

BAB I

PENDAHULUAN

A. KONTEKS PENELITIAN

Industri media cetak mengalami tantangan besar akibat perubahan perilaku konsumsi masyarakat yang lebih memilih menggunakan platform digital daripada media cetak dalam mendapatkan informasi. Menurut Picard (2020) platform digital saat ini menjadi pilihan utama masyarakat untuk mendapatkan berita secara cepat dan praktis.² Karena tatanan kehidupan sosial masyarakat saat ini beralih menjadi masyarakat informasi dimana masyarakat membutuhkan akses informasi yang cepat dan praktis. Berbeda dengan media cetak yang proses menyebarluaskan informasi membutuhkan sedikit lebih lama, media online justru bisa menyebarluaskan informasi kapan saja dan dimana saja. Dalam laporan Reuters Institute dalam Digital News Report 2024 menyebutkan bahwa dari 2.008 responden dari Indonesia, sebanyak 79% responden mengakses berita melalui media digital.³ Menurut hasil survei Perusahaan Informasi dan Pengukuran Global Nielsen menyatakan terdapat 6 juta orang yang membaca media online, jauh lebih banyak dari 4,5 juta orang yang membaca media cetak.⁴

² Picard, R. G. (2020). Twilight or Transformation? Media Economics and The Digital Transition. *Digital Journalism*, 8 (2).

³ Supriadi & Rizaty, Monavia Ayu. (2024). Daftar Sumber Berita yang Paling Banyak Digunakan Masyarakat Indonesia pada 2024. DataIndonesia.id.

⁴ Setiawan, Iwan. (2020). *Media Cetak Dalam Menghadapi Era Teknologi Informasi*. Binus University.

Penurunan jumlah pembaca dan oplah koran menjadi masalah utama yang mengancam keberlangsungan media cetak. Biaya produksi dan distribusi yang tinggi menjadi salah satu tantangan perusahaan media cetak. Kenaikan harga bahan baku seperti kertas, tinta, serta biaya operasional lainnya menambah beban finansial bagi perusahaan media cetak. Saat ini, biaya surat kabar 16 halaman dengan 4 halaman warna diperkirakan mencapai 3000 sampai 4000 rupiah, dan bisa lebih tinggi lagi.⁵ Sedangkan oplah dan pendapatan iklan menurun seiring dengan penurunan pembaca terus menerus. Dalam survei lembaga Word Press Trends Outlook 2022-2023 dirilis oleh World Association of News Publishers (WANIFRA), mencatat pendapatan media cetak di Jerman masih menghasilkan lebih dari separuh pendapatan (53,5 persen) yang mana angka tersebut lebih tinggi di beberapa pasar negara Afrika. Pendapatan cetak melalui sirkulasi maupun iklan menyumbang 75 persen dari total pendapatan penerbit.⁶

Tidak sedikit perusahaan media cetak yang mengalami penurunan produksi dan pendapatan. Menurut Newman et al. (2023) peningkatan akses informasi dan penggunaan perangkat seluler menyebabkan penurunan signifikan pada oplah dan pendapatan iklan media cetak.⁷ Berdasarkan hasil pendataan Serikat Penerbit Surat kabar (SPS) diperoleh 434 media cetak hingga bulan Mei tahun 2020, terdapat 71 persen perusahaan media cetak

⁵ Setiawan, Agus. (2023). *Ketika Media Cetak di Indonesia Terus Berguguran*. Antaranews. Dikutip pada tanggal 25 September 2024.

