



Hak cipta dan penggunaan kembali:

Lisensi ini mengizinkan setiap orang untuk mengubah, memperbaiki, dan membuat ciptaan turunan bukan untuk kepentingan komersial, selama anda mencantumkan nama penulis dan melisensikan ciptaan turunan dengan syarat yang serupa dengan ciptaan asli.

Copyright and reuse:

This license lets you remix, tweak, and build upon work non-commercially, as long as you credit the origin creator and license it on your new creations under the identical terms.

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Perkembangan teknologi digital yang semakin pesat menghadirkan kemunculan media baru hingga menyebabkan perubahan perilaku pembaca dari konvensional ke media *online*. Hal ini mengubah peta dan bisnis media. Media konvensional seperti media cetak mengalami penurunan pembaca hingga menyebabkan sejumlah media terpaksa gulung tikar. Mahalnya ongkos cetak serta perolehan iklan yang semakin menurun membuat media cetak tidak dapat bertahan hidup.

Dalam laporan Aliansi Jurnalis Independen (AJI) (2017, p. iv) tercatat bahwa penutupan sejumlah media cetak berujung pada pemutusan hubungan kerja (PHK) para jurnalis cetak. Penutupan media konvensional ini diperkirakan akan terus berlanjut seiring dengan perkembangan era digital. Penurunan oplah media cetak sejalan dengan berkurangnya belanja iklan yang tergerus oleh media *online*. Tak sedikit media yang berupaya melakukan penyelamatan dengan mengubah ke dalam bentuk digital. Hal ini bukanlah langkah mudah karena ada ancaman besar lainnya karena saat ini pembaca mulai mengikuti pemberitaan dari media sosial sebagai acuan mengakses berita. Artinya, ini merupakan tantangan besar bagi para awak media yang harus terus mempelajari keterampilan dalam penyajian berita agar sejalan dengan arus digital.

Menurut Pavlik (2001, p. 4), jurnalisme *online* mengedepankan konsep *running journalism* yaitu struktur penelitian berita berlanjut, artinya berita dapat ditampilkan, dilengkapi, dan diperbaharui kapan saja dan di mana saja, dengan cepat, dalam hitungan menit bahkan detik. Dengan adanya jurnalisme *online*, masyarakat pun turut andil dalam penyebaran informasi karena tautan berita dapat dibagikan ke berbagai media sosial.

Dengan adanya kesempatan ini, industri media dituntut untuk mengemas dan menyajikan produk informasi yang dibuatnya secara cepat namun, tetap tidak mengurangi kualitas berita. Terjadinya persaingan antarmedia membuat setiap media dituntut untuk menyajikan berbagai macam berita dengan inovasi baru yang ditawarkan kepada masyarakat dengan hadirnya era digital saat ini. Beberapa media konvensional seperti surat kabar yang harus beralih ke media *online* dengan pemanfaatan internet agar mengikuti perkembangan teknologi sehingga tetap eksis di kalangan masyarakat, seperti halnya pada surat kabar *kompas* yang kini merambah ke media *online kompas.com* dan *kompas.id* yang menyajikan surat kabar dalam bentuk digital.

Hasil data Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia (APJII) yang melakukan survei penetrasi dan perilaku pengguna internet di Indonesia tahun 2018, tercatat bahwa jumlah pengguna internet mencapai 171,17 juta jiwa. Angka ini naik 10,12% dibandingkan tahun sebelumnya sebesar 143,26 juta jiwa. Dibandingkan dengan jumlah penduduk versi Badan Pusat Statistik (BPS) sebesar 264,16 juta jiwa maka bisa dikatakan sudah ada 64,8% penduduk Indonesia sudah

mengakses internet (APJII, 2019, p. 6). Dengan adanya data tersebut, artinya penggunaan internet di masyarakat semakin meluas tiap tahunnya.

