

BAB 1

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Industri media *online* hingga kini masih menjadi bisnis yang makin berkembang, tercatat di *website* Dewan Pers tahun 2023, setidaknya ada 52 perusahaan media siber atau media *online* di Sumatera Barat (Dewanpers.or.id, 2023). Jumlah media *online* akan terus bertambah seiring dengan bertumbuhnya kebutuhan Masyarakat terhadap informasi, terutama informasi yang diberitakan di situs *online*. Banyaknya media *online* saat ini menimbulkan persaingan dalam mendapatkan perhatian publik. Seiring dengan perkembangan jurnalisme *online* membuat kompetisi antara media *online* menjadi tidak bisa dielakkan.

Setiap media *online* harus menyusun strategi dalam mengatur manajemen bisnis medianya seefektif mungkin, sehingga bisa unggul menarik perhatian khalayak. Manajemen perusahaan media *online* melakukan berbagai cara dalam menarik audiens dengan konten yang disajikannya. Keadaan seperti ini membuat persaingan media *online* menjadi sangat ketat. Kemajuan teknologi membawa era baru dalam industri media massa yaitu era disrupsi yang telah mengubah cara kerja media di berbagai sisi, baik dari sisi pemberitaan, distribusi, iklan, hingga pada sisi bisnis. Era disrupsi ini lah yang membawa perusahaan media *online* harus memiliki manajemen yang kuat dalam mengelola media.

Media *online* yang bersifat digital dituntut menyajikan berita yang cepat dan mempunyai infrastruktur komunikasi yang layak, dengan tujuan untuk mendapatkan khalayak yang banyak. Dengan adanya jurnalistik *online* yang berkembang saat ini membuat penyajian konten berita semakin beragam.

Jurnalisme *online* adalah praktik jurnalistik yang mempertimbangkan berbagai format media (multimedia) demi menyusun isi liputan yang memungkinkan terjadinya interaksi antara jurnalis dan audiens dan menghubungkan berbagai elemen berita dengan sumber-sumber *online* yang lain (Romli A. S., 2018). Eksistensi Jurnalisme *online* saat ini tengah mengalami perkembangan dalam dunia pemberitaan. Terbukti dengan maraknya kehadiran media *online* sebagai wadah penyalur informasi bagi khalayak.

Berkembangnya media *online* juga berdampak bagi media lokal yang ada di daerah, itu pun terjadi di Kota Padang, Sumatera Barat. Kehadiran media *online* berperan dalam percepatan arus distribusi informasi kepada masyarakat. Langgam.id dan Klikpositif.com merupakan contoh perusahaan media *online* lokal yang hadir di Kota Padang. Selain Langgam.id dan Klikpositif.com juga terdapat banyak perusahaan media *online* di Sumatera Barat yang tercatat di Dewan Pers pada tahun 2023, diantaranya Harianhaluan.com, Antara Sumbar, Padangkita.com, dan Covesia.com.

Berkembangnya teknologi informasi membuat media tidak hanya berfokus pada pengembangan media saja, misalnya pada perusahaan media dalam bentuk Perseroan Terbatas (PT) dengan melahirkan beberapa anak perusahaan dengan bentuk media yang lebih khusus serta menjalin kerja sama dengan bersama perusahaan lain untuk mendirikan anak media lain. Langgam.id yang merupakan anak Perusahaan PT Langgam Digital Nusantara, tidak hanya itu perusahaan media ini juga memiliki media *online* hasil kerja sama Langgam.id dan Suara.com yaitu Ranah.Suara.Com (Langgam.id, 2023). Sedangkan Klikpositif.com merupakan media *online* yang berada di bawah PT Klikpositif.com Media Siber

yang juga memegang perusahaan di bawah naungan PT Radio Gema Karang Putih yang juga memiliki bisnis media *online*, radio, dan *event organizer* (Klikpositif.com, 2023). Maka dari itu munculnya persaingan pada media *online* yang sangat ketat, membuat media harus mampu bertahan di era disrupsi media. Selain itu media *online* juga dituntut untuk mampu beradaptasi dengan kemajuan teknologi informasi saat ini. Meski begitu media *online* harus tetap bisa *survive* dan bertahan di tengah guncangan persaingan tersebut.

Berdasarkan observasi awal peneliti, media *online* lokal Langgam.id dan Klikpositif.com.com tetap bertahan dan beradaptasi dengan menggunakan teknologi informasi dalam memproduksi konten-kontennya. Dalam produksi konten jurnalistik Langgam.id dan Klikpositif.com.com menggunakan berbagai format baik itu teks, foto dan video yang nantinya dimuat di beberapa *platform*. *Platform* utama yang dimiliki Langgam.id dan Klikpositif.com yaitu situs berita atau *website* serta berbagai media sosial seperti Instagram, YouTube, TikTok, Facebook, dan Twitter.

