



PROSIDING

Konferensi Nasional Komunikasi

Dampak Kehadiran Media Baru di Era 4.0 pada Industri Surat kabar di Kota Solo

Sri Herwindya Baskara Wijaya¹, Pawito², Hamid Arifin³

^{1,2,3}Program Studi Ilmu Komunikasi Universitas Sebelas Maret Surakarta

Jl. Ir. Sutami No. 36 A, Jebres, Solo - Indonesia

¹r_windya@yahoo.com, ²bung_pawito@yahoo.com, ³hamidarifin17@yahoo.com

Abstrak

Era globalisasi membawa dampak luas bagi masyarakat dunia. Salah satu produk globalisasi adalah media baru (*new media*) diantaranya internet website, blog, dan media sosial (facebook, twitter, instagram, youtube, dan lain-lain). Makalah ini mencoba meneliti tentang dampak media baru bagi perusahaan surat kabar di Kota Solo. Teknik pengumpulan data berupa teknik wawancara mendalam (*in-depth interview*) melibatkan profesional dari kalangan pers (media cetak) di Surakarta. Obyek riset adalah empat perusahaan pers cetak terbesar di Kota Surakarta yaitu Harian Solopos, Harian Joglosemar, Harian Suara Merdeka Edisi Solo, Harian Jawa Pos Radar Solo. Hasil penelitian di lapangan ditemukan beberapa temuan yaitu (1) Terjadi perubahan pola kerja para wartawan sejak memanfaatkan media baru dalam hal waktu kerja, penggunaan teknologi komunikasi baru, serta proses pencarian, produksi dan pengiriman berita. (2) Para wartawan memberikan perhatian khusus terhadap media baru dalam rubrikasi pemberitaan (*agenda setting* dan *agenda framing*). (3) Para pengelola perusahaan pers cetak berupaya meningkatkan kualitas merespons kehadiran media baru baik para wartawan secara teknis dan nonteknis maupun peningkatan infrastruktur fisik dan nonfisik keredaksian dalam rangka mendukung kelancaran kerja jurnalistik.

Kata kunci: media baru, pers, perusahaan surat kabar, era 4.0

Copyright © 2018 Ikatan Sarjana Komunikasi Indonesia. All rights reserved

Pendahuluan

Kecanggihan teknologi komunikasi dan informasi terutama teknologi media berbasis internet melahirkan banyak perubahan besar dalam berbagai aspek kehidupan manusia (Aritonang, 2013: 50). Di era revolusi industri 4.0, salah satu luaran kecanggihan teknologi adalah hadirnya media baru (*new media*) seperti internet, media sosial dan sejenisnya. Media baru dewasa ini telah menjadi gejala komunikasi spektakular tersendiri. Nyaris semua kalangan masyarakat menggunakan media baru sebagai bagian dari gaya hidup (*life style*).

Dalam pandangan Edwi Arief Sosiawan (2011: 60) bahwa komunikasi menggunakan situs jejaring sosial memiliki keutamaan yaitu memfasilitasi komunikasi dan interaksi secara virtual tanpa batas ruang dan waktu serta potensi untuk menjadikan komunikasi dan interaksi yang harmonis.

Pun begitu nampaknya masih terdapat sisi lain dari keberadaan media baru, yakni kemungkinan dampaknya terhadap penerbitan pers. Banyak warga publik sekarang mencari informasi mengenai peristiwa-peristiwa penting melalui media online. Dalam kaitan ini, maka dapat dikatakan bahwa bagi banyak warga

publik membeli surat kabar tidak lagi merupakan suatu keharusan.

Kota Solo (Kota Surakarta) memiliki sejarah panjang dalam hal penerbitan pers terutama koran. Sejak zaman kolonial, pers di Solo memainkan peran dalam distribusi berita kepada publik luas. Kondisi ini terus berlanjut hingga sekarang dimana berbagai perusahaan pers baik cetak, elektronik maupun online. Tulisan ini ingin menyoroti lebih mendalam mengenai dampak media baru terhadap penerbitan surat kabar di Kota Solo.

Berdasarkan uraian di atas, perumusan penelitian ini adalah:

“Bagaimana dampak kehadiran media baru (*new media*) di era 4.0 pada perusahaan surat kabar di Kota Solo, Jawa Tengah?”

Kerangka Teoritis

Dennis MacQuail, (1987 : 16-17) mendefinisikan media baru sebagai media telematik yang merupakan perangkat teknologi elektronik yang berbeda dengan penggunaan yang berbeda pula. Perangkat media elektronik baru ini mencakup beberapa sistem teknologi, sistem transmisi (melalui kabel atau satelit), sistem miniaturisasi, sistem penyimpanan dan pencarian informasi. Dan juga sistem penyajian gambar (dengan menggunakan kombinasi teks dan grafik secara lentur, dan sistem pengendalian (oleh komputer).

Media baru adalah media komunikasi yakni meliputi produk material sekaligus kultural dari sistem distribusi informasi massal yang ditujukan kepada khalayak luas dan dijalankan berdasar sistem pemasaran modern (Martin Lister at all, 2009, dalam Ri'aeni, 2015: 190). Arshano Sahar (2014) *new media* digunakan untuk menjelaskan kemunculan media yang bersifat digital, terkomputerisasi, dan berjaringan sebagai efek dari semakin berkembangnya teknologi informasi dan komunikasi.

Dalam istilah Nurudin (2017: 66), merebaknya media baru adalah bagian dari wujud revolusi komunikasi. Revolusi komunikasi yang sangat terasa dan menjadi

perkembangan akhir adalah ditemukannya internet. Massifikasi penggunaan internet adalah bagian dari masyarakat informasi. Nuruddin (2017: 155) menyebut masyarakat informasi adalah masyarakat teknologi. Artinya teknologi dijadikan perangkat utama dalam mendukung proses penyampaian pesan.

Denis McQuail (2011), menyebutkan karakteristik media baru antara lain (a) Adalah saling keterhubungan (interkonektivitas), (b) Aksesnya terhadap khalayak individu sebagai penerima maupun pengirim pesan, (c) Interaktivitasnya, (d) Kegunaan yang beragam sebagai karakter yang terbuka, (d) Sifatnya yang ada dimana-mana. Martin Lister (et al, 2009; dalam Ri'aeni, 2015: 191) menunjuk beberapa karakter media baru yang ditandai dengan penemuan dan pencanggihan teknologi gambar dan suara pada akhir tahun 1980-an yang menyebabkan perubahan dimensi ideologis dan budaya dari penyebaran informasi yaitu (a) pergeseran situasi modernitas menuju postmodernitas, (b) pergeseran era industri (khususnya di Barat) menuju era pos-industri, dan (3) desentralisasi orde geo politik dunia.

