

Eksistensi Koran "PR"

Pikiran Rakyat, Jumat 25 Maret 2022

BUKAN rahasia umum lagi kalau beberapa tahun terakhir ini, sejumlah media cetak yang pernah eksis di masanya berhenti beroperasi. Sebut saja misalnya *Sinar Harapan*, *Jurnal Nasional*, tabloid *Bola*, *Jakarta Globe*, *Rolling Stone Indonesia*, *Koran Tempo*, hingga *Suara Pembaruan* yang telah mengumumkan pamit sejak Februari tahun lalu.

Lantas, akankah koran *Pikiran Rakyat* ("PR") di usianya yang ke-56 dan menjadi kebanggaan masyarakat Jawa Barat ini masih bisa bertahan di tengah gempuran media digital atau daring?

Harus kita akui, dirupsi menggugurkan atau membuat koran sulit hidup ketika adanya perubahan perilaku masyarakat, khususnya dalam bermedia. Era digital seperti sekarang ini telah membuat proses dan mekanisme serta perkembangan komunikasi massa mengalami perubahan besar secara sosial-budaya dan ekonomi.

Selain itu, media menjadi salah satu aspek penting dalam perkembangan teknologi. Tak afdal rasanya jika perkembangan teknologi tak melibatkan media, baik media massa cetak maupun media massa elektronika.

Salah satunya, surat kabar. Kemunculan media baru yang serbadigital memicu pertanyaan, bagaimana eksistensi surat kabar seperti "PR" di tengah arus perubahan yang serba digital seperti sekarang ini?

Berdasarkan hasil survei



Alex Sobur

Ketua Prodi Ilmu Komunikasi Fikom Unisba,
Anggota Dewan Pakar Aspikom
Korwil Jabar

Nielsen, sebagaimana dilansir kompas.com pada 2009, disebutkan, angka pembaca koran semakin menurun secara signifikan. Dari perolehan 28 persen pada kuartal pertama tahun 2005 menjadi hanya 19 persen pada kuartal kedua tahun 2009.

Pada 2017, Nielsen Consumer & Media View (CMV) kembali merilis hasil surveinya di sebelas kota di Indonesia dengan mewawancarai 17.000 responden. Hasil survei tersebut menemukan, penetrasi media televisi masih memimpin dengan perolehan 96 persen, disusul media luar ruang (53%), internet (44%), radio (37%), koran (7%), kemudian tabloid dan majalah (3%).

Keberadaan internet sebagai media dengan tingkat penetrasi yang cukup tinggi menjadi indikasi, masyarakat Indonesia semakin gemar mengakses berbagai konten melalui media digital.

Media digital menjadi salah satu bentuk perusahaan media massa cetak yang bertahan sampai detik ini. Tak seperti koran konvensional, koran dalam bentuk digital dirasa lebih fleksibel karena pembaca memiliki kebebasan yang luas dalam memilih topik berita yang akan dinikmati.

Selain fleksibilitas dalam memilih topik yang akan

dibaca, penikmat surat kabar digital juga memiliki keleluasaan membaca koran dari mana saja dan kapan saja.

Pembaca, misalnya, bisa mengakses koran digital melalui aplikasi maupun situs web sesuai portal berita favorit mereka. Selain itu, mereka dapat membaca berita-berita terdahulu yang telah diunggah di koran digital.

Kualitas konten

Bagaimanapun dirupsi digital di bisnis media massa tak terhindarkan, sehingga keputusan media sepenuhnya bertransformasi ke platform digital bisa dimaklumi.

Hanya, transformasi ini tentu harus diikuti dengan inovasi dan menjaga kualitas konten. Apalagi tantangan dari industri media digital, yakni pemasukan dari iklan yang umumnya tak sebesar media cetak.

Tak hanya itu, kompetisi mendapatkan ceruk iklan lebih sulit karena bersaing dengan perusahaan teknologi global, seperti Google, Facebook, dan YouTube.

Sebagian masyarakat Indonesia saat ini tetap bertahan dengan media cetak. Sementara masyarakat luar sudah berpindah ke arah digital. Adanya jaringan internet telah mengubah cara orang menggunakan media bahkan di seluruh dunia.

Perubahan bentuk penyampaian pesan dari cetak menjadi daring berdampak pada masa depan media itu sendiri.

Bergesernya kebiasaan pembaca untuk mengonsumsi media dengan menggunakan koneksi internet dan mulai meninggalkan media cetak menjadi ancaman tersendiri bagi eksistensi media cetak. Oleh karena itu, salah satu strategi media cetak untuk tetap bisa bertahan adalah dengan aktif mengubah tampilan visual produknya, baik dengan memodifikasi tampilan tata letak, grafis, maupun foto.

Aspek desain grafis, misalnya, diyakini mampu memberi kesan indah di tampilan media cetak. Pemberitaan yang diwujudkan dalam bentuk grafis akan memudahkan pembaca untuk menangkap pesan berita yang rumit menjadi mudah. Dengan infografis, pembaca bisa menangkap pesan berita tanpa harus membaca teks beritanya.

Strategi lain yang bisa dilakukan media cetak, pada ketelitian dan kedalaman berita. Media daring umumnya lebih mengandalkan faktor kecepatan, sehingga aspek ketelitian dan kedalaman berita menjadi terabaikan.

Media cetak yang mempunyai waktu yang lebih longgar bisa memberi sentuhan yang lebih dalam dibandingkan media daring. Media cetak dapat menyajikan berita-berita mendalam sehingga pembaca dapat mencerna informasi yang lebih dalam dan lebih lengkap dari sekadar

Ole-Ole

kartel

PERAN kartel melebihi pemerintah.

- *Di mana wibawa pemerintah?*

dana

DANA abadi kebudayaan capai Rp 5 triliun.

- *Jangan disunat ya.*

pemudik

PEMUDIK dipastikan melonjak.

- *Waspada, pandemi belum usai.*

Si Kabayan

berita di permukaan.

Untuk dapat bertahan, media cetak seperti "PR" harus berupaya menjaga integritas dan kepercayaan atas berita yang dipublikasikan.

Integritas dan kepercayaan masyarakat ini hanya bisa dibangun jika wartawan dapat bekerja secara profesional dengan berpegang teguh pada etika jurnalisisme yaitu menyajikan informasi yang faktual dan terverifikasi dengan baik.

Media cetak bukanlah sekadar gulungan kertas tanpa makna. Media cetak harus tetap berpegang pada prinsip-prinsip jurnalisisme yang baik, yaitu jurnalisisme yang akurat, objektif, seimbang, dan tentu juga, aktual.***