Kemunculan internet dengan jumlah pengguna sebanyak 171,17 juta jiwa tersebut secara otomatis memengaruhi perkembangan media *online* di Indonesia. Perusahaan-perusahaan media massa memiliki portal pemberitaan *online* sendiri dengan melihat kemudahan dan efisiensi dari hadirnya *new media* melalui situs pemberitaan *online*.

Data Asosiasi Media Siber Indonesia (AMSI), tercatat bahwa saat ini terdapat 47.000 media *online* di Indonesia, meskipun hal ini tidak sejalan dengan kualitas dari media *online* itu sendiri karena hanya 2.700 media *online* yang terverifikasi Dewan pers Indonesia (AMSI, 2019, para. 1). Ribuan media tersebut berasal dari berbagai jenis media yaitu media cetak, televisi, dan media *online*.

Menjamurnya media *online* di Indonesia membuat setiap media harus memiliki strateginya tersendiri dalam redaksinya agar setiap berita yang dibuat, mampu menarik minat pembaca di era digital saat ini untuk bersaing dengan berbagai macam media di Indonesia. Dalam penerapan strategi tersebut, diperlukan adanya sebuah manajemen yang tepat dalam sebuah redaksi untuk melihat sejauh mana kelemahan dan kelebihan yang harus ditonjolkan dalam sebuah media.

Tidak hanya media *online* nasional yang berusaha tetap eksis, tetapi juga terdapat media *online* lokal atau media daerah yang hadir di setiap kota di Indonesia dalam menyajikan berita sesuai dengan daerah jangkauannya. Tidak terkecuali wilayah Jabodetabek yang dalam setiap kota pasti memiliki media lokalnya masing-masing. Seperti halnya media *online* lokal Kota Tangerang Selatan yaitu

Korantangerang.com, tangselpos.com, palapanews.com, Bidiktangsel.com, dan Tangerangonline.id yang secara khusus memberikan informasi seputar isu dan peristiwa yang terjadi di Kota Tangerang Selatan. Media lokal berperan dalam memberikan informasi mengenai daerah jangkauannya dengan lebih spesifik karena berada lebih dekat dengan masyarakatnya.

Dalam artikel yang ditulis oleh Pickard (2020, para.1) media lokal memiliki beberapa fungsi, salah satunya yaitu dalam al demokrasi karena demokrasi memerlukan jurnalisme berbasis fakta yang independen untuk memberikan suara bagi masyarakat yang beragam, sebagai *watchdog* atau mengawasi yang kuat (pemerintahan), dan untuk memberi informasi kepada anggota masyarakat. Studi demi studi telah menemukan bahwa tanpa akses ke berita lokal, orang-orang yang kurang terlibat secara sosial, kecil kemungkinannya untuk dapat memilih dalam suatu pemilu. Maka dari itu, media lokal berfungsi sebagai infrastruktur demokrasi yang berguna dalam memberikan berbagai perspektif terhadap isu-isu yang hadir untuk memastikan masyarakat memiliki akses ke berbagai suara dan pandangan. Hal ini karena lingkungan tidak dapat menyediakan semua kebutuhan komunikasi dan informasi yang dibutuhkan.

Meskipun dengan kekurangannya, media lokal dapat membantu mengurangi korupsi pemerintah, meningkatkan daya tanggap pejabat terpilih untuk konstituen mereka, dan mendorong publik untuk berpartisipasi dalam politik lokal (Klas, 2019, para. 29). Hal ini dikarenakan media lokal berperan sebagai *watchdog* bagi pemerintah. Klas memberikan pandangan bahwa dampak yang dihasilkan dari menurunnya media lokal telah mengurangi akuntabilitas pemerintah, mengurasi

akses ke informasi yang akurat, dan menyebabkan penurunan kepercayaan publik. Apabila jurnalisme lokal menurun, transparansi pemerintah dan keterlibatan masyarakat juga ikut menurun.