⁶ Ibid,

⁷ Newman, N., Fletcher, R., Schulz, A., Andi, S., Robertson, C.T., & Nielsen, R.K. (2023). Reuters Institute Digital News Report 2023. Reuters Institute for the Study of Journalism.

yang mengalami penurunan omzet lebih dari 40 persen dibanding tahun 2019.⁸ Sedangkan jumlah media online setiap tahun terus menerus bertambah. Menurut data Dewan Pers pertanggal 21 Februari 2024, jumlah media yang ada di Indonesia terdapat 1.819 media dan sebanyak 989 termasuk media digital.⁹

Koran Jawa Pos Radar Jombang merupakan media cetak lokal di wilayah Kabupaten Jombang yang diproduksi oleh PT Jombang Intermedia Pers. PT Jombang Intermedia Pers merupakan perusahaan media lokal yang menyediakan layanan akses informasi, berupa produk berita, artikel, dan iklan, *update* secara cepat. Perusahaan yang berdiri sejak 2 Juni 2014 ini menjadi perusahaan media besar di wilayah Kabupaten Jombang dengan tagline “Korane Wong Jombang” yang menegaskan posisinya sebagai pemimpin pasar media cetak di Kabupaten Jombang.¹⁰ PT Jombang Intermedia Pers memiliki dua media yaitu satu media cetak koran dengan nama Jawa Pos Radar Jombang dan 3 media online meliputi radarjombang.jawapos.com, jombangbanget.id, dan desakita.co.¹¹ Hingga saat ini media tersebut masih berdiri untuk menyajikan informasi di wilayah Jombang. Di tahun 2024, oplah media cetak koran Jawa Pos Radar Jombang sendiri sekitar 1200 eksampler.

⁸ Ispriadi, Bella D.S, dkk. (2020). *Eksistensi Media Cetak pada Masa Pandemi Covid-19*. Jisip, 9 (2).

⁹ Pratiwi, F. S. (2024). *Data Jumlah Media Pers di Indonesia yang Terverifikasi per 21 Februari 2024*. DataIndonesia.id.

¹⁰ Company Profile Jawa Pos Radar Jombang 2024

¹¹ Company Profile Jawa Pos Radar Jombang 2024

Perusahaan media cetak memerlukan inovasi dan kolaborasi untuk mempertahankan eksistensinya saat ini, salah satunya dengan memperkuat eksistensi media cetak di media digital. Pengembangan multiplatform dengan menyediakan konten cetak dan digital yang saling melengkapi untuk meningkatkan penjualan media cetak.¹² Konvergensi media digital melalui portal berita online menyajikan informasi yang lebih detail dan mendalam, terstruktur, terverifikasi, dan kredibel. Hal tersebut untuk mempertahankan eksistensi dan kualitas media jurnalistik, serta menjangkau audiens lebih luas dengan akses informasi yang mudah dan cepat.

Desakita.co merupakan salah satu media online baru yang diluncurkan oleh Jawa Pos Radar Jombang sejak Oktober 2023 dan diresmikan pada bulan Mei 2024 sebagai bagian dari inovasi dan adaptasi terhadap perkembangan teknologi informasi dan perilaku kebutuhan konsumsi berita masyarakat, termasuk generasi Z saat ini.¹³ Website ini menyajikan konten relevan dan menarik yang berkaitan dengan desa, seperti profil, potensi, pembangunan, aturan desa. Hal ini menjadi peluang strategis mengingat otonomi desa yang semakin kuat sehingga dapat memperkuat posisi Jawa Pos Radar Jombang dalam menghadapi tantangan media cetak dengan menyediakan konten yang relevan dan unik yang tidak banyak dijangkau media lain. Strategi ini merupakan bagian dari upaya memperkuat eksistensi

¹² Sholahuddin. (2013). *Strategi Pengembangan Produk di Industri Media Cetak di Indonesia (Bertahan di Tengah Persaingan dengan Media Online)*. *Benefit: Jurnal Manajemen dan Bisnis*, 17(1), 9–17.

