

Tantangan dan Strategi Radar Sulbar sebagai Lembaga Media Cetak di Era Digital

¹Riski Wiji Hariani, ²Fathiyah

^{1,2} Sekolah Tinggi Agama Islam Negeri Majene, Majene, Indonesia

¹riskiwijihariani@gmail.com, ²fathiyah@stainmajene.ac.id

Abstract

Permasalahan yang dikaji dalam penelitian ini adalah untuk mengkaji tantangan dan strategi media cetak Radar Sulbar di era digital berdasarkan analisis coding. Jenis penelitian ini adalah penelitian kualitatif yang dibangun berdasarkan pendekatan deskriptif. Prosedur penelitian kualitatif ini menghasilkan data deskriptif. Pengumpulan data dilakukan dengan observasi, wawancara, dan dokumentasi. Analisis data dilakukan dengan mengelola data hasil wawancara Direktur Radar Sulbar, Redaktur pelaksana, dan langganan koran. Dari hasil wawancara dengan beberapa narasumber di atas peneliti mengolah data dengan cara open coding, axial coding, dan tahap terakhir peneliti selective coding. Hasil penelitian menjelaskan bahwa Radar Sulbar sebagai lembaga media cetak di era digital pertama ada beberapa tantangan, yaitu perkembangan teknologi, kecepatan penyampaian berita, biaya penggunaan internet, iklan menurun, teknologi mesin pencarian, konsumen atau pelanggan kemudian kedua, strategi ada beberapa strategi yang dilakukan radar Sulbar untuk tetap bertahan di tengah perkembangan teknologi good service, adaptasi perkembangan teknologi, pemasaran, dan manajemen SDM.

Kata Kunci: Tantangan, Strategi, Media Cetak

PENDAHULUAN

Perkembangan teknologi digital saat ini menjadi semakin pesat. Hal ini ditandai dengan munculnya teknologi- teknologi baru yang ditemukan ataupun diciptakan. Di era digital saat ini masyarakat tentunya memiliki gaya hidup yang baru yang tidak bisa dipisahkan dengan perangkat elektronik. Teknologi dapat banyak membantu perkembangan juga kebutuhan hidup masyarakat, hal inilah yang membawa peradaban media cetak memasuki era digital. Perkembangan teknologi tentunya membawa banyak perkembangan juga dampak positif yang dapat digunakan sebaik- baiknya. Namun, selain dampak positif perkembangan teknologi juga ternyata membawa dampak negatif, dengan mudahnya anak-anak dapat mengakses konten yang belum layak untuk di tonton, banyaknya penipuan, berkembangnya teknologi juga menjadi tantangan baru bagi media cetak (Hartina, 2021). Era digital berkembang ditandai dengan munculnya digital itu sendiri, mulai dari telepon pintar, komputer atau multimedia, serta komunikasi. Telepon pintar merupakan salah satu teknologi komunikasi dan informasi yang sangat berkembang saat ini, alat ini dijadikan sebagai alat untuk mengakses informasi secara cepat oleh manusia. Mudahnya manusia mengakses informasi karena ponsel yang digunakan juga sudah menyediakan aplikasi apa saja yang dibutuhkan manusia untuk dapat dengan mudah mendapatkan apa yang dicari. Di kalangan masyarakat, telepon pintar sering lebih dikenal sebagai *smartphone* setiap individu memiliki barang tersebut karena kecanggihannya. *Smartphone* ini bebas dapat mengakses informasi ataupun situs yang diinginkan oleh penggunaanya. Oleh karena itu, masyarakat modern saat ini tidak bisa terlepas dari paparan perkembangan media, disadari atau tidak konten juga disajikan di media sosial saat ini sudah menjadi bagian hidup masyarakat (Thahira, 2018).

Seiring perkembangan zaman kehadiran media yang semakin berkembang, membawa pada manusia untuk menciptakan budaya baru, teknologi mengubah segalanya. Selain manusia cenderung menciptakan budaya baru, kemungkinan besar juga manusia akan merasa bisa hidup sendiri tanpa bantuan orang lain. Segalanya bisa didapatkan hanya dengan modal *smartphone* dan jaringan yang terhubung ke internet. Kurangnya hubungan sosial, jarang berbaaur pada tetangga, tertutup dan merasa cukup lebih mengetahui mengenai dunia luar karena mudahnya

informasi yang didapatkan secara mudah. Hal ini menjadi salah satu dampak berkembangnya teknologi saat ini.

Tak dapat dipungkiri, kebutuhan informasi dalam masyarakat pun ikut meningkat, di mana masyarakat ingin mengetahui perkembangannya secara cepat dan instan. Informasi merupakan salah satu kebutuhan dalam hidup masyarakat, dengan hadirnya informasi yang disajikan manusia dapat mengetahui sesuatu yang awalnya tidak diketahui. Informasi dapat didapatkan melalui berbagai media seperti media online, media elektronik juga media cetak, setiap individu dapat memilih mendapatkan berita atau informasi melalui media apa saja sesuai dengan kebutuhan juga kemampuan setiap manusia itu sendiri. Beberapa tantangan yang dihadapi media cetak di era digital antara lain: *Pertama*, sebagian orang lebih memilih untuk mendapatkan berita dan informasi melalui media digital, seperti situs berita *online*, media sosial, serta aplikasi berita di *smartphone*. *Kedua*, persaingan dengan media digital, media digital semakin populer sehingga media cetak harus bersaing dengan media digital untuk mendapatkan perhatian pembaca. *Ketiga*, era informasi yang sangat cepat serta mudah diakses, media cetak harus memastikan bahwa konten mereka akurat dan dapat dipercaya agar kepercayaan pembaca tetap terjaga. *Keempat*, model bisnis media cetak cenderung lebih kaku dan sulit untuk beradaptasi dengan perubahan tren konsumen dan teknologi (Casey, 2005).

