**Hak cipta dan penggunaan kembali:**

Lisensi ini mengizinkan setiap orang untuk menggubah, 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.

Team project ©2017
Dony Pratidana S. Hum | Bima Agus Setyawan S. IIP

# BAB I

# PENDAHULUAN

## 1.1. LATAR BELAKANG

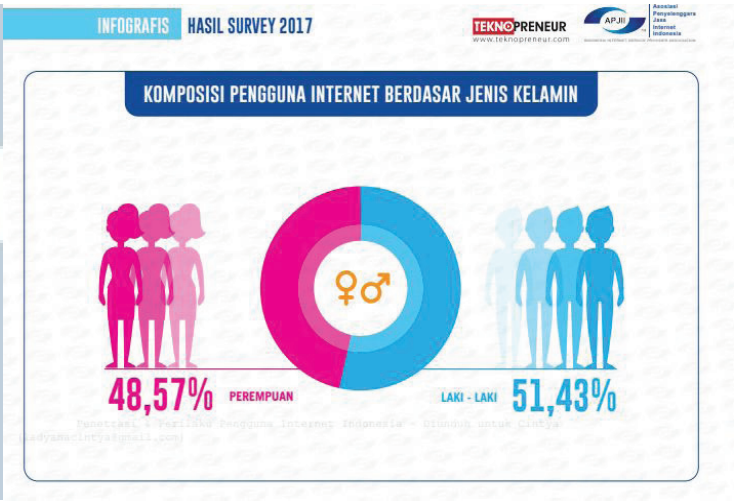
Jumlah pengguna internet Indonesia mengalami peningkatan setiap tahunnya. Data dari Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia (Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia [APJII], 2017) menunjukan pada tahun 2016 pengguna internet di Indonesia berjumlah 132,7 juta dari total populasi penduduk Indonesia 256,2 juta orang. Pada tahun 2017, pengguna internet berjumlah 143,26 juta dari total populasi penduduk Indonesia sebanyak 262 juta orang (APJII, 2017).

Gambar 1.1 Infografis Pengguna Internet Indonesia 2017

Sumber: Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia 2017

Dari 143,26 juta jiwa pengguna internet di Indonesia, sebanyak 48,57 persen atau sekitar 69,58 juta jiwa di antaranya berjenis kelamin perempuan.

Gambar 1.2 Infografis Komposisi Pengguna Internet Berdasar Jenis Kelamin 2017




Sumber: Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia

Jika dilihat dari penetrasi pengguna internet berdasar usia, sebanyak 75,50 persen adalah masyarakat yang berumur 13 – 18 tahun atau kelompok usia remaja. Kelompok usia ini juga menempati posisi tertinggi dari kelompok usia lainnya.

Gambar 1.3 Infografis Penetrasi Pengguna Internet Berdasarkan Usia 2017

Sumber: Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia 2017

Berdasarkan hasil survei APJII tahun 2017, peningkatan jumlah pengguna internet ini menunjukan perilaku masyarakat Indonesia dalam pemanfaatan internet untuk mencari informasi dengan membaca artikel, mencari berita *entertainment*, sosial dan lingkungan, olahraga, dan politik. Kemudahan mengakses internet digunakan masyarakat untuk mencari berita atau informasi melalui internet.

Transformasi digital juga sudah diterapkan oleh beberapa perusahaan di luar negeri. Menurut Westerman, Bonnet, & McAfee (2014), *digital masters* adalah organisasi yang berhasil melakukan transfromasi digital dengan menerapkan teknologi digital untuk mendapatkan profit dan pencapaian yang lebih dari competitor. *Digital masters* terdiri dari dua unsur yakni *digital capability* yang mencakup unsur teknologi yang digunakan dan *leadership capability* yang membahas bagaimana cara perusahaan mengelola transformasi (Westerman, Bonnet, & McAfee, 2014, p.12).

Di samping hal itu, wacana senjakala media cetak mulai ramai dibicarakan dan dipertanyakan. Pada tahun 2015, setidaknya ada empat koran yang berhenti cetak seperti koran Tempo Minggu (11 Oktober), Harian Bola (31 Oktober), koran berbahasa Inggris The Jakarta Globe (15 Desember), dan koran sore Sinar Harapan (31 Desember).

Alasan berhenti cetak pun beragam, mulai dari oplah yang turun drastis, biaya cetak yang semakin mahal, tidak adanya pemasukan dari iklan, dan tren perkembangan media daring. Dilansir dari Tirto.id (2017), data Serikat

Perusahaan Pers (SPS) menunjukan pada tahun 2015 oplah pada media cetak harian, mingguan, tabloid, dan majalah turun 8,9 persen dari tahun sebelumnya (Zuhra, 2017, para. 14).