Selain itu, media lokal juga berfungsi sebagai media untuk melestarikan kearifan lokal dan budaya pada suatu daerah. Pada posisi ini, surat kabar lokal menjadi harapan karena mempunyai peluang untuk membawa nilai-nilai luhur budaya lokal yang berkembang di masyarakat (Rachelita, 2013, p. 2). Seperti halnya pada media lokal *Bidiktangsel.com* yang memiliki kanal khusus bernama Serba-serbi yang salah satunya berisi seni dan budaya yang dimiliki kota Tangerang Selatan.

Meskipun berfokus pada daerah jangkauannya, media lokal juga memiliki beberapa produk jurnalistik sebagaimana media nasional, seperti *hardnews*, *softnews*, *feature*, *indepth reporting*, *citizen journalism* sehingga berita yang disajikan pun beragam.

Dalam artikel ilmiah milik Hastjarjo (2017, p. 22) menuliskan bahwa Kota Surakarta menjadi saksi dalam sejarah perkembangan jurnalisme di Indonesia. Salah satu publikasi pertama warga lokal menggunakan bahasa Jawa yaitu Bromartani yang diterbitkan pada tahun 1855. Asosiasi jurnalis nasional pertama, persatuan wartawan Indonesia (PWI) juga didirikan di Surakarta pada 9 Februari 1946 yang juga disetujui pemerintah sebagai hari pers nasional. Namun, Kota Surakarta juga dikenal sebagai *newspaper graveyard* atau kuburan dari berbagai koran lokal karena banyaknya surat kabar atau koran lokal yang memulai dan tutup di kota ini. Alasan utama dari tutupnya media lokal biasanya karena keuangan.

Meskipun begitu, *Solopos* dianggap sebagai koran lokal yang mematahkan pandangan buruk terhadap kota tersebut karena hingga saat ini media lokal Solopos dapat berkembang dan bertumbuh seiring dengan meningkatnya penggunaan media baru dalam operasinya. Dari fenomena tutupnya media-media lokal di Surakarta ini, bagaimana dengan keadaan media lokal di berbagai kota lainnya?

Dalam penelitian ini, membahas mengenai media lokal Bidiktangsel.com hadir sebagai media lokal yang mengutamakan dalam memberitakan seputar kawasan Tangerang serta Tangerang selatan dan sekitarnya. Sehingga kesempatan untuk menyajikan berita lebih sempit untuk memberitakan isu yang terjadi di luar daerah jangkauannya, kendati demikian media lokal ini memiliki berita yang lebih lengkap dan detail mengenai Kota Tangerang. Hal ini berbeda dengan media nasional yang bisa menyajikan berita terkait dengan masyarakat Indonesia bahkan berita internasional. Meskipun juga dalam beberapa kesempatan, media *online* ini turut memberitakan seputar isu internasional dalam porsi yang sedikit.

Menurut Nielsen (2015, p. 1) media lokal telah mewakili daerahnya dan membantu masyarakat dalam membayangkan diri mereka sebagai bagian dari komunitas, menghubungkan masyarakat melalui berita lokal, saling terikat dari kedekatan geografis. Media lokal juga memberikan informasi mengenai urusan publik secara lokal serta bertanggung jawab dalam menyediakan forum diskusi untuk membentuk komunitas. Orang-orang yang mengikuti berita lokal seharusnya lebih banyak memahami tentang isu yang terjadi di daerahnya.

Setiap perusahaan media *online* pada hakikatnya harus dapat mengelola medianya dengan baik untuk mencapai tujuannya yaitu tetap bertahan di

persaingan media saat ini. Hal pertama yang harus dilakukan adalah mengenai kecepatan, agar sejalan dengan perkembangan teknologi yang berevolusi dengan membuat inovasi baru. Tidak hanya perusahaan yang harus menyusun strategi pemberitaan, tetapi jurnalis juga dituntut untuk meliput, menulis, dan mengabarkan suatu berita secara *real time, immediacy, multimedia, archieving, dan interactivity* (Ward, Mike, 2002, p. 21).