¹³ Wenny Rosalina. (2024). Jawa Pos Radar Jombang Launching JombangBanget.id dan Desakita.co: Perkuat Media Cetak, Punya Tiga Media Online. JombangBanget.id

media cetak dengan tiga media online sehingga eksistensi media koran Jawa Pos Radar Jombang tetap terjaga dalam jangka waktu panjang hingga puluhan tahun ke depan. Media online dapat menjadi sumber pendapatan tambahan bagi media cetak koran melalui iklan digital, berlangganan premium, atau donasi pembaca.¹⁴

Menurut Napoli (2019) bukan hanya sekadar memiliki media digital saja, media cetak perlu menerapkan strategi konten yang efektif untuk menarik dan mempertahankan pembaca serta meningkatkan daya saing.¹⁵ Menurut Kristina Halvorson (2009) strategi konten merupakan strategi perencanaan, pengembangan, dan pengelolaan konten untuk memenuhi kebutuhan pengguna dan tujuan *website* dibentuk.¹⁶ Hal ini mencakup identifikasi target audiens, perencanaan konten, produksi konten, distribusi konten, dan evaluasi kinerja konten. Strategi konten yang tepat meliputi penyajian berita yang cepat dan informatif, pemanfaatan multimedia (gambar, infografik, dan video), penerapan teknik SEO agar mudah ditemukan di mesin pencarian,¹⁷ integrasi dengan media sosial untuk meningkatkan *engagement* pembaca.¹⁸ Selain itu, monetisasi

¹⁴ Saputra, Ekky, dkk,. (2023). Peran Media Online SRIPOKU.COM dalam Mendukung Pemasaran Media Cetak Sriwijaya Post. Palembang. Tabayyun: Jurnal of Journalism, Nomor 3 (2).

¹⁵ Napoli, P.M. (2019). Media Economics and The Digital Transition: Theories and Applications. Routledge.

¹⁶ Halvorson, K., & Rach, M. (2010). *Content strategy for the web*. New Riders Press.

¹⁷ Chyi, H.I., & Tenenboim, O. (2019). Rethinking The Relationship Between Online and Print Newspaper: A Longitudinal Study of US Local Dailies. Journalism, 20(8).

¹⁸ Westlund, O., & Krumsvik, A.H. (2018). Media and Social Media Logic: The Digital Transformation of News Media Business Models. Media, Culture, & Society, 40 (5).

melalui model berlangganan (*paywall*) atau iklan digital juga menjadi faktor penting bagi keberlanjutan bisnis media cetak di ranah digital.¹⁹

Meskipun demikian, keberhasilan strategi yang diterapkan sangat bergantung pada bagaimana media mampu menyajikan konten yang bernilai bagi pembaca serta menjaga loyalitas mereka. Seiring dengan meningkatnya jumlah pengguna internet, persaingan dalam menarik perhatian audiens semakin ketat. Oleh karena itu, strategi konten website yang efektif menjadi faktor penting dalam meningkatkan visibilitas, engagement, dan retensi pengguna.²⁰ Namun tantangan yang dihadapi dalam mengelola strategi konten website juga banyak. Diantaranya kesulitan dalam menciptakan konten yang sesuai dengan kebutuhan audiens, kurangnya pemanfaatan teknik SEO yang optimal, serta keterbatasan dalam distribusi konten yang efektif (Pulizzi, 2020).²¹ Akibatnya, banyak website memiliki tingkat kunjungan yang rendah dan kurang mampu bersaing dalam ekosistem digital yang semakin kompetitif.

Persaingan dalam media digital semakin ketat. Menurut data Internet Live Stats tahun 2023, lebih dari 1,9 miliar website aktif di seluruh dunia, persaingan dalam menarik perhatian audiens semakin ketat.²² Website yang tidak memiliki strategi konten yang jelas berisiko kehilangan audiens dan

¹⁹ Cornia, A., Sehl, A., & Nielsen, R.K. (2021). Pay Models for Online News in The US and Europe: Digital Strategies and Reader Revenues. Reuters Institute for The Study of Journalism.

²⁰ Chaffey, D., & Smith, P. R. (2022). *Digital Marketing Excellence: Planning, Optimizing and Integrating Online Marketing*. Routledge.

²¹ Pulizzi, J. (2020). *Content Inc.: Start a Content-First Business, Build a Massive Audience, and Become Radically Successful (With Little to No Money)*. McGraw Hill.