Melihat tantangan yang dihadapi media cetak di era digital tentunya media cetak harus memiliki strategi yang tepat untuk menghadapi tantangan tersebut agar media cetak dapat terus bertahan. Dalam konteks tersebut, konsep ekologi media dapat menjadi panduan dalam menghadapi tantangan yang dihadapi oleh media cetak. Konsep ekologi media menekankan pada pentingnya mempertimbangkan hubungan yang kompleks antara media, lingkungan, serta masyarakat. Hal ini berdampak pada lingkungan dan distribusi media cetak. Strategi yang tepat harus dapat mempertimbangkan ketiga aspek tersebut untuk menciptakan media cetak yang berkelanjutan di era digital. Dampak lingkungan yang dimaksudkan pada teori ekologi media ialah setiap media akan bersaing dengan media lainnya, dan adanya teknologi saat ini, media cetak akan bersaing dengan media cetak lainnya juga untuk menyelaraskan antara media cetak dengan media digital. Setiap media memperhatikan lingkungan atau kebutuhan informasi masyarakat. Selain itu, teori ekologi media mengkaji antara produksi dan konsumsi setiap media yang bersaing dengan media media lainnya, juga membahas kualitas berita yang akan sampai pada lingkungan masyarakat.

Menurut survei Nieslen Consumer & Media View (CMV) kuartal III yang dilakukan di 11 kota dan menginterview 17 ribu responden, saat ini media cetak (termasuk di dalamnya koran, majalah, dan tabloid) memiliki penetrasi sebesar 8% dan dibaca 4,5 juta orang dari jumlah tersebut, 83% nya membaca koran. Indonesia jika dilihat dari profil pembaca korannya cenderung pada usia 20-49 tahun (74%) memiliki pekerjaan sebagai karyawan (32%) serta pembaca mayoritas ada pada kelas atas sebanyak (54%). Hal ini dapat menjadi bukti bahwa pembaca media cetak masih sangat produktif kemudian pada tahun 2017 hasil survei tersebut jumlah pembaca versi digital mencapai 6 juta dengan penetrasi 11% ini juga dapat menjadi penanda bahwa jumlah pembaca tidak menurun hanya saja berganti dari cetak ke digital (Hartina, 2020).

Menurut laporan Asosiasi News Media Amerika Serikat pada tahun 2021, rata-rata pembaca surat kabar cetak di Amerika Serikat menurun sekitar 8% per tahun selama 10 tahun terakhir. Sementara itu, pembaca berita melalui media digital terus meningkat hal ini seiring dengan pertumbuhan pengguna internet. Di Indonesia, menurut survei yang dilakukan oleh Asosiasi Perusahaan Media Digital Indonesia (APMDI) Pada tahun 2001, terdapat peningkatan jumlah pembaca *online* sebesar 25% pada tahun 2020 dibandingkan dengan tahun sebelumnya.

Hal ini menunjukkan bahwa semakin banyak orang yang beralih ke media digital untuk mendapatkan informasi ataupun berita.⁷ Selain dari data di atas, berdasarkan Data Dewan Pers terdapat 1.711 perusahaan media di Indonesia yang telah terverifikasi hingga Januari 2023. Dari jumlah tersebut, media digital mendominasi sebanyak 902 perusahaan (APMDI, 2021).

Data tersebut membuktikan bahwa masyarakat kini lebih sering mengonsumsi berita melalui perangkat elektronik karena lebih praktis dan canggih. Hal tersebut berbanding terbalik dengan media cetak yang semakin ditinggalkan pembacanya karena beralih ke media digital. Data dewan pers menunjukkan terdapat 423 perusahaan di dalam negeri hingga awal bulan lalu (Yuli, 2023). Dari data di atas, dapat diartikan bahwa menurunnya jumlah koran yang terjual, juga menipisnya lembaran koran media cetak menjadi penanda bahwa manusia saat ini memilih mendapatkan informasi dari cetak ke digital. Media cetak adalah suatu media statis yang berfungsi sebagai media penyampai informasi. Media cetak terdiri dari lembaran sederhana diisi dengan sejumlah kata, gambar atau foto dalam tata warna yang rapi serta halaman putih dengan tujuan dapat memberikan informasi, juga menghibur. Media cetak juga ialah suatu dokumen atas segala hal penting dari seorang saksi pada satu peristiwa kejadian yang direkam oleh seorang jurnalis kemudian di ubah dalam bentuk kata-kata, gambar, foto dan sebagainya (Ardianto, 2009).

Media cetak saat ini mengalami penurunan pembacaannya, bukan lagi pada skala lokal, ataupun nasional tetapi sudah sampai pada internasional. Hal ini ditandai dengan jumlah koran yang terjual. Pada realitasnya memang media cetak mulai ditinggalkan pembacanya karena manusia terlebih anak muda kini lebih mementingkan mengikuti perkembangan teknologi yang semakin canggih. Segala sesuatu dapat diakses dan didapatkan secara instan. Saat ini terdapat beberapa koran yang masih berkembang dan familiar di mata masyarakat. Salah satunya adalah Media cetak Radar Sulbar. Media ini diterbitkan oleh PT Media Sulawesi Barat yang didirikan pada tahun 2001. Radar Sulbar menyediakan berita dan informasi seputar Sulawesi Barat, seperti politik, ekonomi, sosial, budaya dan olahraga. Radar Sulbar ini hadir dalam bentuk Koran harian dan juga memiliki versi *online* yang dapat diakses melalui situs *web* resminya.