Dalam konteks relasinya dengan jurnalistik, oleh wartawan maupun ahli komunikasi, media baru – khususnya blogger dan jurnalistik warganegara – diakui sebagai lompatan jauh (*milestone*) dalam dunia jurnalistik (Lesmana, 2012: 117). Sebelumnya jurnalis dikenal sebagai orang-orang yang memiliki identitas kuat, profesional yang menulis berita untuk penerbitan pers terhormat atau stasiun penyiaran dengan pendidikan khusus. Kini dengan kehadiran media baru siapa saja dapat mengklaim dirinya “jurnalis” tanpa perlu pendidikan khusus dan tanpa harus bekerja untuk penerbitan atau stasiun radio dan televisi kenamaan (*Op.cit.*).

Sementara itu, dalam UU pers no 40 tahun 1999, pers adalah lembaga sosial dan wahana komunikasi massa yang melaksanakan kegiatan jurnalistik meliputi mencari, memperoleh, memiliki, menyimpan, mengolah, dan menyampaikan informasi baik dalam bentuk tulisan, suara, gambar, suara dan gambar, serta

data dan grafik maupun dalam bentuk lainnya dengan menggunakan media cetak, media elektronik dan segala jenis saluran yang tersedia.

Fungsi pers menurut Harold D. Laswell (Nurudin, 2007: 78-88) yaitu: (1) Fungsi Pengawasan (*Surveillance of the Environment*). Artinya, menunjuk pada pengumpulan dan penyebaran informasi mengenai kejadian-kejadian yang ada di sekitar kita. Fungsi pengawasan bisa dibagi menjadi dua, yakni *warning or beware surveillance* atau pengawasan peringatan dan *instrumental surveillance* atau pengawasan instrumental.

(2) Fungsi Korelasi (*Correlation of the Part of Society in Responding to the Environment*). Fungsi korelasi yang dimaksud adalah fungsi yang menghubungkan bagian-bagian dari masyarakat agar sesuai dengan lingkungannya. Erat kaitannya dengan fungsi ini adalah peran media 15 massa sebagai penghubung antara berbagai komponen masyarakat. Antarunsur dalam masyarakat ini bisa saling berkomunikasi satu sama lain melalui media massa.

(3) Fungsi Pewarisan Sosial (*Transmission of the Social Heritage from one Generation to the Next*). Dalam hal ini media massa berfungsi sebagai seorang pendidik, baik yang menyangkut pendidikan formal maupun informal yang mencoba meneruskan atau mewariskan suatu ilmu pengetahuan, nilai, norma, pranata, dan etika dari satu generasi ke generasi selanjutnya.

Sementara rumusan fungsi pers di Indonesia termaktub dalam Pasal 3 Undang-Undang No 40 Tahun 1999 tentang Pers yang berbunyi : Ayat 1 : Pers nasional mempunyai fungsi sebagai media informasi, pendidikan, hiburan, dan kontrol sosial; Ayat 2 : Di samping fungsi-fungsi tersebut ayat (1), pers nasional dapat berfungsi sebagai lembaga ekonomi.

Dunia kini memasuki era revolusi industri 4.0 yakni menekankan pada pola *digital economy*, *artificial intelligence*, *big data*, *robotic* dan lain sebagainya atau dikenal dengan fenomena *disruptive innovation* (sumberdaya.ristekdikti.go.id). Era 4.0 (revolusi

industri keempat) dicirikan oleh kompleksnya persoalan yang akan dihadapi penduduk dunia. Semua jenis pekerjaan akan semakin kompleks. Hal ini disebabkan kombinasi globalisasi dengan teknologi informasi yang kecepatan perkembangannya sangat di luar dugaan. Untuk dapat berkiprah di era 4.0 diperlukan kecakapan menangani persoalan yang kompleks (Brodjonegoro, 2018).

Kanselir Jerman, Angela Merkel (2014, dalam Prasetyo dan Sutopo, 2018) berpendapat bahwa Industri 4.0 adalah transformasi komprehensif dari keseluruhan aspek produksi di industri melalui penggabungan teknologi digital dan internet dengan industri konvensional. Schlechtendahl, dkk (2015, dalam Ibid.) menekankan definisi Industri 4.0 lebih kepada unsur kecepatan dari ketersediaan informasi yaitu sebuah lingkungan industri dimana seluruh entitasnya selalu terhubung dan mampu berbagi informasi satu dengan yang lain. Muhammad Yahya (2018) menyebut istilah industri 4.0 berasal dari sebuah proyek yang diprakarsai oleh pemerintah Jerman untuk mempromosikan komputerasi manufaktur.

Lee et al (2013, dalam Yahya, 2018) menjelaskan industri 4.0 ditandai dengan peningkatan digitalisasi manufaktur yang didorong oleh empat faktor yaitu peningkatan volume data, kekuatan komputasi dan konektivitas; 2) munculnya analisis, kemampuan dan kecerdasan bisnis; 3) terjadinya bentuk interaksi baru antara manusia dengan mesin; 4) perbaikan industri transfer digital ke dunia fisik seperti robotika dan 3D printing. Lifter dan Tschienner (2013, dalam Ibid) menambahkan prinsip dasar industri 4.0 adalah penggabungan mesin, alur kerja dan sistem dengan menerapkan jaringan cerdas di sepanjang rantai dan proses produksi untuk mengendalikan satu sama lain secara mandiri.

Metodologi Penelitian

Penelitian ini tergolong ke dalam studi media, khususnya media dilihat sebagai institusi. Pendekatan kualitatif dengan studi kasus digunakan sebagai metode utama dalam

penelitian ini. Menurut HB Sutopo (2002: 35), penelitian kualitatif melibatkan kegiatan ontologis. Data yang dikumpulkan terutama berupa kata-kata, kalimat atau gambar yang memiliki arti lebih daripada sekedar angka atau frekuensi.

