

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **A. Latar Belakang Masalah**

Perkembangan teknologi di dunia kini semakin canggih. Proses penyampaian dan penyebarluasan informasi juga tinggal hitungan detik. Beragam inovasi terbaru dalam bidang teknologi kian banyak bermunculan untuk memenuhi kebutuhan manusia. Mulai dari peralatan sederhana bahkan hingga peralatan canggih yang dapat menggantikan seluruh pekerjaan yang harusnya dilakukan oleh manusia.

Melalui media internet tentunya hal tersebut dilakukan. Aktivitas jurnalis saat ini tidak lagi tercakup kepada media penerbitan saja. Lambat laun media penerbitan cetak semakin berkurang, bahkan banyak pakar komunikasi yang menyatakan media cetak akan berganti dari *paper* menjadi *elektronik paper (e-paper)*. Maksudnya, media cetak dalam bentuk koran ataupun majalah akan tetap pada format yang sama. Hanya saja penyajiannya disajikan dalam bentuk elektronik berbasis online.

Di era digital ini masyarakat dunia akan menggenggam informasi dari segala sumber dan penjuru dalam sebuah pesawat sederhana kecil. Tidak lagi membutuhkan bertumpuk koran dan majalah, serta tidak juga repot mer kedua genggam tangan untuk membolak-balikkan koran atau majalah yang menjadi sumbernya.

Sebagai bagian dari kegiatan komunikasi massa yang menyangkut bidang studi yang sangat luas dan mendalam, jurnalistik juga sesungguhnya menyangkut kajian mengenai komunikasi massa, analisis pesan, metodologi, riset media, audiens, penyampaian pesan-pesan, manajemen, pengelolaan usaha, industri, penyebaran pesan, kajian efek, dan sebagainya.<sup>1</sup>

Oleh sebab itulah, sesungguhnya jurnalistik sebagai cikal bakal ilmu komunikasi massa tidak terlepas dari kajian seluruh aspek media massa. Tidak hanya terbatas pada kajian media cetak surat kabar atau majalah sebagaimana terlihat dari awal perkembangannya. Sejak kelahiran media televisi, jurnalisme radio dan jurnalisme televisi sebagai istilah juga dirasakan kurang memadai. Orang lalu menggunakan istilah baru untuk kedua bentuk jurnalisme tersebut, yaitu jurnalisme elektronik (*elektronik journalism*) yang juga mencakup jurnalisme media internet dan sebagai media pemberitaan yang disebut media elektronik (*electronics media*).<sup>2</sup> Jadi, saat ini media massa sudah terbagi menjadi media cetak, media elektronik (radio, televisi, film dan internet).

Namun, jika dilihat dari segi bentuk dan pengelolaannya, jurnalistik dibagi menjadi tiga bagian: jurnalistik media cetak (*newspaper and magazine*

---

<sup>1</sup> Sedia Willing Barus. *Jurnalistik : Petunjuk Teknis Menulis Berita*. (Jakarta : Erlangga, 2010). h. 4.

<sup>2</sup> *Ibid.*, h. 9.

*journalism*), jurnalistik media audiovisual (*television journalism*), dan jurnalistik media elektronik auditif (*radio broadcast journalism*)<sup>3</sup>.

Meski demikian, dengan kecanggihan dan kemanfaatan teknologi di era digital inilah menjadi tantangan besar untuk industri pers cetak. Persaingan antar media tidak hanya berlaku untuk sesama media cetak. Perusahaan surat kabar dan majalah mulai merasa terdesak bukan terbatas pada persaingan dalam pemberitaan saja, tetapi juga dalam hal berebut pemasang iklan sebagai sumber pemasukan. Media massa biasanya dianggap sebagai sumber berita dan hiburan. Media massa juga membawa pesan persuasi<sup>4</sup>.

Media massa menjadi alat persuasi yang sangat berpengaruh dalam menentukan kebutuhan hidup manusia. Media massa digunakan sebagai sarana pemasaran produk yang utama serta menjadi penentu selera konsumen. Dalam masyarakat yang terbuka terhadap informasi, atau informasi menjadi kebutuhannya, media massa (pers, radio, TV, film, dan internet) berfungsi untuk memenuhi kebutuhan tersebut. Informasi tidak hanya disadari menjadi kebutuhan masyarakat di negara berkembang, melainkan terlebih bagi masyarakat negara maju sebagai upaya mempertahankan keunggulan serta memperkokoh pengaruh dan hegemoni di era persaingan global yang kian tajam.