Radar Sulbar terus berupaya untuk menyesuaikan diri dengan perkembangan teknologi. Selain itu, Radar Sulbar juga menjaga kualitas pemberitaannya dengan mengutamakan prinsip jurnalisme yang beretika. Sebagai media cetak yang berfokus pada berita dan informasi di Sulawesi Barat, Radar Sulbar memiliki peran penting dalam membantu masyarakat untuk mendapatkan informasi yang terpercaya mengenai kondisi daerahnya. Melalui pemberitaannya, Radar Sulbar mampu memberikan pengaruh terhadap isu yang berkembang di Sulawesi Barat. Misalnya, pada tahun 2020 Radar Sulbar meliput secara intensif mengenai bencana alam gempa bumi yang terjadi di Mamuju dan Majene. Selain itu, Radar Sulbar juga mampu memberikan pemberitaan mengenai pembangunan dan pengembangan di Sulawesi Barat. Radar Sulbar pertama kali mampu mencetak atau menerbitkan lebih dari 3000 koran dengan cetakan pertama terbit 24 halaman. Koran ini dikirim ke instansi maupun rumah masyarakat. Namun, seiring perkembangan dan kecanggihan teknologi saat ini, media cetak mengalami penurunan baik dari segi langganan maupun jumlah halaman koran. Dari 3000 koran, saat ini menurun menjadi di bawah 1000 dan dari 24 halaman turun ke 12 sekarang menjadi 8 halaman. Meskipun media cetak terutama koran mengalami penurunan yang tidak sedikit sampai saat ini, media cetak masih tetap berjalan dan tetap aktif, hal ini tentunya menjadi salah satu tanda bahwa media cetak Radar Sulbar memiliki strategi untuk tetap bertahan.

Oleh karna itu, Media Cetak Radar Sulbar harus mempertahankan strategi yang beberapa tahun terakhir telah melakukan konvergensi media. Hal itulah yang menjadi salah satu upaya media cetak untuk menyampaikan informasi lebih cepat di era digital melalui situs media

online. Untuk menguasai atau menyelaraskan teknologi, media cetak harus mentransformasi diri untuk lebih maju lagi. Dengan melihat perkembangan teknologi saat ini, penulis tertarik untuk meneliti “Tantangan dan Strategi Radar Sulbar Sebagai Lembaga Media Cetak di era Digital.” Beberapa literatur yang relevan dengan penelitian ini, khususnya Tantangan dan Strategi Radar Sulbar di Era Digital. Berdasarkan penelusuran secara daring, peneliti menemukan beberapa penelitian yang juga menjadikan strategi media cetak di era digital sebagai objek penelitian, yaitu: Jurnal judul “Strategi Manajemen Surat Kabar Harian Media Indonesia dalam Mempertahankan Eksistensi di Era Media Digital” oleh Bunga Supriatin Mahasiswa Program Studi Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Bung Karno tahun 2022. Penelitian ini merupakan penelitian kualitatif dengan metode pengumpulan data yang digunakan adalah wawancara, observasi dan dokumentasi (Supriatin, 2022). Kesamaan penelitian ini dapat dilihat dari pembahasan tentang strategi media cetak di tengah perkembangan media digital dan menggunakan penelitian kualitatif. Perbedaannya terletak pada fokus penelitian yang akan diteliti. Skripsi berjudul “Eksistensi Surat Kabar di Era Media *Online* (Studi Surat Kabar Metro Jambi) oleh Kuswanto Mahasiswa Program Studi Komunikasi dan Penyiaran Islam konsentrasi Ilmu Jurnalistik Fakultas Dakwah Universitas Islam Negeri Sulthan Thaha Saifuddin Jambi 2020. Penelitiannya upaya mempertahankan eksistensi surat kabar Metro Jambi di Era Media *Online*. Penelitian ini merupakan penelitian kualitatif deskriptif dengan pengumpulan data, yaitu wawancara, observasi, dan dokumentasi. Kesamaan penelitian ini dilihat dari pembahasan tentang media cetak di era digital, dan perbedaannya terletak pada fokus yang diteliti.

Ecology media juga dikenal sebagai media *ecology* theory adalah teori yang berkaitan dengan studi media dan teknologi yang dikembangkan oleh Marshall McLuhan. Teori ini menganggap media sebagai lingkungan yang mempengaruhi cara memersepsikan dunia dan berinteraksi dengan lingkungan kita. Menurut teori ini media tidak hanya mengirimkan pesan, tetapi juga mempengaruhi cara kita berpikir, merasakan dan bertindak. Media memiliki ekologi yang terdiri dari interaksi kompleks antara teknologi, media dan budaya (Casey, 2005).

Ekologi media sangat penting untuk dipahami dalam konteks keberlanjutan lingkungan, kesejahteraan lingkungan dan masyarakat. Oleh karena itu, dalam konteks ekologi media, keberlanjutan lingkungan dan penggunaan teknologi yang bertanggung jawab menjadi fokus penting dalam mempertahankan kehidupan yang berkelanjutan dan harmonis antara manusia dan lingkungan. Dalam praktiknya, ekologi media dapat membantu manusia memahami dampak teknologi dan media pada lingkungan fisik dan sosial, serta bagaimana media dapat digunakan secara bertanggung jawab untuk mendukung kesejahteraan manusia dan lingkungan. Hal ini dapat dicapai dengan pertimbangan faktor-faktor seperti efisiensi energi, pengurangan limbah, dan dampak sosial dari teknologi media yang digunakan.