Lokasi penelitian berada di Solo, kota yang memiliki sejarah panjang terkait dengan surat kabar. Teknik pengumpulan data dalam penelitian ini menggunakan teknik wawancara mendalam (*indepth interview*) pada pertengahan tahun 2017 dan dokumentasi (studi literatur). Responden penelitian ini adalah jajaran redaksi sekaligus wartawan senior dari empat perusahaan surat kabar utama di Kota Solo yaitu Harian Solopos (Mulyanto Utomo), Harian Joglosemar (Suhamdani dan Novik Lukman Hakim), Harian Jawa Pos Radar Solo (Ananto Priyatno) dan Harian Suara Merdeka Edisi Solo (Amir Machmud). Teknik analisis data yakni menggunakan analisis data interaktif model Miles dan Huberman (pengumpulan data, reduksi data, penyajian data, dan penarikan verifikasi/kesimpulan) (Miles dan Huberman, 2007: 15).

Hasil Penelitian

Kehadiran media baru memang berdampak luas bagi kehidupan manusia dewasa ini tak terkecuali bagi kalangan industri pers cetak. Diantara efek yang muncul dari kehadiran media baru bagi industri pers cetak adalah perubahan pola kerja jurnalis. Sebelum media baru hadir dan merebak, umumnya para wartawan masih menggunakan pola kerja konvensional yang mutlak mengacu kepada reportase langsung lapangan dan penggunaan komputer untuk produksi berita. Namun sejak kehadiran media baru ada adopsi atas berbagai teknologi komunikasi yang mempiranti media baru untuk memperoleh, mengolah, memproduksi dan mempublikasi berita.

Seperti yang diterapkan di Harian Joglosemar yang memanfaatkan sejumlah akun media sosial untuk memproduksi berita. Akun-akun media sosial populer seperti facebook,

twitter dan youtube dimanfaatkan untuk mendapatkan informasi dari lapangan. Informasi-informasi dari media sosial tersebut dilacak, dipilih dan ditelusuri di lapangan untuk mendapatkan kebenaran informasi (fakta). Jika terbukti fakta, maka informasi tersebut dikembangkan menjadi berita. Namun jika bukan fakta (*hoax*) maka informasi itu ditinggalkan.

Sebelum kehadiran media baru, aktivitas pencarian berita masih menggunakan model konvensional yaitu wartawan langsung ke masyarakat untuk memperoleh informasi, tidak menggunakan media baru sebagai salah satu sumber informasi untuk berita. Redaktur Online Harian Joglosemar, Novik Lukman Hakim menyampaikan sebagai berikut:

“Kalau media *online* (media baru) kita pantau di facebook. Misalnya di facebook ada group warga Klaten, Sukoharjo, Solo dan lain-lain. Misalnya informasi mengenai kecelakaan. Informasi mengenai kecelakaan di setiap kabupaten selalu ada. Itu grup facebook. Masyarakat paling cepat kirim infonya...Misal ada informasi kecelakaan di Sragen. Lalu kami konfirmasi dan benar. Maka kami bisa kirim beritanya.”

Pengalaman serupa juga terjadi di Harian Solopos. Di perusahaan pers cetak milik jaringan Sahid Grup ini, media sosial membawa perubahan ritme kerja wartawan koran cetak selama ini dari pola konvensional ke arah yang lebih kompleks. Redaktur Senior dan mantan Pemimpin Redaksi Harian Solopos, Mulyanto Utomo menyampaikan dalam 3 bulan perkembangan terakhir semua wartawan masuk di *newsroom* untuk publikasi media baru atau news media seperti portal berita. Wartawan tidak dipilih-pilih lagi semua punya tugas liputan dan target di *newsroom* yaitu ikut mengirimkan berita dari lapangan selain untuk edisi cetak. Pengiriman melalui email atau via grup WA (Whats App).

Mulyanto Utomo menyebut model jurnalisme konvergensi ini sebagai *multimedia journalism* dimana wartawan cetak

juga bertindak sebagai jurnalis online. Model penulisan berita juga umumnya menggunakan *straight news*. Sebelum ada online berita-berita yang diproduksi di Solopos cenderung *politics centris*. Namun sekarang apapun bisa menjadi berita selama menarik terutama dari sisi human interest. Sehingga model penulisan *feature news* juga menjadi umum juga. Isu yang kuat di *feature* bisa menjadi *headline*.

“Pengelola *news room* selain menampung berita-berita dari wartawan lapangan atau cetak juga bertugas mencari berita-berita dari berbagai sumber online dengan memasukkannya kemudian ke folder *news room*... Model kerja agrigator 14 orang untuk pengelola media online adalah model kerja *shift* setiap 8 jam sekali. Misal pukul 8-16, pukul 16-24, pukul 24-08. Jam masuk mereka diatur oleh redaktur edisi online termasuk soal berita yang harus masuk di *newsroom* misalnya 5 menit sekali pukul 14.20 kemudian ada lagi berita 14.30 dan seterusnya...”

Hal senada juga disampaikan General Manajer Jawa Pos Radar Solo, Ananto Priyatno. Menurutnya, sejak kehadiran media baru juga berimbas pada perubahan pola pencarian informasi untuk dijadikan berita oleh kalangan wartawan. Perubahan ini juga terjadi di kalangan wartawan Jawa Pos Radar Solo dimana mereka memanfaatkan media baru seperti media sosial (Medsos) untuk mendapatkan informasi bahan baku pembuatan berita. Bahkan Jawa Pos Radar Solo membuat program baru bernama *Jawa Pos Clearing House* untuk memberdayakan media baru sebagai

General Manajer Jawa Pos Radar Solo, Ananto Priyatno mengungkapkan pandangannya bahwa program Jawa Pos *clearing house* seperti *money laundry* sebagai program baru sebagai respons kehadiran media baru. Kebijakan ini disebabkan adanya tren di media sosial meng-*upload* informasi benar atau salah tapi di-*upload*. Sama pembaca umumnya dianggap benar sehingga menjadi viral. Berita-berita di Jawa Pos termasuk radar-radar daerah berfungsi untuk menyajikan ke masyarakat *trending* topik atau *hoax*. Pihak Jawa Pos

melakukan *switch* media online tetap bukan satu-satunya solusinya. General Manajer Jawa Pos Radar Solo, Ananto Priyatno mengungkapkan pandangannya sebagai berikut:

“Pekerjaan wartawan tentu lebih kompleks sejak kehadiran media baru. Tema-tema di kita bengkel redaksi sekarang baik lokal maupun nasional Jawa Pos lebih banyak mengenai bagaimana menulis berita yang berbeda dengan yang lain dan menarik dengan yang di koran lokal lain dan serta manajemen berita untuk Medsos. Kita buat *Jawa Pos clearing house*... berita-berita *hoax* yang viral di Medsos maka kita saring kebenarannya...”

Demikian juga dengan Harian Suara Merdeka yang juga mengalami perubahan mengenai pola kerja wartawan sejak merebaknya penggunaan media baru. Di pers cetak yang berpusat di Semarang ini disebutkan para awak medianya membuat *news room* dimana merupakan gabungan dari penerbitan media cetak juga Harian Wawasan (grup Suara Merdeka), portal online *suaramerdeka.com* dan Suara Merdeka TV. Wartawan juga menambah keahlian menjadi multi keahlian tidaknya untuk produksi media versi cetak namun juga versi online. Berikut penjelasan Redaktur Online Harian Suara Merdeka, Amir Machmud:

“Sistem *news room* Suara Merdeka itu *news room* gabungan, satu *news room* untuk semua unit penerbitan jadi Suara Merdeka, Koran Wawasan, terus *suaramerdeka.com*, *suaramerdeka.tv*, jadi wartawan cetak itu memang punya kewajiban untuk mengirim juga di online, jadi harus menguasai *multi tasking* yang harus menguasai juga cara – cara bagaimana ini untuk edisi *online* seperti apa, hanya yang di *online* sendiri itu juga punya pasukan walau tidak banyak yang spesifik hanya untuk mengejar kedalaman – kedalaman yang tidak sempat dilakukan kawan – kawan media cetak tadi...”

Selain itu, perubahan pola kerja wartawan Harian Suara Merdeka juga terjadi

pada penggunaan teknologi komunikasi canggih dalam proses jurnalistiknya. Suara Merdeka memandang di era media baru saat ini dalam proses keredaksian mobilitas diutamakan menjadi kecepatan tetapi juga ketepatan. Pada sisi lain juga kemudahan–kemudahan itulah yang harus betul–betul dimanfaatkan. Untuk itu, penggunaan dan kemampuan menggunakan teknologi komunikasi mutlak dikuasai karena nilai lebih teknologi-teknologi online tersebut dalam mempercepat produksi dan transmisi berita. Para wartawan memanfaatkan teknologi komunikasi semacam handphone (HP) misalnya untuk memproduksi berita karena dianggap cepat dalam pengiriman berita. Berikut ini penjelasan dari Redaktur Online Harian Suara Merdeka, Amir Machmud:

“Sejak kehadiran media baru, memang mobilitas wartawan cenderung naik. Di dalam proses keredaksian mobilitas diutamakan jadi kecepatan juga ketepatan. Meski begitu ada banyak kemudahan bagi wartawan sejak kehadiran media baru. Kemudahan itulah yang harus betul – betul dimanfaatkan, jadi misalnya begini siapakah kita hari ini di kantor atau tidak karena kita punya kegiatan, saya misalnya sedang di Solo saya bisa menuliskan tajuk rencana lewat ini (*smartphone*)...”

Dari penjelasan sejumlah responden di atas maka dapat ditarik kesimpulan bahwa telah terjadi perubahan pola kerja para wartawan di sejumlah perusahaan pers cetak besar di Kota Solo yaitu Harian Solopos, Harian Joglosemar, Harian Jawapos Radar Solo dan Harian Suara Merdeka. Perubahan pola kerja ini sebagai konsekuensi dari merebaknya media baru di masyarakat luas serta kebijakan internal perusahaan-perusahaan media terkait adopsi inovasi media baru sebagai bagian dari kerja jurnalistik.

Perubahan-perubahan pola kerja wartawan tersebut terutama terkait waktu kerja menjadi lebih padat, penggunaan teknologi komunikasi baru yang terkoneksi dengan internet seperti *smartphone*, *personal computer* (PC), pencarian, produksi dan pengiriman berita

menjadi lebih sering dan bervariasi terutama untuk kepentingan publikasi di portal berita. Perubahan pola kerja tersebut membuat para wartawan harus menyesuaikan diri terutama wartawan senior mengingat media baru belum mereka temui ketika mereka bekerja sebagai wartawan sekian waktu sebelumnya.

Kehadiran media baru di masyarakat dewasa ini memberikan berbagai macam dampak baik positif maupun negatif. Tak terkecuali bagi kalangan perusahaan pers di Kota Solo. Tidak hanya persoalan penurunan oplah produk koran dan perubahan pada pola kerja wartawan, kehadiran media baru juga hingga tingkat tertentu memberikan pengaruh pada prioritas isu-isu berita oleh internal redaksi. Pihak redaksi juga mencoba menyesuaikan dengan perubahan informasi di masyarakat seiring merebaknya media baru yakni sebagai sumber data produksi berita. Isu-isu baru muncul untuk mengakomodasi perubahan tersebut agar tetap *up to date* sesuai kondisi pasar.

Seperti pada Harian Jawa Pos Radar Solo yang meluncurkan isu rubrikasi baru sebagai bagian dari respons kehadiran media baru yaitu rubrik Citizen. Rubrik ini menggarap isu-isu menarik yang muncul di media sosial yang dicoba dikonfirmasi kebenarannya dan dikemas menjadi konten menarik. Pihak redaksi Jawa Pos menyerahkan manajemen rubrik citizen tersebut kepada para jurnalis muda dengan tujuan agar lebih optimal mengingat media baru banyak diakses kalangan muda. General Manager Harian Jawa Pos Radar Solo, Ananto Priyatno menyampaikan penilaiannya sebagai berikut:

“Sejak kehadiran media baru, kami mencoba menasar anak muda. Ini bagian dari *marketing education*. Ada program rubrik baru namanya Zetizen yang dulu bernama Deteksi. Ini rubrik khusus anak muda. Yang garap anak muda. Redaktur dan wartawan anak muda. Konten dibebaskan yang penting tidak melanggar SARA dan kode etik. Tiap hari tayang. Terserah yang menjadi kesenangan anak muda termasuk medsos. Usia pembaca kisaran 13-19 tahun. Kalau mereka aktif sebagai netizen akan menjadi pembaca potensial. Ini agak berbeda karena kita sadar bahwa tema-

tema yang nasional namun kita lebih yang lokal. Kemenangan kita di lokal. Kita juga angkat viral yang sedang jadi *trending topic*. Ada tim sendiri dari Jawa Pos. Lalu kita pilih topiknya dan kupas habis apakah riil atau hoaks”.

Seperti halnya di Harian Jawa Pos Radar Solo, pada Harian Joglosemar juga menjadikan isu-isu di media baru menjadi salah satu isu prioritas dalam produksi beritanya. Meskipun tidak sampai membuat rubrik baru, namun isu-isu yang muncul di media baru seperti di media sosial mendapat perhatian. Pihak redaksi memantau secara intens informasi-informasi di media sosial. Jika menemukan informasi-informasi yang layak diberitakan, maka akan ditelusuri validitasnya. Jika benar maka diangkat di pemberitaan namun sebaliknya jika tidak faktual (hoax) maka akan ditinggalkan informasi tersebut. Redaktur Online Harian Joglosemar, Novik Lukman Hakim menyampaikan pandangannya:

“Mengenai prioritas isu, sejak ada media baru kami memberikan perhatian lebih. Misalnya kalau yang *online* (portal berita) misal kita pantau di akun Medsos facebook (FB). Ada grup warga Klaten, Sukoharjo, Sragen dan lainnya. Misal berita kecelakaan, info beritanya di setiap kabupaten selalu ada. Itu grup FB. Info dari masyarakat sekarang yang paling cepat. Ada group kumpulan wong Sragen, ada berita tenaga kerja Indonesia (TKI) maka cepat sekali infonya. Info kecelakaan di Sragen, kami langsung konfirmasi di lapangan. Infonya benar lalu berita langsung bisa kami buat dan kirim ke redaksi terutama yang online karena kami mengejar cepatnya. Ada juga memperhatikan informasi dari akun-akun yang dimiliki masyarakat. Di Solo ada akun info wong Solo dan info *cegatan* Solo. Dulu hanya seputar info razia kendaraan namun sekarang berkembang hingga info-info kriminalitas...”

Demikian pula dengan Harian Solopos yang juga memanfaatkan isu-isu di media baru sebagai salah satu sumber bahan pembuatan berita. Rubrikasi khusus tidak dibentuk melainkan tetap mempertahankan rubrik-rubrik

berita yang sudah ada dengan melakukan perubahan pada konten yang menyesuaikan dengan isu-isu terkini, salah satunya yang menjadi *trending topic* di media sosial. Rubrikasi pada media baru tetap diatur dan dinamis walau tidak terlalu tajam seperti media cetak. Rubrikasi menyesuaikan dengan kebutuhan dan kondisi di lapangan. Misalnya rubrik gaul sebagai tambahan yang ada di edisi cetak karena kebutuhan di lapangan khalayak muda. Untuk koran cetak versi digital, pihak redaksi Solopos menambahkan dengan kata kunci dan *barcode* untuk membantu dan mempercepat pencarian berita yang diinginkan.

Edisi portal online di Harian Solopos rubrikasinya juga bersifat dinamis yakni kanalnya setiap 3 bulan sekali dimodifikasi oleh tim teknisi teknologi informasi dan komunikasi tersendiri. *Template* perwajahan portal online pun di harian ini juga ditangani tim tersendiri yang ahli bahasa komputer. Sejak tahun 2007 layout edisi online telah mengalami modifikasi hingga 5 kali. Perancangan rubrikasi berita sekarang untuk online di harian ini menyesuaikan dengan momen-momen tertentu dengan melibatkan tim jika isu berita ada di daerah. Misalnya isu harga cabe maka wartawan di berbagai daerah bisa dimintai laporannya. Berita atas isu tersebut dibuat bersama.

Redaktur Senior Harian Solopos, Mulyanto Utomo mengemukakan rubrikasi pada media baru tetap diatur dan dinamis walau tidak terlalu tajam seperti media cetak. Rubrikasi menyesuaikan dengan kebutuhan dan kondisi di lapangan. Mulyanto Utomo menyampaikan pandangannya sebagai berikut:

“Misalnya rubrik gaul sebagai tambahan yang ada di edisi cetak karena kebutuhan di lapangan khalayak muda. Untuk yang cetak ditambahkan dengan kata kunci untuk membantu dan mempercepat pencarian berita yang diinginkan. Yang cetak juga dibantu dengan adanya *barcode*. Pada awal-awal dulu Solopos muncul isu-isu berita yang banyak didominasi berita politik lokal dan nasional yang menjadi andalan. Namun sekarang apapun bisa menjadi berita selama menarik

terutama dari sisi *human interest*. Sekarang ini isu-isunya lebih bersifat longgar terutama yang edisi online menyesuaikan dengan *trending* topik saat ini. Sehingga model penulisan *feature news* juga menjadi umum juga. Isu yang kuat di feature bisa menjadi *headline*.”

Harian Suara Merdeka juga memanfaatkan keberadaan media baru khususnya media sosial untuk memperkuat dan mengembangkan pemberitaan baik untuk versi cetak, versi online maupun versi elektronik (televisi). Suara publik yang sebagian muncul di media sosial menjadi perhatian jajaran redaksi harian ini. Pihak media harus lebih banyak mengakomodasi suara – suara publik. Dan mau tidak mau kita harus rajin membaca Medsos, segala pertimbangan tentang arah kebijakan agenda media itu memang harus membutuhkan itu, membaca ada kasus – kasus tertentu yang kita itu punya setting sendiri sehingga orientasi pemberitaan itu memang diarahkan supaya publik juga mengikuti. Komentar – komentar yang muncul di media sosial harus diperhatikan kalangan pers termasuk Harian Suara Merdeka dalam memproduksi berita. Berikut penjelasan dari Redaktur Online Harian Suara Merdeka, Amir Machmud:

“Artinya memang media sosial tidak mungkin ditinggalkan sekarang ini. Nah di situlah suara murni publik. Kalau dari aspek penelitian itu kan tidak bisa dikatakan representasi random, tetapi itu wajib kita dengar apalagi kalau suara – suara publik. Agenda media itu berlaku baik di media cetak maupun online, memang yang dicetak itu harus lebih banyak membenarkan dan kita melengkapi dengan analisis, sehingga tulisan – tulisan itu lebih kuat sehingga tidak mungkin suara – suara tersebut tadi tidak kita dengarkan. Suara Merdeka ini ada media sosialnya juga, ada facebook, instagram, dan email. Kita punya kanal yang mawadahi suara” seperti suara pembaca. Suara pembaca itu ada kanalnya sendiri.”

Dari berbagai penjelasan di atas maka dapat disimpulkan bahwa para pengelola

perusahaan pers cetak di Kota Solo dalam hal ini Harian Solopos, Harian Joglosemar, Harian Jawa Pos Radar Solo dan Harian Suara Merdeka memberikan perhatian khusus terhadap media baru dalam rubrikasi pemberitaan. Info-info yang ada di media baru dimanfaatkan untuk kepentingan konstruksi pemberitaan (agenda setting dan agenda framing). Secara khusus lagi mereka membidik pasar anak muda sebagai pengguna terbesar media baru sebagai agenda prioritas bahkan sebagai rubrikasi baru. Para pengelola media cetak ini juga mengemasnya berita-berita dari media baru lebih banyak dalam gaya berita berkisah (*feature news*) daripada gaya berita langsung (*straight news*). Hal ini mengingat sebagian dari konten media baru berisi informasi-informasi bersifat human interest (sisi kemanusiaan) yang memang lebih hidup menggunakan jika menggunakan gaya penulisan *feature news* daripada *straight news*.

Perkembangan media baru yang merebak dewasa ini juga berpengaruh pada mutu sumber daya manusia (SDM) pada kalangan pers termasuk di perusahaan-perusahaan pers di Kota Solo. Mereka mengadakan pelatihan-pelatihan kepada awak redaksi khususnya wartawan dalam menyikapi dan memanfaatkan media baru. Pelatihan-pelatihan yang dilakukan baik hal-hal yang bersifat teknis maupun nonteknis. Hal-hal yang bersifat teknis seperti cara mengirim berita lewat android, mengirim berita via email, fotografi online dan lain-lain. Hal-hal yang nonteknis seperti pelatihan mengenai kode etik jurnalistik, kode etik media online, etika jurnalis dan sebagainya.

Seperti yang disampaikan Redaktur Senior Harian Solopos, Mulyanto Utomo bahwa di Solopos dalam merespons massifikasi kehadiran dan penggunaan media baru di masyarakat juga melakukan pembinaan internal perusahaan. Para wartawan dilatih secara khusus untuk memanfaatkan media baru khususnya penggunaan teknologi komunikasi baru dan pemanfaatan internet seperti portal berita dan media sosial. Penggunaan teknologi komunikasi baru seperti android dan *personal computer* untuk produksi dan distribusi berita yang dibuat.

Sementara media sosial untuk kepentingan pembuatan berita dengan cara mengambil konten-konten informasi yang layak menjadi berita untuk kemudian dikonfirmasi faktualitasnya. Selain itu pemanfaatan medsos untuk menambah wawasan informasi bagi para wartawan. Pemanfaatan portal berita juga untuk menambah wawasan informasi dan membantu dalam pencarian dan produksi berita. Berikut ini adalah pandangan Redaktur Senior Harian Solopos, Mulyanto Utomo:

“*Training* juga dilakukan sejak ada *online* bagi para wartawan dan redaktur seperti bagaimana cara upload berita ke *newsroom*, rapat diadakan tiap Jumat untuk yang *online*, pembuatan *keywords*, gaya bahasa. Wartawan kami latih penggunaan teknologi baru untuk produksi berita. Misalnya memanfaatkan android untuk mengirim list berita untuk kepentingan membuat berita. Atau bahkan membuat dan mengirim berita ke kantor redaksi dengan memakai android. Portal berita kami latih juga untuk memantau info-info terkini, misalnya portal berita jaringan Bisnis Indonesia karena kami (Solopos) tergabung dalam jaringan *Bisnis Indonesia*. Sedangkan Medsos kami cek untuk pantau info-info yang layak berita. Lalu kami telusuri kebenarannya. Jika faktual maka kami angkat menjadi berita.”

Selain pelatihan-pelatihan bersifat teknis, Harian Solopos juga rutin mengadakan pelatihan bersifat nonteknis seperti etika bermedia baru. Pelatihan ini berupa pemantapan materi-materi etika jurnalistik online sesuai regulasi yang ada seperti UU No 40/1999 tentang Pers, Kode Etik Wartawan Indonesia, kebijakan-kebijakan di Dewan Pers dan kode etik internal perusahaan. Mulyanto Utomo, mantan Pemimpin Redaksi Harian Solopos menyampaikan pandangannya sebagai berikut:

“Selain hal-hal teknis, wartawan kami training juga tentang etika jurnalistik seperti etika jurnalisisme online, etika ber-Medsos. Tujuannya agar ada bekal panduan etis bagi wartawan dalam melaksanakan tugas jurnalistik sesuai aturan yang berlaku

termasuk dalam mempraktikkan jurnalisisme online secara profesional.”

Pelatihan wartawan juga dilakukan di Harian Jawa Pos Radar Solo. Meskipun dikemas dalam konteks pelatihan jurnalistik secara umum, namun pelatihan yang dilakukan juga menyinggung pada media baru seperti teknik penulisan berita online, filterisasi informasi dari media sosial dan etika jurnalistik online. Manajer Harian Jawa Pos Radar Solo, Ananto Priyatno menyampaikan pendapatnya sebagai berikut :

“Kalau di media cetak dalam hadapi media baru selalu kita lakukan baik di Solo termasuk di Surabaya (Kantor Pusat Harian Jawa Pos di Graha Pena, Surabaya). Pelatihan dalam rangka pemantapan agar tugas kerja jurnalistik makin profesional. (Pelatihan) mengenai sosial media kita jadikan sarana komunikasi juga sebagai pemberi informasi awal sebagai sumber berita awal...apakah gosip atau riil. Ini tugas teman-teman Jawa Pos.”

Seperti halnya Harian Solopos dan Harian Jawa Pos Radar Solo, di Harian Joglosemar juga melakukan manajemen training dalam merespons media baru. Selain dari internal redaksi, pelatihan jurnalistik juga mendatangkan pemateri dari ahli eksternal misalnya dari media Tempo dan Detik.com. Pemimpin Redaksi Harian Joglosemar, Suhamdani menyampaikan pengalamannya sebagai berikut :

“Pelatihan-pelatihan khusus online...seperti itu di Joglosemar, pelatihan secara internal tetap kami lakukan. Misalnya pelatihan jurnalistik dari luar dari Tempo dan Detik.com tapi tidak ajeg. Melalui pelatihan-pelatihan ini maka pandangan kami mengenai jurnalistik (termasuk jurnalistik online) ikut menyesuaikan. Pelatihan teknis selebihnya oleh internal redaksi. Misalnya pelatihan penggunaan email dan Whatshap untuk mengejar kecepatan pengiriman berita. Foto-foto juga lebih cepat pengirimannya.”

Hasil wawancara dengan pihak Harian Suara Merdeka juga mengungkapkan bahwa

pelatihan jurnalistik adalah hal rutin yang selalu dijalankan Suara Merdeka. Para wartawan dibekali tentang materi-materi jurnalistik yang profesional termasuk mengenai materi nilai-nilai jurnalistik (cetak maupun online) melalui pelatihan/seminar, apapun media, aktualitas dan lain – lain karena nilai – nilai jurnalistik itu tidak boleh diabaikan. Masalah etika ini yang kadang – kadang kurang dipahami secara optimal sehingga training-training kode etik sangat penting. Redaktur Online Harian Suara Merdeka, Amir Machmud memberikan pandangannya sebagai berikut:

“Kepercayaan orang pada media yang masih dianggap memenuhi etika jurnalistik seperti tentang persoalan dan persyaratan, akuntabel, terverifikasi dengan baik, dan terpercaya. Tetapi sejumlah media yang media – media besar itu masih mempertahankan itu seperti Kompas, Tempo, Jawa Pos, Suara Merdeka, Pikiran Rakyat itu adalah bagian dari media – media *mainstream* yang memang memenuhi 3 syarat tadi. Maka pelatihan kontinu dengan mengikuti perkembangan zaman mutlak diadakan (di Suara Merdeka). Wartawan terus dilatih untuk menjadi makin profesional.”

Berdasarkan penjelasan para responden penelitian di atas maka dapat disimpulkan bahwa para pengelola perusahaan pers cetak di Kota Solo (Harian Solopos, Harian Joglosemar, Harian Jawa Pos Radar Solo dan Harian Suara Merdeka) berupaya meningkatkan kualitas para wartawan dalam merespons kehadiran dan penggunaan media baru sebagai bagian dari kerja jurnalistik. Peningkatan kualitas terkait baik berupa hal-hal teknis maupun nonteknis melalui berbagai pelatihan.

Pelatihan bersifat teknis seperti training penggunaan teknologi komunikasi baru berkoneksi internet seperti *smartphone* dan *personal computer* (PC) untuk keperluan mencari, mereportase, memproduksi, mengirim dan mempublikasi berita, cara menulis berita online yang baik dan benar, training fotografi dan kebahasaan. Pelatihan bersifat nonteknis terutama pembekalan kode etik jurnalistik dan panduan etika bermedia sosial bagi kalangan

wartawan. Para responden sangat menyadari berbagai pelatihan teknis dan nonteknis sangat berpengaruh dalam praktik kerja jurnalistik yang profesional termasuk dalam menyikapi secara bijak dan optimal kehadiran media baru.

Selain peningkatan kualitas dari sisi para jurnalis, peningkatan mutu juga dilakukan pada infrastruktur fisik bidang keredaksian sebagai dampak dan respons atas kehadiran media baru. Hasil wawancara di lapangan menunjukkan perusahaan-perusahaan pers di Kota Solo mencoba meningkatkan kapasitas infrastruktur semenjak penggunaan media online dalam produksi berita seperti pengadaan laptop bagi wartawan, peningkatan tunjangan komunikasi, peningkatan *bandwidth* internet, penambahan computer berkoneksi internet dan lain-lain.

Redaktur Senior Harian Solopos, Mulyanto Utomo mengungkapkan bahwa pihaknya memegang wartawan di lapangan dengan fasilitas laptop. Teknologi komunikasi ini bertujuan semakin memperlancar produksi dan pengiriman berita langsung dari lapangan. Selain itu, wartawan juga diberi tunjangan komunikasi berupa pembelian modem dan pulsa sebagai tambahan operasional di lapangan. Demikian pula dengan penambahan kapasitas *bandwidth* bagi server computer terkoneksi internet juga dilakukan dengan pengelolaan langsung oleh *Bisnis Indonesia* di Jakarta. Mulyanto Utomo mengemukakan pandangannya sebagai berikut:

“Tentang infrastruktur media online bahwa setiap wartawan cetak sekarang dipegangi tablet untuk kepentingan penulisan berita juga reportase. Selain itu diberikan modem dan pulsa sebagai tambahan operasional bagi wartawan di lapangan. Pasokan *bandwidth* server juga ditambah dan sekarang langsung dikelola oleh pusat Jakarta bareng dengan *Bisnis Indonesia*. Kebijakan serupa juga dilakukan perusahaan pers lain seperti Harian Joglosemar, Harian Jawa Pos Radar Solo dan Harian Suara Merdeka. Ketiga perusahaan surat kabar ini juga berupaya meningkatkan infrastruktur untuk menyesuaikan dengan perkembangan zaman terutama kehadiran media baru.”

Manajer Harian Jawa Pos Radar Solo, Ananto Priyatno juga mengemukakan pihaknya melakukan penyesuaian infrastruktur untuk meningkatkan kerja jurnalistik misalnya dalam merespons Medsos. Tiap wartawan di Harian Jawa Pos Radar Solo sekarang misalnya secara otomatis memiliki *smartphone* untuk menunjang akses internet atau Medsos. Penambahan infrastruktur itu pasti dilakukan setiap tahun tapi tidak secara khusus berhubungan dengan media baru tetapi penyesuaian kerja perusahaan secara umum. Manajer Harian Jawa Pos Radar Solo, Ananto Priyatno mengemukakan pandangannya sebagai berikut:

“Kita melakukan penyesuaian infrastruktur misalnya dalam merespons Medsos. Tiap wartawan sekarang misalnya secara otomatis memiliki *smartphone* untuk menunjang akses internet atau Medsos. Penambahan infrastruktur itu pasti setiap tahun tapi tidak secara khusus berhubungan dengan media baru tetapi penyesuaian secara umum saja. Setiap komputer kantor sekarang terkoneksi dengan internet. Dulu tidak boleh mengakses akun-akun Medsos seperti facebook karena cenderung hanya sebagai hiburan. Tapi sekarang dibolehkan mengakses dalam rangka memproduktifkan kerja jurnalistik wartawan.”

Redaktur Online Harian Joglosemar, Novik Lukman Hakim juga menyampaikan pandangan yang senada bahwa di Harian Joglosemar juga berupaya meningkatkan infrastruktur dalam merespons perkembangan media baru. Pengadaan komputer redaksi berkoneksi internet hingga penggunaan *smartphone* bagi kalangan wartawan adalah contoh upaya peningkatan infrastruktur tersebut. Meski demikian, pihaknya juga berupaya memperkuat jaringan dengan berbagai pihak untuk memperlancar kerja-kerja jurnalistik di lapangan. Novik Lukman Hakim menyampaikan pengalamannya sebagai berikut ini :

“Kita mencoba perkuat *networking*. Ini sangat meringankan dalam produksi berita. Maka penguatan infrastruktur sangat penting seperti konektivitas dengan internet di internal

redaksi. Para wartawan juga memanfaatkan teknologi *smart phone* untuk memperlancar kerja jurnalistik mereka.”

Redaktur Online Harian Suara Merdeka, Amir Machmud juga memandang pentingnya optimalisasi infrastruktur fisik dan nonfisik untuk memperlancar kerja jurnalistik para wartawan termasuk dalam merespon dan memanfaatkan kehadiran media baru. Mengenai hal ini Amir Mahmud mengemukakan pandangannya sebagai berikut:

“Kita memiliki sistem *news room* berupa *news room* gabungan untuk semua unit penerbitan jadi *suara merdeka*, *wawasan*, *terus suaramerdeka.com*, *suaramerdeka.tv*. Kita lengkapi dengan berbagai infrastruktur yang memadai untuk menunjang kerja jurnalistik yang profesional.”

Dari uraian di atas maka dapat disimpulkan bahwa kalangan perusahaan pers cetak di Kota Solo yakni Harian Solopos, Harian Suara Merdeka, Harian Jawa Pos Radar Solo dan Harian Joglosemar memandang penting peningkatan infrastruktur fisik dan nonfisik bagi kelancaran kerja jurnalistik termasuk respons atas kehadiran media baru. Berbagai teknologi komunikasi baru berupaya disediakan kalangan pers cetak di Kota Solo seperti komputer terkoneksi jaringan internet, peningkatan bandwidth internet, berlangganan internet hingga penggunaan komputer dan *smartphone* berkoneksi internet bagi kalangan wartawan.

Kesimpulan

Kehadiran media baru (*new media*) membawa dampak bagi kehidupan masyarakat dewasa ini termasuk kalangan perusahaan koran di Kota Solo yaitu Harian Solopos, Harian Joglosemar, Harian Jawa Pos Radar Solo dan Harian Suara Merdeka. Sejak hadir media baru, Kemunculan media baru menyebabkan perubahan pola kerja para wartawan dalam sejumlah hal seperti tempo waktu kerja, penggunaan teknologi komunikasi baru, proses

pencarian, produksi dan pengiriman berita dimana menjadi lebih intens dan variatif.

Selain itu, merebaknya media baru juga berdampak pada peningkatan perhatian khusus kalangan jurnalis di sejumlah perusahaan koran di Kota Bengawan ini dalam mengkonstruksi rubrikasi pemberitaan (*agenda setting* dan *agenda framing*). Mutu para wartawan juga ditingkatkan merespons media baru melalui berbagai pelatihan baik teknis (penggunaan teknologi komunikasi modern untuk proses jurnalistik) dan nonteknis (etika jurnalistik). Kalangan perusahaan pers cetak di Kota Solo memandang penting peningkatan infrastruktur fisik dan nonfisik terkait media baru untuk mendukung kelancaran kerja jurnalistik.

Daftar Pustaka

- Aritonang, Agusly Irawan, 2013, *Bijak Berkomunikasi Di Situs Jejaring Sosial: Tinjauan Etika Dan Kebijakan Komunikasi*. Jurnal Interact, Vol 2(2).
- Brodjonegoro, Satriyo Soemantri. 2018. *Kecakapan Era 4.0*, Kompas, 14 Februari.
- Lesmana, Tjipta *Jurnalisme Warga dan Media Baru: Kontroversi dari Perspektif Etika Jurnalistik dan Komunikasi Politik*. Jurnal Ilmiah Communique Vol 7 No 2 Januari 2012. Jakarta: FISIP Universitas Pelita Harapan.
- McQuail, Denis. 1987. *Mass Communication Theory (Teori Komunikasi Massa)*. Jakarta: Erlangga.
- McQuail, Denis. 2011. *Teori Komunikasi Massa*, Edisi 6. Jakarta: Salemba Humanika.
- Miles B, Mathew dan A. Michael Huberman, 2007, *Analisis Data Kualitatif* . Edisi Terjemahan, Jakarta: UI-Press.
- Nurudin. 2017. *Perkembangan Teknologi Komunikasi*. Depok: RajaGrafindo Persada.
- Nurudin. 2009. *Pengantar Komunikasi Massa*. Jakarta: Rajawali Press.
- Nurudin. 2007. *Pengantar Komunikasi Massa*. Jakarta : PT. Rajagrafindo Persada.
- Prasetyo, Haoedi dan Wahyudi Sutopo. 2018. *Industri 4.0: Telaah Klasifikasi Aspek dan Arah Perkembangan Riset*. Jati Undip: Jurnal Teknik Industri Vol. 13(1).
- Ri'aeni, Ida. 2015, *Penggunaan New Media Dalam Promosi Pariwisata Daerah Situs Cagar Budaya Di Indonesia*. Jurnal Komunikasi Vol 9(2).
- Sahar, Arshano. 2014. *Fenomena New Media*. Jakarta: Universitas Indonesia
- Sosiawan, Edwi Arif. 2011. *Penggunaan Situs Jejaring Sosial sebagai Media Interaksi dan Komunikasi di Kalangan Mahasiswa*. Jurnal Ilmu Komunikasi Vol 9(1): 60-75.
- Yahya, Muhammad, *Era Industri 4.0: Tantangan dan Peluang Perkembangan Pendidikan Kejuruan Indonesia*. Makalah Sidang Terbuka Luar Biasa Pengukuhan Senat Universitas Negeri Makassar. 14 Maret 2018