---

<sup>3</sup> Prof. Drs. Onong Uchjana Effendy, *Ilmu Komunikasi*, (Bandung : PT Remaja Rosdakarya Offset, 2004). h.4.

<sup>4</sup> John Vivian, *Teori Komunikasi Massa edisi kedelapan*, (Jakarta : Kencana Prenada Media Group, 2008). h.4.

Sesungguhnya berita-berita yang dimuat di media massa itu mengandung informasi yang sangat kaya. Pers pun tidak hanya mempunyai fungsi untuk memberikan informasi. Pers atau jurnalis juga memiliki fungsi lainnya untuk mendidik, memberikan hiburan dan melaksanakan kontrol sosial. Penelitian Sudibyo sejalan dengan penelitian tentang potensi media sebagai ruang publik yang menemukan bahwa terdapat indikasi yang kuat bahwa media baru menjalankan kebebasan dirinya sebagai institusi, akan tetapi belum dapat mewujudkan kebebasan informasi yang melibatkan publik.<sup>5</sup>

Kebebasan media dan faktor modal menjadi penting dalam internalisasi perubahan struktur media. Selain itu dari faktor eksternal ditemukan bahwa kuasa politik, ekonomi dan teknologi merupakan faktor yang kuat dalam memengaruhi perubahan struktur media.<sup>6</sup>

Perkembangan teknologi komunikasi dan informasi yang sangat pesat di akhir abad ke-20 terutama memasuki awal milenium ketiga ini semakin memperluas peluang bagi “berita” untuk masuk ke dalam pasar bebas sebagai barang dagangan.<sup>7</sup> Dalam praktik jurnalistik, berita menduduki posisi utama. Hampir seluruh isi surat kabar adalah berita. Bahkan ada juga yang menganggap iklan itu berita produk dan jasa. Namun, inilah disebut dengan berita dalam arti yang luas.

---

<sup>5</sup> Agus Sudibyo. *Ekonomi Politik Media Penyiaran*. (Yogyakarta : ISAI, 2004). h.70.

<sup>6</sup> Zurhasril Nasir. *Perubahan Struktur Media massa Indonesia dari Orde Suharto ke Orde Reformasi*, Jurnal Penelitian Ilmu Komunikasi “Thesis Volume/IV/no 2, Mei – Agustus 2005, diterbitkan oleh Departemen Ilmu Komunikasi Universitas Indonesia, Depok :2005. h.66.

<sup>7</sup> Sedia. *Op.Cit.*, h.13.

Pakar komunikasi mengukur efektivitas penggunaan atau kemampuan media dengan melakukan perbandingan antarmedia melalui khalayak atau sasaran (*audience*) sesuai pesan dan teknik penyampaiannya. Pamela J. Soemaker dan Stephen D. Reese (1991) dalam bukunya *Mediating the Message* menggambarkan lima level yang ikut mempengaruhi dan dipengaruhi pekerja media.

Level *pertama* ialah individu-individu pekerja (*communication worker*) yang ada di dalamnya yang turut memberi pengaruh pada isi media. *Kedua* ialah rutinitas kerja di media tersebut. Level *ketiga* adalah pengaruh karakteristik organisasi medianya (manajemen, kartel, oligopoli, monopoli, tata kelola organisasi, penggajian, kesejahteraan pegawai, sistem jaminan sosial). *Keempat* adalah pengaruh eksternal media (lingkungan masyarakat, nilai-nilai sosial yang berlaku, pasar atau investor, serta terakhir ideologi medianya (visi, kecenderungan misi yang diembannya atau keyakinannya) turut mempengaruhi.

Sistem kesejahteraan tak jarang dikaitkan dengan pertumbuhan perekonomian. Dalam kehidupan sehari-hari, ekonomi sangat diperlukan dalam memenuhi kebutuhan, oleh karenanya ekonomi merupakan salah satu ilmu yang sangat penting dalam kehidupan manusia. Selain itu, ekonomi sebagai alat untuk mengukur tingkat kemajuan dalam suatu negara, apakah keadaan ekonomi yang baik atau semakin memburuk.