Dalam ekologi media, ada beberapa prinsip dasar yang dapat membantu memahami hubungan antara media, teknologi, dan lingkungan antara lain: (1) Media membentuk cara kita memandang dunia, media tidak hanya mempengaruhi cara kita berkomunikasi, tetapi juga mempengaruhi cara kita memandang dunia. Media membantu membentuk persepsi dan nilai-nilai kita, serta memberikan pola pikir yang lebih luas tentang peristiwa di dunia. (2) Setiap media memiliki ekologinya sendiri, yang terdiri dari teknologi, budaya, dan nilai-nilai yang mempengaruhinya. Oleh karena itu, setiap media memiliki dampak lingkungan dan sosial yang berbeda. (3) Teknologi dan lingkungan adalah saling berkaitan dan saling mempengaruhi. Penggunaan teknologi dapat mempengaruhi lingkungan fisik dan sosial, serta lingkungan yang sehat dapat mendukung penggunaan teknologi yang bertanggungjawab (Mc Luhan, 1964).

Dalam praktiknya, ekologi dapat membantu manusia mempertimbangkan dampak lingkungan dan sosial dari teknologi dan media yang digunakan, serta mencari cara untuk menggunakan teknologi dan media dengan cara yang bertanggungjawab serta berkelanjutan. Hal ini dapat dilakukan melalui perkembangan teknologi yang lebih efisien dan ramah lingkungan, serta penggunaan teknologi untuk mendukung keberlanjutan dan kesejahteraan manusia (Postman, 2006).

Selain itu, ekologi manusia juga dapat membantu kita memahami peran media dalam mempengaruhi budaya dan masyarakat. Media memiliki kekuatan untuk membentuk dan mempengaruhi nilai-nilai serta norma sosial. Media dapat berperan penting dalam membentuk masyarakat yang lebih baik. Oleh karena itu, dalam konteks ekologi media penting untuk mempertimbangkan nilai-nilai dan tujuan kita sebagai masyarakat yang menggunakan media untuk mendukung nilai-nilai tersebut. Misalnya, dalam konteks keberlanjutan lingkungan dapat menggunakan media membangun kesadaran akan isu-isu lingkungan yang mendukung perubahan perilaku yang lebih bertanggungjawab terhadap lingkungan. Media dapat digunakan untuk mengedukasi dan memberikan informasi kepada masyarakat tentang cara-cara yang digunakan untuk mendukung keberlanjutan, serta memberikan informasi untuk perubahan yang lebih berkelanjutan.

Tantangan merupakan hal atau objek yang menggugah tekad untuk meningkatkan kemampuan dalam mengatasi masalah, artinya sesuatu hal yang membuat kita semakin tertekad dalam melakukan sesuatu serta mendapatkan hasil. Seperti halnya pustakawan, di era teknologi saat ini peran pustakawan mengalami penurunan karena yang awalnya perpustakaan sebagai sumber informasi lengkap dan tepat, namun sedikit demi sedikit bergeser pada layanan yang berbasis teknologi informasi, yaitu perangkat atau media elektronik. Strategi berasal dari bahasa Yunani klasik “*stratos*” yang berarti tentara dan kata “*agein*” yang berarti memimpin. Jadi strategi adalah memimpin tentara. Ada juga yang mendefinisikan strategi adalah suatu perencanaan jangka panjang yang sengaja disusun untuk mengantarkan atau membawa pada suatu pencapaian ataupun tujuan tertentu. Tentunya untuk mencapai pada strategi atau perencanaan tersebut tentunya dibutuhkan skill atau kemampuan komunikasi yang baik.

Strategi komunikasi adalah kombinasi yang terbaik dari semua elemen komunikasi mulai dari komunikator, person, saluran atau media, penerima juga sampai pada pengaruh atau efek yang dirancang untuk mencapai tujuan komunikasi yang optimal. Strategi komunikasi terbagi menjadi dua aspek penting, yaitu strategi yang dimaknai secara makro yaitu strategi yang dilakukan manajemen secara jangka panjang, contohnya pada strategi penerapan harga, strategi pengembangan produk, strategi pengembangan pasar dan lain sebagainya. Kemudian strategi secara mikro, yakni strategi yang digunakan perusahaan setiap harinya, dan hasilnya dapat memperoleh strategi jangka panjang. Media cetak merupakan alat sarana atau perantara tersampainya suatu informasi atau berita yang dicetak dengan bahan kertas. Ciri utama dari media cetak adalah teks dan gambar visualisasi yang jelas dengan kolaborasi antara teks dan gambar tersebut, kemudian didesain atau diedit sedemikian rupa sehingga bisa menghasilkan berita yang layak untuk disebarluaskan kepada khalayak atau publik.

METODE

Jenis penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah kualitatif. Penelitian ini bersifat deskriptif. Selain itu, penelitian ini juga memberikan gambaran tentang kondisi fakta dan tersusun secara sistematis mengenai tentang faktor-faktor, sifat-sifat ataupun fenomena. Penelitian ini merupakan penelitian lapangan yang dilakukan di Instansi Radar Sulbar yang ada di Kabupaten Mamuju, Sulawesi Barat. Teknik pengumpulan data ini berfungsi untuk

melengkapi pembahasan terkait masalah yang ada di Radar Sulbar. Adapun pengumpulan data tersebut sebagai berikut: Observasi yang dimaksud dalam penelitian ini dengan melakukan pengamatan dengan cara mendatangi langsung lokasi penelitian atas fenomena yang terjadi, hal ini dilakukan untuk membandingkan referensi atau literatur yang ada dengan apa yang betul terjadi di lapangan. Wawancara yang dimaksud dalam penelitian ini untuk mendapatkan informasi dari informan mengenai tentang pertanyaan peneliti.