²² Internet Live Stats. (2023). *Total Number of Websites*.

tertinggal dari pesaingnya. Selain itu, penggunaan Search Engine Optimization (SEO) merupakan faktor kunci dalam meningkatkan keterlihatan website di mesin pencari seperti Google. Menurut Chaffey & Smith (2022), 75% pengguna internet tidak pernah melihat hasil pencarian di luar halaman pertama Google.²³ Dengan strategi konten yang teroptimasi dengan baik, website dapat meningkatkan peringkat pencarinya dan menarik lebih banyak pengunjung secara organik.

Penelitian pada website desakita.co penting dilakukan untuk melihat pengoptimalan pemanfaatan teknologi digital dalam mendukung transparansi, akuntabilitas, dan efektivitas komunikasi masyarakat yang membutuhkan informasi valid dan terverifikasi mengenai desa-desa yang ada di Kabupaten Jombang. Selain itu, memahami bagaimana konten digital desakita.co dapat menarik dan mempertahankan audiens, terutama generasi muda, untuk membaca koran Jawa Pos Radar Jombang. Konten berkualitas dapat meningkatkan kepercayaan dan loyalitas pelanggan terhadap suatu merek atau organisasi (Holliman & Rowley, 2014).²⁴

B. FOKUS DAN PERTANYAAN PENELITIAN

Berdasarkan permasalahan di atas, penelitian ini bertujuan untuk menganalisis strategi konten website desakita.co yang dilakukan untuk mempertahankan eksistensi media cetak koran Jawa Pos Radar Jombang di tengah persaingan media digital. Fokus penelitian ini pada strategi

²³ Chaffey, D., & Smith, P. R. (2022). *Digital Marketing Excellence: Planning, Optimizing and Integrating Online Marketing*. Routledge.

²⁴ Holliman, G., & Rowley, J. (2014). Business to business digital content marketing: marketers' perceptions of best practice. *Journal of Research in Interactive Marketing*, 8(4), 269-293.

pengelolaan konten website desakita.co sebagai upaya mempertahankan eksistensi media cetak. Penelitian ini lebih menitikberatkan pada bagaimana konten digital website sebagai strategi untuk mendukung media cetak agar tetap relevan dan bertahan di era digital. Dengan memahami strategi konten yang efektif diharapkan dapat memberikan rekomendasi yang bermanfaat bagi pengelola website dalam mengoptimalkan pemanfaatan teknologi digital untuk memberikan informasi valid dan terverifikasi mengenai desa-desa yang ada di Kabupaten Jombang. Sehingga media cetak koran Jawa Pos Radar Jombang mampu menyesuaikan diri dengan perkembangan teknologi dan mempertahankan medianya hingga puluhan tahun mendatang.

Berdasarkan latar belakang masalah penelitian ini, rumusan masalah yang akan diteliti adalah

1. Bagaimana strategi konten yang diterapkan website desakita.co untuk mempertahankan eksistensi media cetak Jawa Pos Radar Jombang?
2. Bagaimana evaluasi strategi konten website desakita.co dalam mendukung eksistensi media cetak Jawa Pos Radar Jombang?

C. TUJUAN PENELITIAN

Berdasarkan latar belakang dan rumusan masalah di atas, peneliti memiliki tujuan yang harus dicapai dalam penelitian ini yaitu

1. Untuk mengetahui strategi konten yang diterapkan website desakita.co untuk mempertahankan eksistensi media cetak Jawa Pos Radar Jombang.

2. Untuk mengetahui evaluasi strategi konten website desakita.co dalam mendukung eksistensi media cetak Jawa Pos Radar Jombang.

D. KEGUNAAN PENELITIAN

1. Secara teoritis

Diharapkan penelitian ini mampu menambah wawasan dan pemahaman tentang strategi konten digital yang efektif untuk mempertahankan eksistensi media cetak di era digital. Penelitian ini juga diharapkan memberikan referensi dan kontribusi pemikiran bagi pengembangan ilmu komunikasi dan media, khususnya dalam pengelolaan konten media cetak dan digital.