Istilah dalam Pengertian Ekonomi, menurut bahasa yaitu berasal dari bahasa Yunani yaitu *Oikos* berarti keluarga atau rumah tangga sedangkan *Nomos* berarti peraturan atau aturan. Sedangkan menurut istilah yaitu manajemen rumah

tangga atau peraturan rumah tangga. Pengertian Ekonomi adalah salah satu bidang ilmu sosial yang membahas dan mempelajari tentang kegiatan manusia berkaitan langsung dengan distribusi, konsumsi dan produksi pada barang dan jasa.

Paul A. Samuelson, ekonomi adalah cara yang dilakukan manusia dan kelompoknya untuk memanfaatkan sumber-sumber yang terbatas untuk memperoleh berbagai komoditi dan mendistribusikan oleh masyarakat untuk dikonsumsi.

Sebagai industri persuratkabaran yang berkembang di tengah-tengah persaingan yang kompleks, perusahaan pers juga harus melakukan berbagai inovasi yang kreatif dalam menyajikan berita kepada khalayak atau audiens. Hal ini dilakukan agar pembaca merasa puas akan informasi yang peroleh dan yang mereka inginkan.

Kompetisi didefinisikan sebagai kesamaan ekologi, penggunaan sumber daya yang sama atau mirip. Organisasi yang tergabung dalam populasi yang sama atau industri secara ekologis sama dan dapat bersaing kuat. Secara singkat, variasi dalam suatu populasi atau industri menyediakan satu prasyarat untuk terjadinya suatu evolusi. Termasuk di Palembang Sumatera Selatan sebagai kota metropolitan berkembang pesat media massanya. Untuk media cetak di Indonesia secara umum dikuasai oleh kelompok media besar seperti Kompas Gramedia dan Jawa Pos. Kedua perusahaan media tersebut melakukan ekspansi hampir ke seluruh wilayah Indonesia melalui surat kabar lokal harian Tribun dan Radar.

Tabel 1.1

## Grup Media Cetak Utama di Indonesia

No	Grup	Surat Kabar	Majalah dan Tabloid	Bisnis Lain
1	Jaringan Berita Jawa Pos	Jawa Pos, dan 133 lainnya di bawah Grup Radar	6 Jenis tersebar di seluruh Indonesia	Televisi Lokal
2	Kompas Gramedia	Kompas dan 27 lainnya di bawah Tribun	48 jenis tersebar diseluruh Indonesia	Properti, <i>provider</i> , televisi lokal, EO
3	MRA Media Grup	n/a	17 jenis, lokal dan kepemilikan tersebar diseluruh Indonesia	Retail properti, makanan dan minuman
4	Femina Grup	n/a	15 jenis, lokal dan kepemilikan tersebar diseluruh Indonesia	Agensi Talent

(Sumber: Nugroho, Putri dan Laksmi 2012: 70)

Di Palembang, Sumatera Selatan persaingan media juga semakin semarak beberapanya ialah yang terjadi pada surat kabar harian Tribun Sumsel dan

Sumatera Ekspres ini disebut sebagai “ekologi media” dimana terjadi hubungan timbal balik antara media massa dengan lingkungan penunjangnya. Kondisi ini sama halnya seperti hubungan yang terjadi antara makhluk hidup dengan lingkungan hidup dimana mereka tinggal. Dalam proses interaksi ini memungkinkan terjadi kompetisi dalam mempertahankan hidupnya.<sup>8</sup>

Gagasan mengenai ekologi media pada dasarnya menggunakan basis pemikiran ekologi (biologi), yang menggambarkan bagaimana suatu makhluk hidup bisa “survival” dalam suatu lingkungan, untuk bisa mempertahankan hidupnya khususnya dalam memperoleh sumber penunjang kompetisi dengan makhluk hidup lain dalam lingkungan tersebut.<sup>9</sup>

Persaingan antarmedia pun berlaku. Termasuk untuk kedua media cetak yang ada di Palembang, Sumatera Selatan, Harian Umum Tribun Sumsel dan Harian Umum Sumatera Ekspres. Kedua media ini pun secara tak langsung saling bersaing untuk dapat menyajikan informasi atau berita yang menarik perhatian dan sesuai kebutuhan pembaca di Palembang khususnya dan Sumatera Selatan pada umumnya. Apalagi, kedua SKH ini mempunyai grup media besar di Indonesia.