Wawancara ini dilakukan secara lisan atau langsung dalam bentuk tanya jawab secara lisan kepada narasumber. Wawancara mengenai masalah yang ingin diteliti ini diajukan kepada kepala atau pimpinan Radar Sulbar. Setelah proses pengumpulan data yang diperlukan, maka langkah selanjutnya yang akan dilakukan oleh peneliti adalah mengolah data data yang ada dengan menganalisis data tersebut. Analisis data kualitatif ialah upaya untuk memilah data yang penting dan data yang perlu dipelajari serta memutuskan apa yang penting untuk diceritakan kepada orang lain. Teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah teknik analisis kode atau code dalam kata kerja bahasa inggris menjadi *coding*. *Coding* adalah proses memberikan pelabelan atau memberikan indeks pada semua data yang menggunakan kode tertentu (Yin, 2018). Dalam kode melibatkan reduksi data dimana data yang anda kumpulkan dimasukkan ke dalam kata yang singkat dan memiliki makna. Ada tiga tipe yang mengkode data kualitatif yakni *open coding*, *axial coding*, dan *selective coding* (Hennik, 2011).

HASIL DAN PEMBAHASAN

Peneliti menemukan beberapa temuan yakni tantangan dan strategi, pertama tantangan yang dihadapi media cetak Radar Sulbar sebagai industri media: *Pertama*, perkembangan teknologi, kecepatan penyampaian berita, biaya penggunaan internet, iklan menurun, teknologi mesin pencarian, dan konsumen. *Kedua*, strategi yang digunakan oleh Radar Sulbar adalah memberikan pelayanan yang baik, adaptasi perkembangan teknologi, pemasaran, manajemen SDM.

Tantangan yang Dihadapi Media Cetak Radar Sulbar

Perkembangan teknologi

Media cetak mengalami tantangan yang signifikan di tengah perkembangan teknologi yang pesat, perkembangan teknologi telah mengubah cara orang mengakses informasi, berita, dan konten secara keseluruhan, banyak orang beralih ke *platform* digital untuk mengakses berita dengan cepat, sehingga media cetak mengalami penurunan pembacaan dan pelanggan. Selain itu, teknologi memang sangat memungkinkan berita menyebar dengan cepat, tak dapat dipungkiri memang perkembangan media dapat mengubah segalanya. Perkembangan teknologi yang dimaksudkan adalah revolusi internet yang memang telah mengubah dan menghubungkan miliaran orang di dunia, mulai dari memungkinkan pertukaran informasi, komunikasi, belanja online, dan banyak lagi. Namun, di tengah perkembangan teknologi ini yang muncul sebagai pesaing media cetak justru membuat Radar Sulbar untuk lebih bersemangat lagi untuk tetap menghadirkan berita-berita unggulan, juga masih tetap konsisten di dunia percetakan seperti yang diungkapkan oleh narasumber pertama. Kondisi saat ini, utamanya di daerah Sulawesi Barat *platform* cetak masih sangat dibutuhkan karena sasaran pembaca Radar Sulbar tidak semuanya melek teknologi. Selain itu, memang ada potensi bisnis yang masih membutuhkan cetak seperti contohnya ada program lelang.

Di media koran, hal tersebut yang membuat Radar Masih tetap bertahan di tengah perkembangan media elektronik saat ini. Radar Sulbar juga tetap bertahan mengembangkan

media cetak demi menarik perhatian pembaca. Faktanya memang masih banyak pembaca yang membutuhkan media cetak karena mayoritas pembaca Radar Sulbar bukan generasi Z.

Perkembangan media dari tahun ke tahun semakin meningkat, sehingga di era digital yang semakin canggih ini media cetak secara tidak langsung dituntut untuk terus berbenah, termasuk sumber daya manusianya. Hal ini sesuai dengan yang dikatakan oleh narasumber kedua bahwa untuk mempertahankan juga meningkatkan SDM secara umum Radar Sulbar setiap penanggung jawab sumber daya manusia di masing-masing bidang harus memperhatikan perkembangan teknologi saat ini. Selain itu, manajemen pengelolaan juga harus diperhatikan agar tidak tertinggal dengan media *online*, meskipun saat ini dan ke depannya perkembangan media semakin canggih. Radar Sulbar mulai beradaptasi di tengah perkembangan media *online*, yaitu dengan cara menghadirkan atau memberikan informasi yang berbeda dengan media pesaingnya. Hal tersebut merupakan upaya Radar Sulbar agar menarik para pembaca dengan cara beradaptasi dari segi kualitas berita. Jadi Radar Sulbar berusaha agar berita yang dihasilkan atau yang diterbitkan berbeda dengan berita yang ada di media *online*. Kemudian, Radar Sulbar juga punya target pembaca dari kalangan pengusaha, politik, dan akademisi. Intinya berusaha semaksimal mungkin untuk menarik perhatian dengan menghadirkan berita-berita yang berbeda.