Tercatat pada Januari 2023, total kunjungan di *website* Langgam.id sebanyak 288.200 views sedangkan Klikpositif.com.com memiliki 82.500 views (Similarweb.com, 2023). Menurut situs analisis *traffic* Smillarweb (2023), Langgam.id merupakan salah satu media *online* yang menduduki peringkat teratas dalam kategori media *online* dengan jumlah kunjungan terbanyak di Sumatera Barat. Sementara itu, Klikpositif.com.com yang berada di bawah PT Radio Gema Karang Putih memiliki keuntungan dalam melakukan strategi manajemen pemasaran konten yang dilakukan. Perusahaan yang berada di bawah *holding*

company yang sama dengan Klikpositif.com melakukan hubungan tibal balik dalam melakukan distribusi konten berita maupun iklan.

Berbeda dengan Langgam.id yang berfokus melakukan pengembang *multiplatform* pada medianya dan memiliki *platform* dan *views* yang banyak. Namun peneliti melihat produksi konten jurnalistik oleh Langgam.id dilakukan di tengah manajemen redaksi yang terbatas. Terhitung hingga bulan Juli 2023, Langgam.id memiliki dua orang wartawan yang salah satunya merupakan seorang mahasiswa aktif. Berdasarkan observasi awal (Oktober 2022) yang dilakukan peneliti, kurangnya sumber daya manusia di Langgam.id menjadi sebuah ketimpangan antara pegawai dengan tugas yang dilakukan. Sering kali pekerjaan dan tanggung jawab yang diterima pegawai media tidak sepadan dengan upah yang diterima.

Berbeda dengan Langgam.id, Klikpositif.com memiliki manajemen media yang lebih unggul dari segi jumlah pekerjanya di mana Klikpositif.com.com memiliki 23 pekerja media yang diantaranya terdapat 12 orang Reporter yang tersebar di beberapa daerah di Sumatera Barat dan juga di pusat/Jakarta (Klikpositif.com, 2023). Di sini terlihat jelas bagaimana ketimpangan sumber daya manusia antara Langgam.id dan Klikpositif.com. Meski dalam kunjungan *website* Langgam.id lebih unggul, Klikpositif.com lebih mengutamakan manajemen redaksi yang baik.

Ketimpangan sumber daya manusia antara Langgam.id dan Klikpositif.com dapat dilihat jelas dari perbedaan jumlah sumber daya manusia pada kedua media tersebut. Untuk mengatasi masalah tersebut Langgam.id membuka kesempatan magang kepada setiap mahasiswa yang tertarik belajar di bidang media dan pers.

Selain itu magang di Langgam.id tidak hanya diperuntukkan untuk mahasiswa saja, melainkan juga terbuka kepada siswa SMA/SMK. Di samping mahasiswa magang mencari ilmu dan pengalaman, Langgam.id juga mendapatkan keuntungan dalam produktivitas konten berita yang dibuat oleh mahasiswa magang dan dipublikasikan di *website* Langgam.id. Hal ini juga bermanfaat dalam meningkatkan jumlah pengunjung di *website* Langgam.id.

Memiliki manajemen redaksi yang terorganisir membuat Klikpositif.com tidak hanya bergerak di bidang media *online* saja, melainkan juga mempunyai hubungan terikat antara anak perusahaan di bawah *holding company* yang sama yaitu media online, radio serta *event organizer*. Faktor tersebut yang mempengaruhi media, dimana media bukan hanya sebagai penyampaian informasi saja namun lebih dari itu yakni profit atau keuntungan. Maka dari itu kepentingan ekonomi politik media mempengaruhi arah media itu.

Berdasarkan hal tersebutlah kenapa peneliti memilih Langgam.id dan Klikpositif.com sebagai subjek penelitian ini. Karena terdapat beberapa perbedaan yang ada pada kedua media tersebut, dimana pada Klikpositif.com melakukan manajemen media dengan sokongan perusahaan besar. Sedangkan Langgam.id dengan manajemen yang berfokus pada pengelolaan media sosial dan memiliki beberapa anak perusahaan. Selain itu kedua media ini memiliki latar belakang jumlah pekerja media yang berbeda. Meski sama-sama merupakan media *online* lokal di Sumatera Barat, Klikpositif.com lebih berani dengan menempatkan medianya berada pada pasar nasional, sedangkan Langgam.id sendiri memilih bertahan pada pasar media lokal.

Ekonomi politik media menurut Mosco (2009) dapat didefinisikan secara sempit dan luas. Secara sempit kajian ekonomi politik media merupakan sebuah hubungan sosial kekuasaan yang bersama membentuk produksi, distribusi dan sumber daya komunikasi. Sedangkan secara luas ekonomi politik media mengkaji kontrol pertahanan kehidupan sosial, ekonomi, dan politik. Jadi sederhananya ekonomi politik media berhubungan dengan proses produksi informasi, kontrol, dan bagaimana sebuah industri media bertahan. Dalam pengertian ini perusahaan media dianggap sebagai bagian dari sistem ekonomi serta terikat dengan sistem politik.