---

<sup>8</sup> Rachmat Kriyantono. *Teknis Praktis Riset Komunikasi*. (Jakarta : Kencana Prenada Media Group, 2006). h. 276.

<sup>9</sup> Setio Budi. *Ekologi Media” : Penerapan Teori Niche dalam Penelitian Kompetisi Media*, dalam Ishak, Aswad dkk [ed]. *Mix Methodology: Dalam Penelitian Komunikasi*. (Yogyakarta: Mata Padi Pressindo, 2011). h. 77.



Apabila diterapkan dalam industri media, maka akan diperoleh gambaran bahwa setiap ada media baru, akan membuat keseimbangan baru dalam konteks “survival” bisnis entitas media masing-masing.<sup>10</sup>

Adapun alasan penulis mengangkat kedua media tersebut ialah bahwa Koran Harian Tribun Sumsel dan Sumatera Ekspres merupakan dua media besar di Palembang, Sumatera Selatan. Baik dalam produksi pemberitaan berupa halaman dan juga oplah cetaknya. Tribun Sumsel dan Sumatera Ekspres juga bersaing dengan sirkulasi atau sajian pokok beritanya di Kota Palembang yang saling bersaing memperebutkan tempat di tengah-tengah khalayak mereka. Konten atau isi dari kedua surat kabar ini juga hampir sama yaitu menyajikan berita-berita lokal Palembang sebagai sajian utamanya, dan juga daerah-daerah di luar kota Palembang (Sumatera Selatan). Kategori berita yang disajikan pun tak jauh berbeda yaitu tentang politik, ekonomi, sosial, hukum, olahraga, hingga hiburan.

Disamping itu pemilihan periode Mei -Juni 2017 sebagai waktu dan tanggal penelitian adalah karena pertimbangan penulis bahwa pada momen ramadhan setidaknya inovasi dan daya kreativitas akan menyesuaikan momen yang ada untuk produk mereka dan melakukan pembaruan dari isinya.

Berdasarkan latar belakang diatas, peneliti tertarik untuk mengadakan penelitian yang akan dituangkan dalam skripsi dengan judul “**Kajian Teori**

---

<sup>10</sup> *Ibid.*

**Niche terhadap Konten Isi *Headline* pada Surat Kabar Harian Tribun Sumsel dan Sumatera Ekspres”.**

### **B. Rumusan Masalah**

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan, peneliti memfokuskan pada bagaimana tingkat kompetisi Surat Kabar Harian (SKH) lokal di Palembang dilihat dari segi jenis isi berita pada *headline* Tribun Sumsel dan Sumatera Ekspres jika dianalisis dengan menggunakan Teori Niche?

### **C. Tujuan Penelitian**

Sesuai dengan rumusan penelitian di atas, maka tujuan penelitiannya adalah mengetahui bagaimana tingkat kompetisi Surat Kabar Harian lokal di Palembang dilihat dari segi jenis berita dan isi pada *headline* Tribun Sumsel dan Sumatera Ekspres dianalisis dengan menggunakan Teori Niche.

### **D. Kegunaan Penelitian**

Adapun kegunaan dari penelitian ini adalah:

#### 1) Kegunaan dalam Manfaat Akademis

Dari penelitian ini diharapkan dapat menambah ilmu pengetahuan, wawasan dan memberikan kontribusi pengembangan dalam kajian ilmu komunikasi serta memperkaya literatur-literatur tentang kajian Teori Niche.

#### 2) Kegunaan dalam Manfaat Praktis

Penelitian ini diharapkan dapat bermanfaat bagi praktisi media terutama dijadikan salah satu referensi Surat Kabar Harian Tribun Sumsel dan Sumatera Ekspres untuk meningkatkan eksistensi sebagai media surat kabar lokal di Palembang.