Kecepatan penyampaian berita

Salah satu kelemahan utama dari media cetak ialah lambatnya penyebaran berita, proses produksi, pencetakan, distribusi, dan pengiriman kertas ke pembaca membutuhkan waktu yang signifikan jika dibanding dengan *platform* berita digital. Mulai dari waktu produksi saat koran dicetak, termasuk memerlukan waktu untuk proses produksi seperti menulis, mengedit, mendesain, mencetak dan mengemas. Setelah selesai kertas harus didistribusikan ke lokasi penjualan atau langganan yang juga memerlukan waktu, proses pengantaran ini yang biasanya memang membutuhkan atau menguras waktu yang cukup lama karena banyak kemungkinan yang akan terjadi mulai dari kendala di jalan, adanya longsor, sehingga koran terhambat untuk sampai pada pelanggan dan kendala lainnya. Selain itu, karena proses produksi yang lambat terkadang membuat media cetak gagal menyajikan berita yang sangat aktual. Juga tidak bisa menyajikan elemen interaktif seperti video, audio, tautan atau gambar bergerak. Keterbatasan ruang fisik pada halaman cetak sehingga media cetak harus sering kali memilih berita yang paling relevan atau penting seperti yang diungkapkan oleh narasumber pertama. Memang menjadi tantangan bagi Radar Sulbar.

Biaya penggunaan internet

Mengakses berita melalui media *online* sangat mudah juga cepat. Selain itu, untuk dapat membaca berita melalui *online* hanya bermodalkan kuota atau data yang tersambung ke internet. Hal ini salah satu tantangan bagi media cetak, karena berita dari media *online* selain mudah diakses juga murah tanpa harus mengeluarkan uang setiap hari untuk mendapatkan berita. Seperti yang dikatakan oleh narasumber, pelanggan koran Radar sangat tertarik membaca berita melalui koran ataupun cetak lainnya, selain kualitas tulisannya yang memuaskan, berita yang disebar juga tidak mungkin berita yang hoaks. Hanya saja harga langganan koran saat ini kurang lebih 80.000/bulan dan harus menunggu satu hari setelah kejadian suatu peristiwa sedangkan media *online* saat ini yang sangat mudah menyebarkan informasi ataupun berita terbaru hanya bermodalkan kuota internet.

Iklan menurun

Kondisi langganan media cetak Radar Sulbar saat ini terus menurun. Selain itu, jumlah iklan juga sudah tidak sebanyak dulu. Penurunan iklan pada media cetak dapat disebabkan oleh beberapa faktor, termasuk perubahan perilaku konsumen dan perkembangan teknologi. Banyak iklan yang beralih ke *platform* digital karena lebih mudah untuk mencapai target secara spesifik dan efisien. Media digital juga memungkinkan perusahaan untuk melacak kinerja iklan secara lebih akurat dan memperoleh data yang mendalam tentang iklan. Memang pada dasarnya produksi iklan cetak biasanya lebih mahal jika ingin dibandingkan dengan iklan digital, seperti biaya pencetakan dan distribusi. Hal ini karena memang minimnya sumber pendapatan media cetak sehingga membuat pengelola media cetak harus memasang harga yang sesuai. Para pebisnis merasa lebih baik dan lebih menguntungkan beriklan pada media *online*. Hal ini didasari oleh banyak faktor seperti kemudahan dan kecepatan *platform* digital yang memberikan berita secara instan dan tanpa biaya tambahan iklan ataupun informasi dapat diakses dengan cepat dan mudah mengurangi kebutuhan untuk menunggu pengiriman koran.

Generasi yang tumbuh dengan teknologi digital cenderung lebih nyaman dan terbiasa dengan sajian *online* yang membuat mereka lebih cenderung menghindari koran fisik. Dalam bentuk digital orang memiliki akses ke berbagai sumber berita beserta iklannya dari seluruh dunia, sementara koran lokal terbatas pada berita dan iklan setempat. Faktanya semakin banyak orang beralih mendapatkan berita dan informasi melalui media digital seperti situs berita, aplikasi berita, dan media sosial. Kemudahan akses ini membuat banyak orang merasa tidak perlu berlangganan dengan koran fisik.

Teknologi mesin pencarian

Kehadiran teknologi *search engine* (mesin pencari) menjadi tantangan tersendiri yang dihadapi oleh media cetak Radar Sulbar karena memberikan dampak yang signifikan bagi media cetak, banyak perusahaan beralih untuk beriklan di *platform* digital *google*. Hal ini mengakibatkan penurunan pendapatan iklan untuk media cetak tradisional. Berdasarkan hasil wawancara narasumber kedua, dalam hal ini Redaktur Pelaksana Radar Sulbar menyebutkan bahwa selama ini apa yang menjadi catatan terbesar Radar Sulbar adalah *google* karena secara umum menggerus pendapatan media jika dibandingkan dengan media cetak secara umum. Sekarang hampir semua produk itu sudah tidak beriklan di media cetak, produk-produk tersebut beriklan ke *platform google*. Tak dapat dipungkiri memang pada *platform google* itu sudah memiliki paket beberapa *platform*, misalnya *instagram*, *facebook*, ada juga *youtube*.

Konsumen (pelanggan)

Kondisi langganan pembaca koran Radar Sulbar semakin menurun namun tidak drastis jika dibandingkan dengan media cetak secara nasional. Perkembangan teknologi dan akses mudah ke internet membuat orang lebih cenderung mencari berita dan informasi secara *online*. Berita *online* dapat diperbarui dalam waktu yang nyaris instan, sementara koran cetak jeda waktu antara pencetakan dan distribusi. *Platform online* menyediakan ruang bagi pembaca untuk berinteraksi mengomentari dan berbagi berita dengan mudah, menciptakan pengalaman yang lebih interaktif daripada pembaca koran. Hal yang membuat langganan koran beralih ke *online* juga adalah beberapa situs berita *online* dapat diakses secara gratis atau biaya yang lebih rendah.

