

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Proses seseorang untuk bisa mendapatkan berita dan informasi pada era kini telah berubah dari yang semula disajikan dalam media tradisional kini berubah menjadi media online. Dan juga saat ini banyak sekali media cetak yang menerapkan konvergensi media, yang merupakan proses menggabungkan media tradisional dan media online. Konvergensi media ini menggunakan teknologi digital untuk mencapai lebih banyak pengguna dan mengubah cara mereka mengakses informasi. (Khumairoh, 2021) Beberapa menyebut perubahan ini dilatar belakangi karena mengikuti keberadaan dengan adanya perkembangan teknologi dalam bidang informasi.

Menurut data dari website Hootsuite (We are Social) tahun 2024 yang merupakan laman website yang menyajikan data seseorang mengakses internet, media sosial dan perilaku e-commerce setiap tahun secara berkala. Terdapat 185,3 juta pengguna internet di Indonesia di awal tahun 2024, dengan penetrasi internet mencapai 66,5 persen. Persentase ini juga memberikan penjelasan umum mengenai “keadaan digital” di Indonesia (Riyanto, 2024). Di Indonesia sendiri untuk pemanfaatan serta perkembangan media massa sudah sangat mempengaruhi penyebaran dan keragaman dalam informasi. Sehingga perkembangan media pun juga mengalami perubahan, termasuk beralihnya media tradisional kini beralih lebih beragam disajikan dalam media online.

Pada implementasi media tradisional ke arah media online berawal dengan adanya asumsi bahwa media cetak harus menerbitkan versi online jika ingin tetap beroperasi. Oleh karena itu, pada saat ini banyak sekali media yang menerapkan konvergensi media, penerbitan versi online dianggap sebagai kebutuhan yang penting, bukan sekadar mengikuti tren belaka (Khumairoh, 2021). Pengembangan media online akan terus dilakukan untuk menciptakan

konvergensi media yang kuat. Media cetak dan media online akan berjalan seiringan untuk dapat berjalan di era yang semakin maju.

Media Online mampu memberikan berbagai pilihan informasi lebih cepat dan fleksibel kepada masyarakat umum sehingga mereka dapat memperoleh informasi sesuai dengan kebutuhan mereka (Putra, 2019). Kemajuan dari teknologi media dapat menginduksi perubahan di tengah masyarakat luas karena pada era saat ini masyarakat sudah sangat bergantung pada teknologi. Hal ini terbukti dengan sejak popularitas media online (portal berita) meningkat karena selain cepat, situs-situs tersebut juga dapat mendistribusikan berita secara gratis dan praktis, interaktif, dan pada saat yang sama penerapan konvergensi media dianggap sebagai keputusan yang tepat yang dilakukan oleh suatu media untuk memperluas jaringan pembaca dan menumbuhkan loyalitas. Media online juga memiliki banyak fitur dan karakteristik dibandingkan media tradisional.

Media online memiliki kelebihan yang membuatnya unggul dibandingkan media tradisional (Romli, 2018). Dari segi viewer, media online mampu menjangkau audiens yang lebih luas tanpa batasan geografis. Dengan bantuan algoritma dan fitur personalisasi, konten dapat ditargetkan secara spesifik berdasarkan demografi, minat, dan kebiasaan dari pengguna. Dari sisi desain, media online lebih fleksibel dalam menyajikan informasi. Penggunaan elemen visual seperti gambar, video, infografis, dan animasi interaktif, serta penyajian konten pada halaman kebanyakan desainnya dibuat sederhana mungkin karena publik sekarang ini cenderung mencari bacaan yang tampilannya sederhana dan tidak membuat pandangan lelah serta penyajian berita disertai pemilihan isu yang matang sesuai dengan judul.

Selain itu, media online dapat diakses melalui berbagai perangkat, seperti komputer, tablet, dan smartphone, memastikan kenyamanan pengguna kapan saja dan di mana saja. Terdapat aktivitas sosial media seperti Instagram, Facebook, X, dan lain sebagainya yang dimanfaatkan sebagai penunjang keberadaan dari media online. Karena indikator kekuatan dari suatu media online

dapat dilihat dari durasi pengakses media online yang biasa disebut *viewer* atau *visitor*. Kombinasi fitur ini menjadikan media online sebagai platform yang adaptif, efektif, dan berdaya saing tinggi.

Penulisan berita dalam media online menekankan kecepatan, keterbacaan, dan daya tarik visual. Judul harus menarik, relevan, dan *SEO-friendly*. *Lead* menyampaikan inti berita dengan pendekatan 5W+1H. Paragraf dibuat singkat dan sederhana untuk memudahkan para pembaca, dilengkapi subjudul dan elemen multimedia seperti gambar atau video. Kebanyakan pembaca berita tidak berlama lama untuk menuntaskan bacaannya karena tak jarang orang membaca berita hanya untuk mengisi sedikit waktu luangnya atau hanya ingin mencari informasi pendek, oleh karena itu penulisan *headline* berita yang menarik dapat menjadi penentu pengakses media online untuk meng-klik sebuah berita (Priatna, 2020).