Provinsi Banten memiliki media lokal yang cukup banyak untuk memberikan informasi kepada masyarakatnya. Namun, dalam data pers di situs dewan pers Indonesia, tercatat hanya sebanyak 29 media baik itu media siaran, siber (*online*), maupun cetak yang terverifikasi administrasi dan faktual, sedangkan media *online* di Banten, tercatat hanya sebanyak 10 media yang terdaftar di dewan pers Indonesia (Data perusahaan pers, 2020).

Dalam penelitian ini, peneliti ingin meneliti *Bidiktangsel.com* yang merupakan media *online* lokal yang secara khusus memberitakan seputar daerah Tangerang yang telah terverifikasi administrasi dan faktual di dewan pers Indonesia.

Media ini menyajikan berita harian dengan berbagai macam kanal untuk menginformasikan kepada masyarakat Tangerang dan sekitarnya seperti kanal pendidikan, kesehatan, dan UKM Tangsel yang hadir di *Bidiktangsel.com*. Hal ini membuat media lokal ini harus bersaing dengan media nasional lainnya yang wilayah jangkauannya seluruh Indonesia untuk tetap bertahan hidup di tengah persaingan media.

Dalam situs platform penyedia analisis dan perbandingan situs yaitu *similarweb.com*, terdapat lima media di Indonesia yang menduduki jumlah pengunjung situs paling banyak pada Maret 2020.

Tabel 1.1 Peringkat Media di Indonesia Berdasarkan Similarweb.

Peringkat	Situs Berita	Jumlah Pengunjung
1	Tribunnews.com	196,73 Juta
2	Detik.com	145,80 Juta
3	Kompas.com	108,61 Juta
4	Yahoo.com	57,15 Juta
5	Idntimes.com	35,32 Juta

Sumber : Similarweb.com

Beberapa media nasional berlomba-lomba menjadi yang terunggul dengan mengutamakan kecepatan dalam penyajian berita berbasis digital. Dalam tabel 1.1 terlihat bahwa media yang masuk dalam peringkat lima terbesar di Indonesia berdasarkan jumlah pengunjung per Maret 2020.

Dengan adanya persaingan dengan media-media nasional tersebut, tentu dibutuhkan adanya pengelolaan dalam redaksi *Bidiktangsel.com* agar tetap eksis dan menarik minat masyarakat terutama masyarakat Kota Tangerang dan Tangerang Selatan.

Selain bersaing dengan media nasional, *Bidiktangsel.com* juga harus bersaing dengan sesama kompetitor media lokal lainnya. Berdasarkan penelusuran peneliti, terdapat beberapa media *online* lokal Kota Tangerang Selatan yang menjadi kompetitor *Bidiktangsel.com* yaitu sebagai berikut.