Koran cetak memiliki keterbatasan ruang untuk mencantumkan berita mulai dari keterbatasan ruang yang mengharuskan redaktur untuk memilih dengan hati-hati berita mana yang akan dimuat, produksi dan distribusi fisik memerlukan biaya yang signifikan, termasuk

pencetakan, dan biaya logistik koran memang pada dasarnya bersifat pasif dan sangat tidak memungkinkan adanya interaksi langsung ataupun umpan balik dari pembaca. Koran cetak hanya dapat menyajikan teks dan gambar tercetak, tanpa fitur multimedia seperti video ataupun audio. Langganan pembaca media cetak Radar Sulbar terus menurun karena memang selain karena media *online* yang terus berkembang juga proses pengantaran koran yang memerlukan banyak waktu yang juga memungkinkan banyak kendala terjadi sehingga membuat pelanggan semakin tidak puas dengan media cetak koran.

Strategi Radar Sulbar sebagai lembaga media cetak di era digital

Beberapa strategi dilakukan oleh Radar Sulbar sebagai industri media cetak mampu untuk bertahan dan tetap beroperasi hingga saat ini di mana strategi yang dimaksud terdiri dari *good service*, adaptasi perkembangan teknologi, pemasaran, dan manajemen SDM. Di bawah ini merupakan grafik tentang strategi Radar Sulbar masih tetap bertahan di tengah perkembangan teknologi.

Good service

Melihat perkembangan teknologi, media cetak harus meningkatkan manajemen sumber daya manusianya juga memberikan pelayanan maksimal kepada pembaca atau langganan. Seperti yang diungkapkan oleh narasumber pertama, salah satu strategi Radar Sulbar untuk mempertahankan media cetak dengan cara memberikan servis pada pelayanan, koran tidak boleh tiba di pelanggan sampai lewat jam 10 pagi. Selain itu, pelanggan punya kepentingan bisnis biasanya pihak Radar membantu ada iklan yang harusnya secara reguler harga umumnya 500.000 diiklan, jika yang beriklan adalah pelanggan dan Radar Sulbar bermitra bisa didiskon sampai 300.000 itu dalam konsep memberikan servis karena yang lain juga sebagian besar pelanggan Radar Sulbar adalah instansi pemerintah dan lembaga publik. Hal ini merupakan salah satu strategi media cetak Radar Sulbar untuk tetap dilirik oleh masyarakat juga untuk mempertahankan pelanggannya.

Menyesuaikan dengan perkembangan teknologi

Selain memperhatikan pelayanan pelanggan media cetak Radar Sulbar juga menyesuaikan perkembangan teknologi salah satu penanda bahwa media itu sehat jika memiliki iklan yang sama dengan berita. Radar Sulbar mengikuti perkembangan teknologi sebagai salah satu strategi yang dapat memudahkan para pembaca. Seperti yang diungkapkan oleh narasumber pertama. Untuk dapat tetap bertahan dengan perkembangan teknologi saat ini harus mengikuti kondisi zaman, misalnya era digital tentu media cetak juga punya akun *online*, seperti *website*, *e-paper* kemudian juga *platform* media sosial lainnya karena itu menjadi ladang bisnis untuk media cetak. Itu semua dikombinasikan agar media cetak Radar Sulbar ada pendampingnya karena itu wajib juga untuk menguatkan *brand* bahwa Radar Sulbar itu punya *platform* yang lengkap. Tapi, sejauh ini pelanggan Radar Sulbar menolak khususnya di Sulawesi Barat menolak untuk membaca *e-Paper* karena dari segi kesehatan kemudian masyarakat kesulitan untuk mengelola teknologinya seperti jika orang-orang yang berlangganan *e-paper* hpnya ram dan romnya hanya 6gb, jika dari Radar kirim *e-Paper* yang hampir setiap hari lebih dari 1mb tentu tidak memungkinkan untuk berjalan karena faktor penyimpanan yang kurang cukup. Media cetak menggunakan *platform* media sosial untuk mempromosikan konten, berinteraksi dengan pembaca, dan berbagi berita terbaru. Selain itu, media cetak juga menggunakan desain yang lebih kreatif dan menarik daya tarik visual pembaca dengan mempromosikan koran melalui media sosialnya, kemudian media cetak memperhatikan kualitas berita sehingga dapat menciptakan berita yang lebih menarik.

Pemasaran

Salah satu strategi media cetak untuk tetap bertahan dengan memperhatikan pemasarannya. Mulai dari fokus pada penyediaan konten berkualitas tinggi dan relevan yang menarik perhatian pembaca, kemudian menawarkan model berlangganan digital yang menarik dengan berbagai opsi paket, menjalin kemitraan dengan bisnis lokal, komunitas atau sekolah untuk mempromosikan konten acara, juga menjalin kemitraan dengan situs *web*, membuat kampanye pemasaran yang berfokus pada teman tertentu, kampanye pemasaran melalui *email* untuk menginformasikan pembaca tentang konten terbaru, acara atau penawaran spesial. Seperti yang diungkapkan oleh narasumber pertama, jika menambah pelanggan strateginya seperti memberikan penawaran, bahwa koran kami layak menjadi referensi dan sebagainya. Hanya saja tantangannya untuk menambah pelanggan memang agak susah karena sekarang dalam kondisi perkembangan teknologi bukan hanya pelanggan koran yang susah rating penonton TV pun juga susah untuk dinaikkan hanya saja itu mungkin ada strategi khusus, misalnya membangun kemitraan untuk menarik pelanggan di instansi, Radar Sulbar biasanya menjalin hubungan emosional dulu.