Pada Peraturan Dewan Pers No. 6 Tahun 2008 Pasal Ketiga mengatur bahwa wartawan wajib menguji informasi, memberitakan informasi yang didapatkan secara berimbang, dan tidak mencampurkan data fakta dengan opini yang menghakimi, serta menerapkan asas praduga tak bersalah. Untuk menjaga integritas, portal berita perlu mematuhi kode etik, meningkatkan pengawasan editorial, dan mengutamakan kredibilitas. Keberlanjutan sebuah media juga dianggap penting karena merupakan cerminan dari berita itu layak dan memenuhi unsur nilai berita. Sayangnya, demi mengejar kecepatan dan aktualitas, banyak wartawan media online sering mengabaikan prinsip-prinsip jurnalistik, yang seharusnya menekankan pada akurasi, keseimbangan, dan tanggung jawab dalam menyampaikan informasi. Praktik ini dapat mengancam reputasi media di mata pembaca dan menciptakan ketidakpercayaan publik terhadap berita yang disajikan. (Abanat dkk., 2023). Hal ini dapat disimpulkan bahwa keberadaan Kode Etik Jurnalistik (KEJ) sangat penting sebagai pedoman utama dalam menjalankan kaidah kerja jurnalis.

Dewan Pers telah memverifikasi media yang berjumlah hingga mencapai 1.819. Jumlah ini didapatkan dari hasil akumulasi sejak pendataan berbasis digital yang dilakukan sejak tahun 2018 yang telah terverifikasi hingga 21 Februari 2024. Dari jumlah itu sebanyak 989 (54%) merupakan media online, 434 (24%) media cetak, 376 (21%) media televisi, dan 18 (1%) media radio (Pratiwi, 2021).

Dampak dari perubahan transformasi informasi tercermin dalam munculnya media online di berbagai wilayah, termasuk Kota Malang, yang menghasilkan beragam media online, baik yang berdiri sendiri maupun yang merupakan ekstensi bisnis media yang sudah ada sebelumnya. Dikutip dari JurnalMalang.com ada 20 media online dengan kategori portal berita yang aktif dan berproduksi di Kota Malang diantaranya MalangVoice.Com, MalangTimes.Com, TimesMalang.Com, TuguMalang.Id, MediaMalang.Com, JurnalMalang.Com, SeputarMalang.Com, Adadimalang.Co, MalangNews.id, MalangPagi.Com, WeAremania.Net, JurnalMalang.Com, KabarMalang.Com, Klikapa.com, Aremamedia.com, MalangPariwara.Com, MalangSatu.Id, BacaMalang.Com, PolitikaMalang.Com, MalangPoscoMedia.Id. Kemajuan dari teknologi informasi lah yang melahirkan media internet yang modern.

Kemunculan beragam media online ini membawa persaingan ketat dalam industri media, baik media cetak dan media online. Publik menjadi kunci dalam keberlanjutan keberadaan suatu media, sehingga penyajian dari konten yang menarik, akurat, dan relevan adalah cara terbaik untuk mendapatkan dan mempertahankan perhatian *viewers* atau *visitor*. Aspek kecepatan menjadi krusial dalam persaingan di antara media online pada era digital ini. (Arifaha & Abdul Rahman Ashidiq, 2024). Akses internet memungkinkan aliran informasi yang cepat dan tak terbatas oleh jarak dan waktu, mendorong setiap media online untuk berlomba-lomba menyajikan berita dengan kecepatan terbaik dan menarik jumlah *viewers* dan *visitor* sebanyak mungkin untuk tetap mempertahankan eksistensinya.

Sebuah portal berita harus mengoptimalkan strategi pemberitaan dikarenakan seiring meningkatnya konsumsi informasi dan penetrasi internet di Indonesia. Dengan cara menyediakan konten yang akurat, relevan, cepat, dan mudah diakses, serta memanfaatkan teknologi seperti analitik data dan SEO, portal berita dapat menjangkau audiens lebih luas dan mempertahankan eksistensinya ditengah persaingan media. Strategi dalam arti luas, merupakan cara yang dilakukan oleh seseorang atau kelompok organisasi untuk mencapai tujuan (Zamzami & Wili Sahana, 2021). Konsep dari strategi sendiri dibuat oleh proses yang rasional (sengaja) berdasarkan dari sebuah pemikiran dengan tujuan jangka panjang di dalam organisasi terutama di lingkungan yang stabil, sedangkan di lingkungan yang bergejolak, perencanaan strategi cenderung muncul dengan pemikiran yang bertahap dan dianggap sebagai hasil dari eksperimen serta pembelajaran. Oleh karena itu strategi lebih berorientasi pada proses. Pada media yang melakukan konvergensi media dan mengadaptasi media online melibatkan serangkaian proses pemikiran yang direncanakan secara cermat untuk mengakomodasi perubahan tersebut. Dalam penelitian ini strategi yang dimaksud adalah strategi pemberitaan dalam menghadapi persaingan ketat media online yang telah dijalankan dan dilakukan oleh Malang Posco Media dalam membangun portal berita yang sudah berjalan dari awal berdiri.