Melansir dari pindai.org (2015), PT The Nielsen Company Indonesia, lembaga independen yang rutin memantau industri media menyatakan selama 2015, dari 117 surat kabar yang biasanya dipantau kini 16 unit media telah gulung tikar. Sementara dari 170 majalah, 38 di antaranya telah gugur sehingga menyisakan 132 majalah yang bertahan pada 2015 (Erlangga, 2015, para. 5).

Selain koran, beberapa majalah juga memutuskan untuk berhenti cetak. Majalah teknologi Chip dari Kompas Gramedia memutuskan berhenti cetak pada Desember 2016. Beberapa majalah bisnis pun memilih untuk tutup seperti Fortune Indonesia dan Bloomberg Businessweek Indonesia. Pertengahan 2017, majalah remaja pria HAI juga berhenti cetak dan beralih ke media daringnya, Akhir 2017 lalu, majalah musik Rolling Stone Indonesia berhenti cetak dan tutup.

Pada kategori majalah perempuan, setidaknya ada sembilan majalah yang tutup dalam kurun waktu 2011 hingga 2017. Salah satunya adalah majalah remaja perempuan Kawanku yang berhenti cetak pada akhir 2016 dan beralih sepenuhnya menjadi media daring dengan nama cewekbanget.id.

Tabel 1.1 Daftar Majalah Perempuan yang Sudah Tidak Cetak Lagi

| Perusahaan Media | Majalah | Tahun Berhenti Cetak |
|---|---|---|
| Kompas Gramedia | Kawanku | 2016 |
| | Girls | 2015 |
| Femina | Cita Cinta | 2016 |
| | Women's Health | 2016 |

| | | |
|---|---|---|
| | CLEO | 2017 |
| | Pesona | 2017 |
| MRA | SPICE! | 2011 |
| | Good Houskeeping | 2015 |
| | Cosmo Girl Indonesia | 2017 |

Sumber: Hasil Olahan Peneliti

Melansir katadata.co.id (2018), dosen Universitas Telkom Idhar Resmadi memaparkan bangkrutnya sebuah media adalah masalah yang kompleks dengan beragam alasan seperti iklan, internet, hingga manajemen. Ongkos operasional majalah gaya hidup cukup besar, terutama majalah dengan model *franchise* seperti Rolling Stone. Selain itu, majalah gaya hidup juga mempunyai pasar yang tersegmentasi. Ditambah lagi dengan aktualisasi diri generasi *millenials* zaman sekarang yang terbentuk melalui media sosial, tidak lagi melalui majalah (Reily, 2018, para. 2-5).

Hingga kini, majalah untuk remaja perempuan masih ada yang bertahan dengan majalah cetaknya meskipun sudah berinovasi dengan merambah ke media daring. Contohnya, majalah Gogirl! yang pertama kali terbit tahun 2005. Selain majalah cetak, Gogirl! juga mempunyai www.gogirl.id sebagai media daringnya. Segmentasi pembaca Gogirl! adalah perempuan berusia 15 – 23 tahun.

Contoh lainnya adalah majalah GADIS dari Femina Grup. Majalah remaja perempuan ini pertama kali terbit tahun 1973. Mulai dari majalah mingguan, majalah 10 harian, hingga majalah bulanan. Majalah cetak GADIS pun masih beredar di tahun 2018. Diawali dengan majalah edisi tahunan dan dilanjutkan dengan majalah yang beredar secara tematik. Selain majalah cetak, GADIS memiliki www.gadis.co.id sebagai media daringnya sejak tahun 2010. Artikel

yang termuat dalam media daring tersebut bisa diambil dari artikel majalah cetak GADIS maupun liputan yang baru dilakukan redaksi.

Dalam situs web tersebut juga terdapat kanal GADIS TV yang menyajikan video hasil liputan redaksi GADIS. Sebagai majalah yang segmentasi pembacanya adalah remaja perempuan berusia 13 – 18 tahun, GADIS juga mempunyai akun resmi media sosial seperti Facebook, Twitter, Instagram, Ask.Fm, dan *official account* LINE.

