Direktur Jawa Pos Radar Jember



Dokumentasi wawancara bersama GM Jawa Pos Radar Jember

UNIVERSITAS ISLAM JEMBER
KIAI HAI ACHMAD SIDDIQ
JEMBER



Dokumentasi wawancara bersama divisi Iklan Jawa Pos Radar Jember



Dokumentasi wawancara bersama divisi pemasaran



Dokumentasi kegiatan rutin briefing senin



Dokumentasi kegiatan podcast Radar Jember Digital



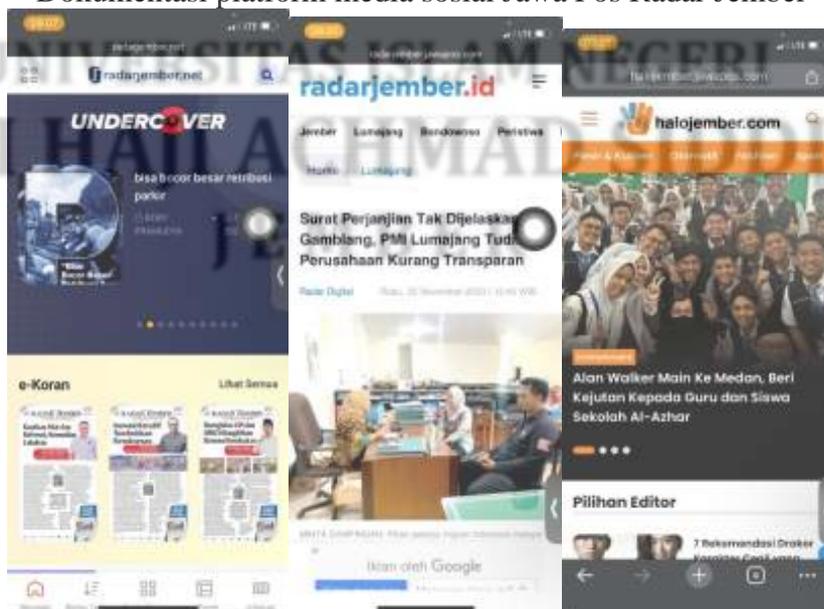
Dokumentasi event mewarnai se-tapal kuda



Dokumentasi event Jember Obral Gede (Joged)



Dokumentasi platform media sosial Jawa Pos Radar Jember



Dokumentasi platform media online Jawa Pos Radar Jember



Dokumentasi pemilihan duta GNNT Bank Indonesia



Dokumentasi lomba desain motif batik dan fashion model batik



Dokumentasi penilaian event mewarnai se-tapal kuda

BIODATA



Biodata Diri

Nama : Ade Apryanis Dini Saputri
NIM : D20171070
Fakultas/Prodi : Dakwah/Komunikasi dan Penyiaran Islam
Tempat/ Tanggal Lahir : Jember, 05 April 1999
Jenis Kelamin : Perempuan
Alamat Lengkap : Dusun Gasri 004/002 Sukorejo
Pasrujambe, Lumajang
Agama : Islam
Kewarganegaraan : WNI
No.TLP : 08312248863

Riwayat Hidup

2005 – 2011 : SDN Bangsalsari 5
2011 – 2014 : SMPN 3 Tanggul
2014 – 2017 : SMAN 1 Tanggul
2017 – Sekarang : UIN KH Achmad Siddiq Jember