Malang Posco Media adalah salah satu media yang menerapkan konvergensi media, Malang Posco Media memiliki media berupa cetak dan juga media online. Malang Posco Media juga merupakan salah satu pionir portal berita online di Malang Raya. Malang Posco Media berdiri sejak 02 Februari 2022, media ini sebelumnya bernama New Malang Pos kemudian me-rebranding dirinya menjadi Malang Posco Media, dengan portal berita yang baru dengan nama Malangposcomedia.id. Media ini mengacu pada media konvensional (koran) New Malang Pos yang dulu pernah ada dan dikenal selalu menghadirkan jurnalisme yang bermakna. Malang Posco Media terletak di Jl. Jembawan VII Blok 3F No 8 Sawojajar II, Mangliawan, Kec. Pakis, Kabupaten Malang 65154

Portal berita Malang Posco Media memberikan informasi seputar pendidikan, kesehatan, politik, ekonomi, pendidikan, olahraga, pariwisata, peristiwa yang sedang terjadi, dan hal terkini lainnya. Malang Posco Media juga merupakan media lokal yang ruang pemberitaannya meliputi Kabupaten Malang, Malang Kota, dan Kota Batu. Malang Posco Media menghadapi tantangan besar dalam menerapkan konvergensi media dan mempertahankan eksistensinya di era persaingan media online yang semakin beragam. Pesatnya kemajuan teknologi informasi dan komunikasi saat ini secara signifikan mempengaruhi gaya hidup manusia. Perubahan ini sejalan dengan perubahan masyarakat dari tradisional menuju modern, yang pada gilirannya mendorong menuju arus globalisasi. Karena Malang Posco Media merupakan salah satu pionir portal berita di Kota Malang, keberadaan media lokal lain di Kota Malang merupakan salah satu hambatan yang dihadapi oleh Malang Posco Media yang memungkinkan adanya persaingan. Ditambah Malang Posco Media sering kali menempati urutan teratas media terbaik dengan jumlah *viewers* dan *visitor* terbanyak di Kota Malang. Hal ini mengharuskan Malang Posco Media untuk mempertahankan serta selalu meningkatkan strategi pemberitaannya dalam mengelola portal berita untuk membuat portal beritanya tetap eksis dan tetap menjadi urutan teratas di era ketatnya persaingan media online saat ini.

Berdasarkan latar belakang diatas peneliti tertarik untuk meneliti strategi pemberitaan dalam portal berita yang telah diterapkan oleh Malang Posco Media sejauh ini dalam menghadapi ketatnya persaingan media online. Peneliti terdorong untuk melakukan penelitian ini karena dua alasan utama. Yang pertama perkembangan pesat media online pasti membawa pengaruh signifikan terhadap industri media di era sekarang. Hal ini terbukti dalam perkembangan internet telah meningkatkan jumlah pengguna internet secara drastis. Sehingga berdampak pada industri media, dimana media online semakin populer dan mendominasi. Kedua, peneliti ingin mengetahui strategi pemberitaan yang digunakan Malang Posco Media untuk tetap bertahan menjadi media populer di Kota Malang dan konsisten di tengah persaingan media saat ini. Untuk itu

penelitian ini akan membahas secara luas terkait penerapan strategi pemberitaan Malang Posco Media dalam menghadapi persaingan ketat media online.

1.2 Rumusan Masalah

Bagaimana penerapan strategi pemberitaan Malang Posco Media dalam mempertahankan medianya di tengah persaingan ketat media online?

1.3 Tujuan Penelitian

Untuk mengetahui penerapan strategi pemberitaan yang diterapkan oleh Malang Posco Media dalam mempertahankan eksistensi medianya di tengah persaingan ketat media online.

1.4 Manfaat Penelitian

1. Manfaat secara akademis:

Secara akademis, penelitian ini dapat memperkaya bahan penelitian, bahan dan sumber referensi atau bacaan untuk penelitian selanjutnya oleh mahasiswa Program studi Ilmu Komunikasi. Dan juga temuan dari penelitian ini dapat memberikan dampak yang berharga terhadap pengetahuan akademis tentang bagaimana strategi pemberitaan media lokal dapat bersaing dalam dinamika industri media baru.

2. Manfaat secara praktis:

Hasil penelitian dapat menjadi Hasil penelitian ini diharapkan dapat menjadi bahan evaluasi internal bagi media dalam melihat sejauh mana strategi pemberitaan yang diterapkan sudah efektif dan relevan dengan perkembangan ekosistem media digital saat ini..