Manajemen SDM

Setiap organisasi untuk sampai pada tujuan bersama, tentunya harus memiliki manajemen yang baik. Oleh karena itu, salah satu strategi Radar Sulbar saat ini adalah dengan memperhatikan manajemen sumber daya manusianya seperti yang dikatakan oleh narasumber. Jika mempertahankan pelanggan cetak koran tentu yang pertama memberikan pelayanan, contohnya koran tidak boleh tiba di pelanggan sampai lewat jam 10 pagi atau jam 9, kemudian biasanya pelanggan punya kepentingan, seperti punya bisnis yang ingin bekerja sama dengan media cetak, Radar membantu memberikan potongan harga yang harusnya secara reguler. Harga umumnya itu, misalnya 500 ribu menjadi 300 ribu itu dalam konsep memberikan pelayanan kepada instansi pemerintah dan lembaga publik.

SIMPULAN

Berdasarkan dari hasil penelitian dan pembahasan sebelumnya maka dapat disimpulkan bahwa media cetak Radar Sulbar memiliki beberapa tantangan dan strategi di tengah perkembangan media *online* saat ini. Adapun tantangan media cetak Radar Sulbar yaitu, perkembangan teknologi, kecepatan penyampaian berita, biaya penggunaan internet, iklan menurun, teknologi mesin pencarian dan konsumen atau pelanggan. Kemudian strategi Radar Sulbar yaitu, *good service*, adaptasi perkembangan teknologi, pemasaran, dan manajemen SDM. Berdasarkan teori *ecology* media yang dikembangkan oleh Marshall McLuhan bahwa ekologi media dalam industri media cetak Radar Sulbar dapat membantu mengidentifikasi bagaimana media berperan dalam membentuk pola konsumsi, pola pikir, dan perilaku masyarakat terkait dengan produk koran. Dengan memahami bagaimana media memainkan peran dalam membentuk pandangan masyarakat tentang produk dan lingkungan, kita dapat lebih bijaksana dalam mengelola dan memilih produk yang berkelanjutan serta mempengaruhi cara masyarakat berinteraksi.

DAFTAR PUSTAKA

- Anton Wahyu Prihartono, *Surat kabardan kovergensi media* jurnal komunikasi IV, No.1 (2016).
- Ardianto, *Komunikasi massa* h. 117 dalam jurnal Hartina, tantangan media cetak di era digital.
- Alex Sobur, *Analisis Teks Media* (Bandung: PT Remaja Rosdakarya, 2015). Atwar Bajari, Tua Saragih S. Salaha, *Komunikasi Kontekstual*.
- Asep Kurniawan, *metodologi penelitian pendidikan* (Bandung PT. Remaja rosdakarya).
- Ardianto jurnal tantangan media cetak di era digital (2009:99)
- APMDI. (2021) *Infografis: jurnal Asosiasi Perusahaan media digital Indonesia*. Bajari, Tua Saragih *Komunikasi Kontekstual*.
- Bunga supriatin jurnal oratio directa vol. 4 no 2 des, 2022. strategi manajemen surat kabar harian media indonesia dalam mempertahankan eksistensi di era media digital.
- Cangara, Hafid. *Pengantar ilmu komunikasi*. (2013).
- Deni Dermawan, *Pendidikan Teknologi Informasi Dan Komunikasi* (Bandung :PT Remaja Rosdakarya, 2013).
- Hartina, tantangan media cetak di era digitalisasi (studi kasus pada surat kabar harian rakyat sulsel Makassar). 2021.
- Hardiyansyah, jurnal Hartina tantangan media cetak di era digitalisasi (studi kasus pada surat kabar harian rakyat Sulsel Makassar)
- Hartina “ tantangan media cetak di era digitalisasi studi kasus pada Surat Kabar Harian Rakyat Sulsel Makassar (Universitas Muhammadiyah Makassar 2020)
- Haryanto, *komunikasi massa Thahira Media cetak ditengah perkembangan media digital di kota palopo*.
- Kusman (2016) jurnal eksistensi media cetak di era digital
- Kuswanto “ *eksistensi surat kabar di era media online studi surat kabar metro jambi* (Jambi Universitas Islam negeri Sulthan Thaha Saifuddin Jambi 2020).
- Kementerian Agama RI, *Al-Qur'an dan Terjemahnya*, (Bandung, CV. Penerbit Diponegoro, 2015).
- Thahira”*media cetak ditengah perkembangan media digital di kota palopo studi kasus koran cetak seri!ya* (Palopo institut agama islam negeri IAIN Palopo). 2018.
- Murray (1994) *perspective on culture, technology and communication. The media ecology tradition*.
- McLuhan, M. (1964) *understanding media: The extensions of man*. McGraw-Hill. Niel Postman *Media Ecology Education* 2006.
- Organization Theory and Desingn karya Richard L. Daft. *Teori organisasi, struktur organisasi, budaya organisasi, dan strategi organisasi*.
- Ohn Vivian, *Teori komunikasi* (jakarta: kencana, 2008).

Perspectives on culture, technology and communication. The media ecology tradition.

Perspective on culture, Tecnology and communication. The media ecology tradition. Penggunaan media audio visual pada mata pelajaran ilmu pengetahuan alam di SMA

Negeri 1 paciitan *Jurnal teknologi pendidikan dan pembelajaran* vol.2 No,2. Perspectives on culture, technology and communication. The media ecology tradition. Pengantar ilmu komunikasi. Cangara,H (2013)

Yunita Trimarsiah, Jurnal ilmiah Vol.19 NO.1, April 2017:1-10 Aliansi dan Perancangan Website sebagai sarana informasi pada lembaga bahasa kewirausahaan dan komputer AKMI Baturaja.

Yin, R.K.(2018) Case study research and application : design and methoders (6th ed) sage publication.