Tabel 1.2 Media *Online* Lokal Kompetitor *Bidiktangsel.com*

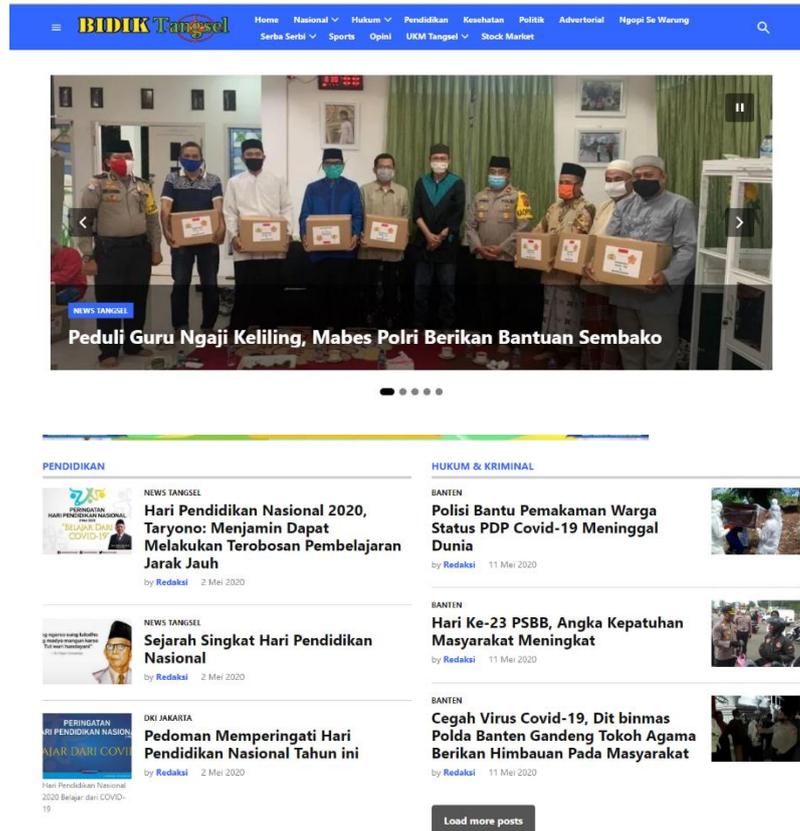
No.	Nama media	No.	Nama media
1.	<i>Bantennews.com</i>	6.	<i>Antarabanten.com</i>
2.	<i>Tangerangnews.com</i>	7.	<i>Tangselpos.com</i>
3.	<i>Radarbanten.com</i>	8.	<i>Suaratangsel.com</i>
4.	<i>Korantangerang.com</i>	9.	<i>Tangerangekspres.com</i>
5.	<i>Koranbanten.com</i>	10.	<i>Tangselmedia.com</i>

Sumber: olahan penulis

Daftar media *online* lokal tersebut menunjukkan bahwa tidak hanya *Bidiktangsel.com* yang menjadi media lokal baik di Kota Tangerang maupun Kota Tangerang Selatan namun, ada media *online* lainnya yang bersaing untuk tetap dapat dibaca oleh masyarakat lokal. Berbagai macam tampilan situs disajikan oleh media lokal tersebut dengan beberapa kanal yang dimiliki.

Namun, apabila dilihat dari kondisi situs *www.Bidiktangsel.com*, media ini memiliki tampilan yang sederhana dengan menampilkan baris kanal di bagian atas seperti gambar 1.1.

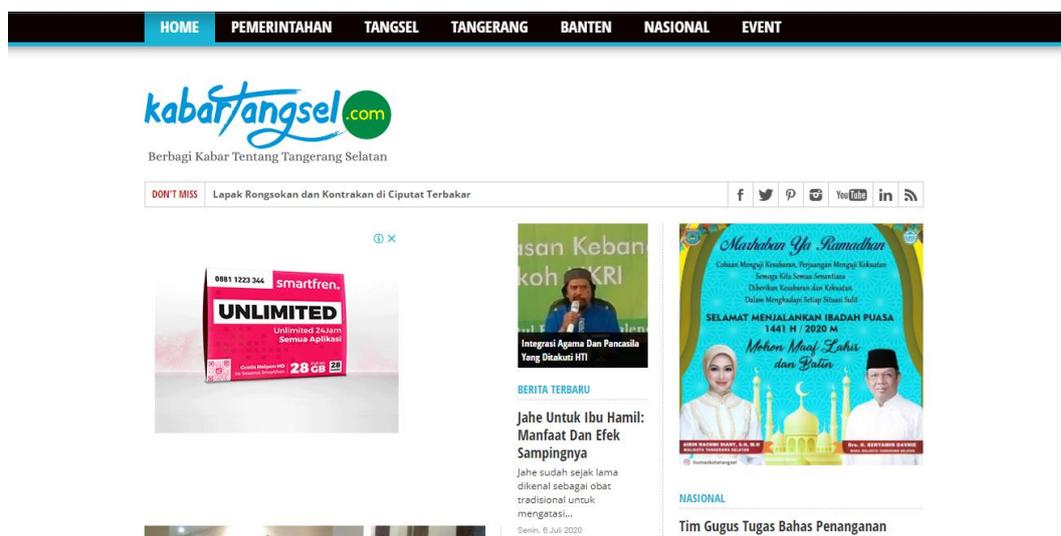
Gambar 1.1 Tampilan Situs *Bidiktangsel.com*