2. Secara praktis

Diharapkan penelitian ini mampu memberikan rekomendasi strategi kepada manajemen Jawa Pos Radar Jombang dan tim website desakita.co untuk mengoptimalkan konten digital agar dapat mempertahankan dan meningkatkan loyalitas pembaca media cetak.

E. PENEGRASAN ISTILAH

1. Strategi Konten

Yang dimaksud dengan strategi konten dalam penelitian ini adalah upaya yang dilakukan secara sistematis oleh tim pengelola desakita.co dalam merancang, memproduksi, dan menyajikan konten digital yang sesuai dengan tujuan komunikasi mereka. Strategi ini mencakup pemilihan tema, gaya penyajian, jenis media (teks, gambar, video), serta penyesuaian dengan audiens target.

2. Website Desakita.co

Website Desakita.co adalah media daring yang dikelola oleh PT Jombang Intermedia Pers (Jawa Pos Radar Jombang), dengan fokus pada publikasi informasi seputar pembangunan desa, kebijakan desa, serta cerita inspiratif dari masyarakat desa. Dalam penelitian ini, Desakita.co menjadi objek penelitian yang dianalisis dari aspek strategi konten yang dilakukan.

3. Mempertahankan Eksistensi Media

Menjaga eksistensi media mengacu pada berbagai upaya dan strategi yang dilakukan oleh media massa, baik cetak maupun konvensional, untuk tetap eksis dan relevan di tengah dinamika zaman, khususnya dalam era digital yang dikuasai oleh media daring dan kemajuan teknologi informasi yang pesat. Dalam konteks ini, mempertahankan keberlangsungan media menuntut kemampuan untuk menyesuaikan diri dengan perubahan perilaku audiens serta perkembangan teknologi, tanpa mengabaikan prinsip-prinsip dasar jurnalisme seperti integritas, kepercayaan, dan profesionalisme dalam menyampaikan informasi. Upaya tersebut mencakup inovasi dalam produk dan strategi pemasaran, penguatan platform digital, menjaga mutu dan kebenaran isi berita, serta membina dan mempertahankan loyalitas serta kepercayaan dari audiens.

F. SISTEMATIKA PENULISAN

Dalam penelitian ini terdapat enam bab, yang dijelaskan masing-masing sebagai berikut:

BAB I PENDAHULUAN

Dalam bab ini berisi penjelasan mengenai konteks penelitian, fokus dan pertanyaan penelitian, tujuan penelitian, kegunaan penelitian, penegasan istilah, dan sistematika penulisan.

BAB II LANDASASAN TEORI

Dalam bab ini memuat uraian tinjauan pustaka yang didasarkan pada buku-buku teks yang diambil teori-teori besar (grand theory) dan teori pendukung serta konsep-konsep yang berkaitan dengan penelitian. Terdapat kajian penelitian terdahulu serta kerangka pemikiran.

BAB III METODE PENELITIAN

Dalam bab ini berisi menjelaskan tentang jenis dan pendekatan penelitian, lokasi dan waktu penelitian, sumber data, informan penelitian, teknik pengumpulan data, validitas data, dan teknik analisis data.

BAB IV HASIL PENELITIAN

Dalam bab ini menjelaskan hasil data dan temuan yang didapatkan saat melakukan penelitian strategi pengelolaan konten website desakita.co.

BAB V ANALISIS DAN PEMBAHASAN

Dalam bab ini berisi pembahasan dan menganalisis penelitian dari data yang didapatkan dari sumber informan terpercaya dan peneliti membandingkan data yang didapatkan dengan teori-teori yang berkaitan dan penelitian terdahulu.

BAB VI PENUTUP

Dalam bab ini berisi dua hal pokok yaitu kesimpulan dan saran yang didasarkan dari penelitian.

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN-LAMPIRAN