Teori ekonomi politik media Vincent Mosco (2009) menawarkan tiga konsep dalam pendekatannya yakni, komodifikasi, spasialisasi, strukturasi. Komodifikasi merupakan sebuah proses perubahan nilai guna menjadi nilai jual di pasar media. Spasialisasi merupakan pemanfaatan kemajuan teknologi dalam media dalam mendistribusikan produk media. Sedangkan strukturasi berkaitan dengan pembentukan ide dengan opini *leader* di masyarakat. Selain itu teori ekonomi politik media memiliki kekuatan antara lain, fokus bagaimana media dibangun dan dikendalikan, menawarkan penyelidikan empiris mengenai keuangan media, serta mencari hubungan antara proses produksi konten media dan keuangan media, Barant (2010) dalam (Taslimahmudin, 2022)

Berdasarkan hal tersebutlah penelitian ini melihat implementasi ekonomi politik media yang terdapat pada manajemen media *online* Langgam.id dan Klikpositif.com dengan trafik serta manajemen redaksi yang saling bertolak belakang. Penelitian serupa juga dilakukan Fath Putra Mulya (2022) Mahasiswa Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Andalas juga

menggunakan teori ekonomi politik media Vincent Mosco (2009) yang membahas mengenai Jurnalisme *Multiplatform* dan Keterbatasan Sumber Daya Manusia di Media *Online* Lokal: Implementasi, Manajemen Redaksi, dan Komodifikasi (Studi Kasus Langgam.id dan Padangkita.com). Pada penelitian yang dilakukan Fath Putra Mulya praktik komodifikasi ditemukan di Langgam.id. Praktik komodifikasi yang dilakukan media tersebut yaitu komodifikasi konten dengan cara memanfaatkan *multiplatform* menjadi komoditas bisnis iklan. Di mana komodifikasi merupakan bagian dari tiga konsep yang ditawarkan Vincent Mosco (2009).

Berbeda dengan penelitian Fath Putra Mulya, peneliti dalam penelitian ini bertujuan untuk mengetahui tentang bagaimana manajemen media di Langgam.id dan Klikpositif.com dengan menggunakan pendekatan teori ekonomi politik media. Di mana penelitian sebelumnya hanya membahas salah satu konsep yang disampaikan Vincent Mosco. Sementara dalam penelitian ini melihat ketiga konsep tersebut, bagaimana implementasi komodifikasi, spesialisasi, dan strukturasi di Langgam.id dan Klikpositif.com. Menggunakan metode penelitian kualitatif dan teori ekonomi politik media (Mosco, 2009), penelitian ini berupaya menganalisis bagaimana implementasi ekonomi politik media dalam tiga konsep yang dikemukakan oleh Vincent Mosco (2009). Berdasarkan latar belakang yang telah dipaparkan di atas, peneliti tertarik untuk melakukan penelitian yang berjudul **“Manajemen Media *Online* Lokal di Sumatera Barat dalam Mempertahankan Bisnisnya (Studi Kasus pada Langgam.id dan Klikpositif)”**

1.2 Rumusan Masalah

Sebagaimana yang telah dipaparkan pada latar belakang di atas, peneliti

merumuskan masalah pada penelitian ini yaitu: “Bagaimana manajemen media *online* lokal di Langgam.id dan Klikpositif.com untuk mempertahankan bisnisnya”

1.3 Tujuan penelitian

Berdasarkan rumusan masalah tersebut penelitian ini memiliki tujuan sebagai berikut:

“Untuk menganalisis manajemen langgam.id dan Klikpositif.com dalam mempertahankan bisnisnya”.

1.4 Manfaat Penelitian

Adapun manfaat penelitian ini, sebagai berikut:

1. Manfaat Teoritis

Secara teoritis penelitian ini diharapkan dapat menambah dan memperluas wawasan dalam rangka pengembangan ilmu pengetahuan khususnya pada ilmu komunikasi serta sebagai bahan perbandingan bagi penelitian selanjutnya terkhusus mengenai ekonomi politik media.

2. Manfaat Praktis

Secara praktis dari hasil penelitian ini diharapkan dapat bermanfaat bagi masyarakat umum maupun pemerintah, guna sebagai sumbangan pemikiran demi meningkatkan pengetahuan mengenai “Manajemen Media *Online* Lokal di Sumatera Barat dalam Mempertahankan Bisnisnya (Studi Kasus Pada Langgam.id dan Klikpositif.com)”. Selain itu penelitian ini dapat digunakan sebagai sumber wawasan bagi praktisi, wartawan, serta pihak-pihak yang terlibat dalam pers maupun bagi penulis sendiri, sebagai dorongan dalam meningkatkan penguasaan bahasa jurnalistik.