Dalam penelitian ini, peneliti memilih majalah GADIS sebagai sumber dan subjek penelitian, karena majalah GADIS adalah majalah remaja perempuan pertama di Indonesia sejak 17 November 1973 yang masih bertahan hingga 2018 ini. GADIS juga menjadi salah satu majalah remaja perempuan yang masih bertahan dengan majalah cetaknya dengan mengedarkan majalah cetak secara tematik. Berdasarkan usia, segmentasi pembaca majalah GADIS sesuai dengan data pengguna internet terbanyak dari APJII 2017 yakni mereka yang berumur 13 – 18 tahun.

Selain majalah cetak, GADIS juga memiiki media daring dengan alamat www.gadis.co.id yang menggunakan susunan redaksi yang sama dengan majalah cetak. Alasan lainnya adalah perubahan pada susunan redaksi majalah GADIS yang awalnya memiliki divisi *Fashion and Lifestyle* yang kini sudah ditiadakan. Hal ini menunjukan kurangnya sumber daya manusia dalam redaksi GADIS.

Peneliti ingin mengetahui sejauh mana dan bagaimana transformasi digital yang dilakukan majalah GADIS. Penelitian ini dianggap menarik dan layak untuk

diteliti karena peneliti melihat pentingnya perubahan dalam era digital dan ingin mengetahui bagaimana transformasi digital dalam perusahaan media yang dilakukan GADIS.

## 1.2. RUMUSAN MASALAH

Berangkat dari latar belakang di atas, peneliti merumuskan sebuah rumusan masalah berupa bagaimanakah transformasi digital dalam majalah GADIS?

## 1.3. PERTANYAAN PENELITIAN

Dari rumusan masalah di atas, peneliti menyusun pertanyaan penelitian seperti:

1. Bagaimana majalah GADIS menerapkan transformasi digital di era digital yang mengancam industri media cetak?
2. Apa *digital capability* yang digunakan dalam majalah remaja perempuan GADIS?
3. Bagaimana *leadership capability* yang diterapkan dalam majalah remaja perempuan GADIS?
4. Sejauh menerapkan transformasi digital, di mana letak level transformasi digital dari GADIS?

UNIVERSITAS MULTIMEDIA NUSANTARA

## 1.4. TUJUAN PENELITIAN

Peneliti bertujuan untuk mengetahui transformasi digital yang diterapkan GADIS di era digital ini. Peneliti juga ingin mengetahui transformasi digital yang dilakukan GADIS. Dari transformasi digital ini, peneliti ingin mengetahui *digital capability* dan *leadership capability* yang telah dilakukan GADIS. Dari dua komponen tersebut, Peneliti ingin mengetahui apa level transformasi digital dari GADIS.

## 1.5. KEGUNAAN PENELITIAN

### 1.5.1. Kegunaan Akademis

Secara akademis, penelitian ini diharapkan dapat menambah kajian tentang transformasi digital dalam sebuah media cetak dari segi *digital capability* dan *leadership capability* untuk mempertahankan media cetaknya. Penelitian ini juga kiranya dapat memberikan kontribusi di bidang jurnalistik dan menjadi bahan rujukan untuk kalangan penelitian akademis yang serupa.

### 1.5.2. Kegunaan Praktis

Penelitian ini berguna sebagai masukan dan evaluasi bagi redaksi majalah GADIS untuk kelangsungan kehidupan medianya. Selain itu, penelitian ini diharapkan bisa digunakan GADIS untuk lebih dalam beradaptasi dalam dunia digital. Kiranya penelitian ini dapat menjadi

wawasan terkait transformasi digital maupun manajemen media untuk media cetak khususnya majalah.

1.5.3. Kegunaan Sosial

Penelitian ini diharapkan bermanfaat untuk membentuk pengetahuan dan sikap masyarakat tentang kegunaan transformasi digital dalam media khususnya majalah cetak untuk mempertahankan eksistensinya. Selain itu, masyarakat diharapkan mempunyai wawasan dan bisa menyikapi tentang keberadaan majalah cetak yang masih ada hingga saat ini.

## 1.6. KETERBATASAN PENELITIAN

Penelitian ini membahas tentang transformasi digital secara keseluruhan dalam GADIS baik dari sisi redaksi maupun bisnis. Penulis membahas perubahan yang terjadi secara garis besar dari awal GADIS melakukan transformasi digital hingga saat ini berdasarkan hasil wawancara, hasil observasi, dan beberapa dokumen elektronik. Oleh karena itu, Peneliti tidak membahas secara mendalam perubahan yang terjadi pada tahun tertentu. Peneliti hanya menggunakan satu konsep yakni *Digital Masters* yang biasa digunakan pada perusahaan non media.

UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA