

EKSISTENSI MEDIA CETAK DALAM MENGHADAPI PERSAINGAN MEDIA ONLINE (STUDI PADA HARIAN WASPADA MEDAN)

Zakaria Siregar¹, Fitri Yanti Rizky Siregar²

¹Dosen Prodi Ilmu Komunikasi FISIP, Universitas Islam Sumatera Utara

²Alumni Prodi Ilmu Komunikasi FISIP, Universitas Islam Sumatera Utara

email: zakaria.siregar@fisip.uisu.ac.id

Abstrak

Berbagai macam bentuk media baru, termasuk Media Online serta ketatnya persaingan antar media membuat eksistensi media cetak Harian Waspada Medan ini mengalami penurunan. Sehingga perlu diadakannya langkah-langkah yang tepat oleh Media Cetak Harian Waspada Medan untuk bisa tetap eksis ditengah-tengah masyarakat khususnya Kota Medan. Karena saat ini hampir diseluruh lapisan masyarakat yang ada di kota medan sudah mulai banyak yang beralih ke Media Online untuk mengakses kebutuhan akan informasi. Sehingga tujuan dari penelitian ini yaitu untuk mengetahui eksistensi media cetak dalam menghadapi persaingan dengan media online (Studi harian Waspada) yang dilakukan di kantor harian Waspada medan Jl.Brigjen Katamso No.1/Ledjen suprapto. Metode yang digunakan ialah metode deskriptif dengan pendekatan kualitatif. Berdasarkan hasil analisis data yang telah dilakukan dapat dikatakan bahwa Harian Waspada memiliki strategi secara umum dan khusus, secara umum adalah strategi yang wajib dan umum dipakai oleh seluruh tim redaksi media cetak Harian Waspada, sedangkan secara khusus adalah strategi yang dibentuk atau dibuat oleh tim redaksi media cetak harian Waspada medan dan hanya dimiliki oleh tim redaksi media cetak harian Waspada medan. Adanya perkembangan media online ditengah-tengah media cetak tidak terlalu mempengaruhi eksistensi media cetak untuk tetap terbit dan menjadi bacaan masyarakat kota medan. Terbukti dari hasil wawancara penulis, menekankan bahwa media cetak masih tetap dihargai dan diminati oleh masyarakat, meskipun media online mengalami perkembangan yang pesat dengan fitur dan aplikasi-aplikasi canggih serta tidak dipungkiri bahwa masyarakat juga menyukai membaca berita media online. Tetapi masih ada segelintir masyarakat yang ragu dengan berita yang sering diceritakan media online. Masih banyak yang mempercayai media cetak sebagai pemberi informasi yang bersifat berita secara real dan nyata. Masyarakat masih berasumsi bahwa berita yang diberikan oleh media cetak tidak hoax dikarenakan jelas terbitnya. Adanya kesesuaian antara judul dengan isi beritanya serta media cetak dapat didokumentasi.

Kata Kunci : Media Cetak, Media Online, Waspada, Ekistensi

1. PENDAHULUAN

Dari sekian banyak Media Cetak yang ada. Media Cetak berupa koran hingga saat ini masih banyak ditemukan. Salah satunya koran yang masih eksis ditengah-tengah masyarakat yaitu Koran Harian Waspada Medan. Koran harian Waspada Medan merupakan salah satu koran yang berada di Medan, yang muaranya beritanya berisi

tentang berita pendidikan, olahraga, budaya dan lain sebagainya

Namun, demikian dengan bermunculan berbagai macam bentuk media baru, termasuk Media Online serta ketatnya persaingan membuat eksistensi Media Cetak Harian Waspada Medan ini mengalami penurunan. Sehingga perlu diadakannya langkah-langkah yang tepat

oleh Media Cetak Harian Waspada Medan untuk bisa tetap eksis ditengah-tengah masyarakat khususnya Kota Medan. Karena saat ini hampir diseluruh lapisan masyarakat yang ada di kota medan sudah mulai banyak yang beralih ke Media Online untuk mengakses kebutuhan akan informasi (Austin, et.al., 2021: 46)

Media cetak menjadi sangat penting apabila informasi yang disajikan merupakan informasi penting yang ditujukan kepada khalayak publik. Agar tetap menjadi pilihan konsumen, produk media cetak perlu adanya inovasi upaya mempertahankan eksistensinya. Inovasi itu sendiri merupakan cara atau terobosan yang dibuat dalam rangka memberikan kekuatan terhadap produk media cetak dalam mempertahankan konsumen untuk memilihnya sebagai bahan informasi. Menciptakan inovasi yang baik akan mampu dapat bersaing dengan para kompetitor

Ketatnya persaingan membuat lahan pasar seakan semakin menyempit. Hal ini dikarenakan banyaknya penawaran produk yang sejenis kepada konsumen oleh para kompetitor. Sehingga konsumen semakin memiliki banyak pilihan akan produk yang akan dipilih nantinya. Kondisi seperti ini sebenarnya merupakan kondisi pasar yang baik. Dikarenakan kondisi seperti ini masuk dalam kondisi atau bentuk pasar persaingan sempurna.

Menurut hasil studi Indonesian Digital Association (IDA) seperti dikutip kompas.com, menunjukkan pembaca media online menempati angka tertinggi yakni berkisar 96% dari pembaca aktif Indonesia. Kemudian disusul media televisi sebanyak 91%, kemudian 31% dipegang oleh koran, lalu yang terakhir radio hanya sebesar 15%.

Hasil penelitian tersebut mengacu pada indikator media dengan pembaca yang ingin mendapatkan berita terbaru dan terupdate kejadian aktual di sekitarnya. Hasil riset ini melibatkan pembaca aktif dan terbesar di Indonesia yakni Jakarta, Bandung, Medan, Surabaya, Semarang, Bogor, dan kota lainnya.

Dalam kondisi seperti ini, tentunya media cetak mulai merasa terancam keberadaannya. Bayang-bayang gulung tikar menghampiri Mereka para penerbit khawatir pembaca setianya beralih ke Media Online yang sedang naik daun. Mereka takut sejarah dan jasa yang dibuat oleh media cetak akan segera dilupakan oleh masyarakat. Tetapi media cetak tergolong media yang kuat, punya karakter yang khas. Itu yang membuat sebagian besar masyarakat lebih memilih media cetak daripada media online. Berita yang jelas, lengkap, dan terperinci menjadi nilai lebih dari media cetak. Kolom-kolom berita pada media cetak yang mengupas tuntas suatu masalah selalu dinanti masyarakat. Selain itu, berabad-abad media cetak telah mengiringi perkembangan peradapan manusia, sehingga tah mudah untuk dilupakan (Ispriadi, 2020).

Media Online memang menjanjikan. Dia cepat, hangat, dan kontinu Namun berita hanya dapat diakses dengan menggunakan alat canggih. Tidak semua masyarakat memilikinya. Berita pada media online hanya dapat dinikmati kalangan tertentu, yang mengerti teknologi. Sedangkan yang tidak mengerti akan teknologi mereka tetap setia menggunakan media cetak sebagai alat informasi. Sesuai deskripsi di atas, maka penulis mencoba melakukan penyajian hasil penelitian yang berjudul "Eksistensi Media Cetak Dalam Menghadapai Persaingan

Dengan Media Online (Study Pada Harian Waspada Medan).

2. METODE

Metode yang digunakan dalam penelitian ini ialah metode penelitian deskriptif kualitatif. Deskriptif kualitatif adalah sebagai prosedur penelitian yang menghasilkan data deskriptif berupa kata-kata tertulis atau lisan dari orang-orang dan perilaku yang dapat diamati.

Penelitian kualitatif merupakan suatu strategi inquiry yang menekankan pencairan makna, pengertian, konsep, karakteristik, gejala, simbol, maupun deskripsi tentang suatu fenomena, fokus, dan multimetode, bersifat alami dan holistic, megutamakan kualitas, menggunakan beberapa cara, serta disajikan secara naratii. Dari sisi lain dan secara sederhana dapat dikatakan bahwa tujuan penelitian kualitatif adalah untuk menemukan jawaban terhadap suatu fenomena atau pertanyaan melalui aplikasi prosedur ilmiah secara sistematis dengan menggunakan pendekatan kualitatif (Sugiyono, 2012).

Penentuan lokasi penelitian dimaksudkan untuk mempermudah atau memperjelas lokasi yang menjadi sasaran dalam penelitian, Peneliti melakukan penelitian di kantor Harian Waspada Medan jl. Brigjen Katamso No. 1/Letdjen suprapto.

Teknik pengumpulan data dalam penelitian ini, peneliti sendirilah yang menjadi instrumen utama yang terjun ke lapangan serta berusaha sendiri mengumpulkan informasi melalui observasi atau wawancara. Dengan demikian suatu proses penelitian kualitatif pada dasarnya meliputi aktivitas seperti observasi,

wawancara mendalam, serta menciptakan suatu proses deskripsi awal, lalu dilanjutkan dengan observasi dan wawancara yang lebih detail, setelah itu dilakukan konseptualisasi lagi sampai mencapai titik jenuh informasi, serta menentukan konsep sebagai keinginan yang tersembunyi di balik informasi yang detail mendalam. Sehingga teknik analisis data menggunakan reduksi data, penyajian data, selanjutnya mengambil kesimpulan.

3. HASIL PEMBAHASAN

Dalam menghadapi persaingan Harian Waspada mengambil langkah-langkah memperkuat jalur distribusi, memperbanyak iklan, mutu cetak dan meningkatkan mutu konten isi. Maka dari itu Harian Waspada selalu berinovasi dan mengupayakan agar tidak ditinggal pembacanya dengan selalu melihat peluang yang ada dan memperbaiki dengan memiliki epaper yaitu epaper Waspadamnedan.com dan Waspada juga memiliki akun [twitter@Waspadamedan](https://twitter.com/Waspadamedan).

Terobosan yang dilakukan Harian Waspada saat ini adalal, Menciptakan sesuatu yang berbeda, Menawarkan pemasaran yang kreatif, Merangkul berbagai kalangan, Melibatkan pera aktif konsumen, Menjadi permasalahan solusi konsumen.

Harian Waspada juga jelas mengalami tantangan karena hadirnya Media Online atau banyaknya media sosial jelas berdampak kepada media cetak dan media cetak juga mengalami pengurangan oplah, akan tetapi meski demikian harian Waspada tetap bisa hadir karena harian Waspada mempunya strategi dan kualitas khusus untuk tidak sama dengan apa yang disajikan di media online, Waspada

berusaha sebisa mungkin menyajikan berita-berita yang lebih lengkap, lebih komprehensif dan lebih banyak narasumber ketimbang yang ada di media-media online.

Berdasarkan hasil wawancara dengan Bapak Muhammad Ferdinan Sembiring, selaku Asisten Redaktur Harian Waspada mengatakan bahwa strategi khusus juga dilakukan tim redaksi dalam upaya mempertahankan eksistensi Harian Waspada, dengan cara Harian Waspada selalu memberikan ruang kepada batas pembaca, dan juga ketika Berita-berita tentang peristiwa terbit di online, maka harian Waspada akan menggali lebih dalam, jauh lebih dalam dari yang ada di media online, harian Waspada harus menerbitkan berita-berita yang beda dengan media online nares lebih jelas, lengkap, dan akurat. Tim redaksi selalu memantau media online, apa yang tidak ada di media online harus ada di media cetak Harian Waspada Medan.

“Harian Waspada terus akan melakukan perubahan-perubahan sehingga bisa tetap diminati, meskipun media cetak kalah cepat tapi keakuratan jelas dicetak lebih akurat.”

Bahkan dari sisi penulisan pun jelas ada perubahan, artinya wartawan tidak bisa lagi menulis sesedarhana mungkin, para wartawan dikumpulkan di ruang redaksi setiap pagi untuk ditugaskan menulis berita demi berita secara mendalam, artinya ketika ada peristiwa wartawan tidak hanya memberitakan peristiwa. tapi menggali sedalam dalamnya dan menawarkan solusi atas peristiwa itu, itu tidak ada di media online. Media online hanya menceritakan sebuah peristiwanya saja, contohnya: misalnya ada sebuah kebakaran, yang hanya memuat keterangan lokasi, jam, korban, serta kerugiannya segini. Tetapi media

cetak harian Waspada tidak seperti itu, harian Waspada juga memuat keterangan dari hasil polri tentang peristiwa itu, keterangan dari pihak pemadam kebakaran, artinya media cetak merangkum dari segala sisi, paling tidak dua paragraf tiga paragraf dari masing-masing sumber, sehingga lebih jelas dan akurat.

Disamping itu Harian Waspada juga terus meningkatkan kualitasnya dengan cara memfokuskan konten/isi yang selalu di update dan selalu melihat dari orientasi pasar, artinya apa keinginan dan kebutuhan masyarakat hari ini dan besok, itu tidak bisa dilawan karena jika dilawan maka pembaca akan berkurang, maka harus di update secara terus menerus, caranya setiap pagi, wartawan dikota selalu mengadakan meeting yang dipimpin oleh ketua wartawan untuk membahas bagaimana berita hari ini, tentunya berita utama yang ditampilkan, lalu meminta respon dari rekan-rekan tentang berita hari ini terutama berita headline. Biasa yang dibahas dalam meeting tersebut seperti banyak pembacanya, bagaimana kritik pembaca, ana saran pembaca. Dan selalu di diskusikan setiap pagi hari. Lalu akan ada kesimpulan, jika berita headline hari ini tidak lagi diminati maka akan digeser misalkan ke berita politik, kriminal maupun berita kesehatan. Jadi harian Waspada akan tetap mendengarkan saran dan kritik dari masyarakat guna meningkatkan mutu dan eksistensi harian Waspada.

Penjualan pribadi yang dilakukan Harian Waspada adalah dengan melakukan tatap muka langsung dengan konsumen seperti kegiatan dilakukan oleh petugas operasional yang berada di kantor penerbitan lantai 2 bagian marketing, selain

melakukan penjualan pribadi Harian Waspada juga melakukan pemasaran langsung yaitu perusahaan mendistribusikan koran ke agen lanjut ke sub agen lanjut keloper (kios) lanjut ke konsumen. Selain itu juga melakukan pemasaran jarak jauh dan melakukan pemasaran melalui surat. Dalam pemasaran langsung Harian Waspada medan menggunakan media seperti media konvensional, media penerbitan, media speaking, dan media sosial.

Kebijakan produk juga dilakukan oleh Harian Waspada medan dalam menghadapi persaingan. Adapun kebijakan produk yang dilakukan Harian Waspada adalah Dalam hal ini Harian Waspada selalu meningkatkan mutu konten isi, dan Harian Waspada selalu berusaha mendapatkan berita-berita yang tidak diinformasikan media lain. hal ini dilakukan Harian Waspada agar dapat memenuhi kebutuhan dan keinginan konsumen.

Kebijakan harga yang ditentukan oleh Harian Waspada ditetapkan dengan memperhitungkan dengan biaya-biaya oprasi, laba yang dicapai serta dengan mempertimbangkan keadaan ekonomi. Harga jual Harian Waspada Rp.3.500.

Kebijakan *place* (tempat) yang dilakukan Harian Waspada adalah Harian Waspada terletak ditengah kota di persimpangan empat. Hal itu juga mempermudah konsumen Harian Waspada juga memilih Sumatra Utara, Medan dan jakarta sebagai jalur pendistribusian.

Harian Waspada adalah perusahaan surat kabar lainnya bersaing langsung untuk mendapatkan iklan dan pelanggan.

4. KESIMPULAN

Keberadaan media cetak surat kabar harian Waspada masih dibutuhkan, terutama untuk wilayah yang jauh dari akses internet dan sebagian besar penikmat berita lebih nyaman membaca surat kabar dari pada media internet. Kuatnya faktor ekonomi, teknologi dan sosial budaya sangat mempengaruhi Kebanyakan Leberapa masyarakat indonesia cenderung untuk membaca secara konvensional karena dianggap lebih mudah untuk dibaca. Akses untuk mendapatkan berita yang lebih detail lebih mudah tidak sesulit online.

Harian Waspada Medan mengungkapkan bahwa konvergensi media adalah salah satu langkah yang tepat untuk membantu media cetak jika ingin trus eksis, salah satu perkembangan media massa yang melibatkan banyak faktor, teknologi dalam penggunaannya. Media cetak juga kini beradaptasi dengan media online, kehadiran internet membuat media cetak menerapkan konsep konvergensi media seperti media online, e-paper, televisi yang dimuat di youtube, dan media sosial.

Harian Waspada memiliki strategi secara umum dan khusus, secara umum adalah strategi yang wajib dan umum dipakai oleh seluruh tim redaksi media cetak Harian Waspada, sedangkan secara khusus adalah strategi yang dibentuk atau dibuat olen tim redaksi media cetak harian Waspada medan dan hanya di miliki oleh tim redaksi media cetak harian Waspada Medan.

Adanya perkembangan media online ditengah-tengah media cetak tidak terlalu mempengaruhi eksistensi media cetak untuk tetap terbit dan menjadi bacaan masyarakat kota medan. Terbukti dari hasil wawancara penulis, menekankan bahwa

media cetak masih tetap dihargai dan diminati oleh masyarakat, meskipun media online mengalami perkembangan yang pesat dengan fitur dan aplikasi-aplikasi canggih serta tidak dipungkiri bahwa masyarakat juga menyukai membaca berita media online. Tetapi masih ada segelintir masyarakat yang ragu dengan berita yang sering diceritakan media online. Masih banyak yang mempercayai media cetak sebagai pemberi informasi yang bersifat berita secara real dan nyata. Masyarakat masih berasumsi bahwa berita yang diberikan oleh media cetak tidak hoax dikarenakan jelas terbitnya. Adanya kesesuaian antara judul dengan isi beritanya serta media cetak dapat didokumentasi.

5. DAFTAR PUSTAKA

- Abubakar, Rifai. 2021. Pengantar Metode Penelitian. Yogyakarta
- Abidin, zaenal. 2007. Analisa eksistensial. Jakarta. PT. Raja Grafindo Persada
- Baran, Stanley J. 2012. Pengantar Komunikasi Massa Jilid 1 Jakarta: Erlangga
- Butsi, F. I. (2019). Mengenal Analisis Framing: Sejarah dan Metodologi. Jurnal Ilmiah Ilmu Komunikasi Communique, 1(2), 52-58. Canggara, Hafied. (2015). Pengantar Thou Komunikasi. Edisi kedua. Jakarta: PT.RajaGrafindo Persada.
- Onong. U,E.2011. Ilmu komunikasi teori dan prakteknya. Bandung: Remaja Rosdakarya
- Emzir.2012. metodologi penelitian kualitatif analisis data, jakarta: PT Raja Grafindo Persada
- Fikri, M AR.2018. Sejarah Media: Transformasi, Pemanfaatan dan Tantangan. UB Press Malang.
- Herdiansyah, haris. 2015. Wawancara, observasi, dan fokus groups sebagai instrumen penggalan data kualitatif. Jakarta PT. Raja Grafindo Persada.
- Tumengkol, A. E. A., Putri, S. I., & Syahputra, F. (2021). KOMPETENSI WARTAWAN DALAM MENINGKATKAN PROFESIONALISME DI WASPADA ONLINE. Jurnal Ilmiah Ilmu Komunikasi Communique, 4(1), 45-52.