Sumber : situs *Bidiktangsel.com*

Dari situs tersebut, terlihat bahwa tampilannya sangat sederhana dengan menempatkan nama media di pojok kiri atas, lalu di bawahnya terdapat beragam kanal yang disajikan dan terdapat *slide* foto sebagai *headline* berita. Namun ternyata, apabila dilihat dari kedua gambar tersebut, media ini tidak memiliki iklan apa pun dalam tampilan situsnya. Lain halnya pada *Kabartangsel.com* sebagai media lokal Kota Tangerang Selatan yang memanfaatkan kolom kosong untuk menempatkan iklan dalam situsnya. Tampilan situsnya dapat dilihat sebagai berikut ini.

Gambar 1.2 Tampilan Situs *Kabartangsel.com*



Sumber : situs *Kabartangsel.com*

Pada gambar 1.2 terlihat bahwa *Kabartangsel.com* menampilkan iklan salah satu *provider* di Indonesia pada sisi kiri *headline* dalam situsnya sedangkan di sisi kanan terdapat *banner* Walikota dan wakil Walikota Tangerang Selatan. Hal ini tentunya dilakukan sebagai strategi dalam menambah sumber pendapatan sehingga dapat bertahan di tengah persaingan media saat ini. Dengan adanya perbedaan ini, muncul pertanyaan bagaimana *Bidiktangsel.com* mendapatkan tambahan pendapatan? Atas dari masalah ini pula, peneliti ingin mencoba menyelidik bagaimana media ini memiliki pendapatan serta apa saja masalah yang dihadapi oleh media lokal.

Akibat adanya persaingan media, pada 1 Januari 2018, majalah dan situs *Rolling Stone Indonesia* resmi mengakhiri usaha penerbitan majalah musiknya dengan tidak lagi memegang lisensi majalah *Rolling Stone Indonesia* dan situs

Rolling Stone Indonesia (Santhika, 2018, para. 1-2). Media ini pada awalnya bergerak sebagai media cetak atau majalah, lalu berkembang dengan merambah ke media *online*.

Dengan tutupnya *Rolling Stone* Indonesia dua tahun silam, masyarakat bertanya-tanya mengapa media tersebut harus ditutup sehingga hal itu membuat para penggemarnya merasa kecewa. Kejadian ini pun dibahas oleh beberapa media di Indonesia dengan mengungkapkan alasan di balik penutupan media khusus musik ini. Padahal, saat ini pun media lokal juga membutuhkan perhatian agar dapat terus bertahan di tengah persaingan media saat ini. Apabila dicari dalam mesin pencarian Google, tidak ada pemberitaan mengenai media *online* lokal yang tutup.

Resmadi mengungkapkan bahwa kebangkrutan sebuah media merupakan masalah yang kompleks karena berbagai macam faktor di antaranya seperti iklan, internet, hingga manajemen (Resmadi dalam Reily, 2018, para. 2). Dengan adanya fenomena ini, Fayol mengungkapkan bahwa terdapat empat fungsi manajemen yang perlu dilakukan perusahaan dalam mengelola bisnisnya yaitu meliputi perencanaan (*planning*), pengorganisasian (*organizing*), pelaksanaan (*Acting*), dan mengawasi (*controlling*) (Fayol dalam Djuroto, 2000, p. 96).

Berdasarkan uraian latar belakang tersebut, peneliti ingin menelusuri bagaimana penerapan strategi dan manajemen dalam redaksi yang dilakukan media *online* lokal yang dipilih yaitu *Bidiktangsel.com* dalam menyiasati persaingan dengan media *online* nasional yang memiliki jangkauan pemberitaannya lebih luas serta persaingan dengan kompetitor sesama media lokal.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah dijabarkan di atas, penelitian ini memiliki rumusan masalah, yaitu bagaimana manajemen yang dilakukan dalam redaksi media *online* lokal Bidiktangsel.com di tengah persaingan media di Indonesia. Media *online* ini hanya berfokus pada daerah jangkauannya, berbeda halnya dengan media nasional yang memberitakan semua peristiwa dari seluruh daerah di Indonesia.

1.3 Pertanyaan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah di atas, pertanyaan penelitian diturunkan ke dalam beberapa poin sebagai berikut ini :

1. Bagaimana perencanaan yang dilakukan dalam redaksi media *online* lokal *Bidiktangsel.com* dalam menghadapi persaingan dengan media nasional?
2. Bagaimana pengorganisasian yang dilakukan dalam redaksi *Bidiktangsel.com* dengan setiap anggota redaksi?
3. Bagaimana pelaksanaan *Bidiktangsel.com* dalam mencari informasi untuk disajikan kepada masyarakat Kota Tangerang Selatan?
4. Bagaimana pengontrolan yang dilakukan redaksi dalam menjaga kualitas berita?

1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan pertanyaan penelitian yang telah dijabarkan di atas, tujuan dari penelitian ini yaitu sebagai berikut.

1. Mengidentifikasi perencanaan yang dilakukan dalam redaksi media *online* lokal *Bidiktangsel.com* dalam menghadapi persaingan dengan media nasional?
2. Mengidentifikasi pengorganisasian yang dilakukan dalam redaksi *Bidiktangsel.com* dengan setiap anggota redaksi?
3. Menganalisis pelaksanaan *Bidiktangsel.com* dalam mencari informasi untuk disajikan kepada masyarakat Kota Tangerang Selatan?
4. Menganalisis pengontrolan yang dilakukan redaksi dalam menjaga kualitas berita?

1.5 Kegunaan Penelitian

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan sejumlah manfaat di berbagai bidang.

1.5.1 Kegunaan Akademis

Diharapkan penelitian ini dapat memberikan pandangan baru terkait dengan manajemen yang dilakukan dalam sebuah redaksi media lokal. Melalui penelitian ini, diharapkan referensi terkait manajemen redaksi khususnya media lokal semakin banyak sehingga menjadi acuan bagi penelitian selanjutnya.

1.5.2 Kegunaan Praktis

Melalui penelitian ini, diharapkan agar media lokal mampu meningkatkan kualitasnya dalam memproduksi berita. Selain itu, penelitian ini diharapkan menjadi acuan bagi sejumlah media lokal lainnya agar tetap mampu bertahan dalam persaingan media di Indonesia.

1.5.3 Kegunaan Sosial

Bagi masyarakat luas, Penelitian ini diharapkan mampu memberikan gambaran sekaligus pandangan baru bahwa media *online* lokal juga memiliki peran dalam penyebaran informasi terhadap suatu peristiwa di jangkauan wilayahnya masing-masing. Melalui penelitian ini pula diharapkan masyarakat dapat memanfaatkan informasi terkait dengan wilayahnya melalui media *online* lokal yang tersedia dengan baik dan mampu memilah informasi.

1.6 Keterbatasan Penelitian

Dalam penelitian ini, ditemukan beberapa keterbatasan yang dimiliki selama pelaksanaannya. Pada penelitian ini, keterbatasan waktu menjadi hambatan berarti dalam penyelesaiannya. Selain itu, penelitian ini juga tidak mewakili semua media lokal yang ada di Indonesia, tetapi hanya meneliti satu media *online* lokal yang beradai di Kota Tangerang Selatan. Hambatan lainnya yaitu karena pengerjaan penelitian ini dilakukan selama masa pandemi *Covid-19* sehingga semua penelitian dilakukan secara *online* termasuk wawancara hanya via *chat* ataupun telepon.