

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Media cetak menjadi media informasi yang menarik ketika zaman sebelum berkembangnya media *online*. Menjadi looper koran bisa memberikan penghasilan yang memadai untuk kebutuhan sehari-hari. Keuntungan yang diambil dalam satu eksemplarnya pada awal tahun 2000-an adalah Rp.500,00 sementara dalam sehari looper pada saat itu rata-rata dapat menjual koran sebanyak 100 eksemplar/hari. Dalam sehari looper sudah bergaji Rp.50.000 dari penjualan koran. Total penghasilan yang didapat looper koran selama sebulan sekitar Rp.1.500.000. pendapatan ini lebih tinggi dibandingkan dengan rata-rata upah gaji bersih sebulan buruh/karyawan menurut kabupaten kota (rupiah), 2007 kota Payakumbuh sebesar Rp.1.079.952¹.

Kebanyakan dari looper koran menjadikan pekerjaan ini sebagai pekerjaan utama karena menawarkan kestabilan pendapatan, pekerjaan dengan pola teratur, dan tidak membutuhkan keahlian khusus.² Motivasi menjadi looper koran didasarkan pada pilihan pekerjaan di sektor formal sulit didapatkan sementara bekerja di sektor informal sebagai looper koran menjadi pilihan pekerjaan untuk mendapatkan penghasilan yang lebih teratur dibandingkan dengan pekerjaan serabutan.

¹ Badan Pusat Statistik Provinsi Sumatera Barat, Rata-Rata Upah/Gaji Bersih Sebulan Buruh/Karyawan Menurut Kabupaten/Kota (Rupiah), 2007. <https://sumbar.bps.go.id/id/statistics-table/2/Mjg5IzI=/rata-rata-upah-gaji-bersih-sebulan-buruh-karyawan-menurut-kabupaten-kota-di-provinsi-sumatera-barat.html> Diakses pada 22 Oktober 2023, Pukul 01.02 WIB.

² Wawancara dengan Wasfi Seorang Loper Koran di Kota Payakumbuh, 25 Juni 2024.

Kota Payakumbuh merupakan kota kecil dengan tingkat melek huruf yang tinggi. Indikatornya adalah oplah koran lokal untuk Kota Payakumbuh dan Kabupaten Lima Puluh Kota berada pada urutan kedua terbanyak setelah kota Padang.³ Berdasarkan persentase sensus penduduk pada tahun 2010 kota Payakumbuh tingkat melek huruf masyarakatnya berada pada angka 99,01 sehingga menjadi alasan banyaknya masyarakat Payakumbuh dalam konsumsi berita terhadap media cetak. Meski dibandingkan dengan kota Bukittinggi yang terkenal sebagai kota pendidikan tingkat melek hurufnya berada pada angka 99,92 memang lebih tinggi tingkat melek huruf masyarakatnya tapi berdasarkan oplah koran Padang Ekspres Kota Payakumbuh dan Kabupaten Lima Puluh Kota berada pada urutan kedua setelah kota Padang dan setelahnya baru kota Bukittinggi dan Kabupaten Agam⁴.

Hal menarik lain di kota Payakumbuh terkait tema ini adalah pendistribusian media cetak antara kota Payakumbuh dan Kabupaten Lima Puluh Kota tidak bisa dipisahkan. Pendistribusian tergabung dan berpusat pada kota Payakumbuh. Hal ini dikarenakan pembacanya susah dipisahkan sebagai contoh orang Kabupaten Lima Puluh Kota tapi bekerja di kota Payakumbuh. Selain itu loper koran yang rutenya ke Kabupaten Lima Puluh Kota dan loper koran yang di kota Payakumbuh memiliki rute awal yang hampir sama meski rute tengah dan akhir penjualan koran mereka berbeda. Para loper koran ini pun juga terjadi

³Wawancara dengan Dicky Junaidi, Manager pemasaran dan sirkulasi Padang Ekspres, di Padang pada tanggal 16 Desember 2023.

⁴Angka Melek Huruf Penduduk Kota Payakumbuh, <https://sumbar.bps.go.id/id/statistics-table/2/MjA1IzI=/angka-melek-huruf-penduduk-usia-15-64-tahun-menurut-kabupaten-kota-dan-jenis-kelamin-di-provinsi-sumatera-barat.html>, diakses pada 14 September 2024.

persaingan perebutan pelanggan harian dengan loper koran yang rutinya sekitar wilayah kota Payakumbuh. Meskipun begitu khusus dengan pelanggan tetap antar loper ini tidak ada persaingan hal ini merupakan bentuk etika yang telah tertanam antar sesama loper koran.

Pada tahun 1999 ketika kebebasan pers mulai berkembang, perubahan signifikan memang terjadi di berbagai aspek industri media cetak termasuk kehidupan loper koran. Namun, dampaknya terhadap loper koran di kota Payakumbuh dan Kabupaten Lima Puluh Kota justru lebih terasa pada tahun 2000-an. Memang setelah terjadinya kebebasan pers banyak media baru yang muncul, termasuk di tingkat lokal. Sebagai contoh koran Padang Ekspres yang berdiri pada tahun 1999 untuk mendapatkan pelanggan pada masa awalnya mereka hanya memberikan koran secara gratis terhadap masyarakat selama satu minggu di kota Payakumbuh dan Kabupaten Lima Puluh Kota. Tujuannya untuk mengenalkan koran mereka kepada masyarakat. Distribusi dilakukan melalui loper koran. Dari sana loper koran mendapat tambahan penghasilan namun bagi pembaca mereka baru mengenal koran Padang Ekspres oleh sebabnya butuh beberapa waktu untuk mendapatkan pelanggan agar volume permintaan koran semakin bertambah⁵. Seiring berjalan waktu masyarakat sudah mulai tertarik membaca koran mereka sehingga permintaan terhadap koran semakin meningkat maka bertambah pula keuntungan yang diperoleh loper koran.

Awal tahun 2000-an laba dari penjualan media cetak tidak hanya dari koran saja tapi ada juga dari majalah dan tabloid yang terbit mingguan. Tabloid ini

⁵Wawancara dengan Dicky Junaidi, Manager pemasaran dan sirkulasi Padang Ekspres, di Padang pada tanggal 16 Desember 2023.

masuk dua kali seminggu sehingga pendapatan loper dapat tertolong dari penjualan tabloid. Tabloid yang banyak laku dan paling banyak dicari oleh orang adalah Tabloid Bola dan tabloid yang membahas politik. Disamping itu ada juga majalah gelap dengan konteks hal yang berbau seks dan ramai juga peminatnya seperti Majalah Pop dan Lipstik.

Perkembangan internet menimbulkan perubahan dalam komunikasi massa. Munculnya media *online* mengubah cara masyarakat mendapatkan informasi melalui media. Masyarakat mendapatkan informasi dan berita awalnya melalui media cetak, seperti surat kabar, majalah dan tabloid. Setelah berkembangnya media baru, masyarakat juga mendapatkan informasi melalui media *online* yang dianggap lebih mudah diakses dan bersifat *real time*.⁶ Media lama pun akhirnya lama-kelamaan mulai ditinggalkan. Preferensi pembaca beralih ke media *online* dengan pertimbangan membeli kuota internet Rp.50.000 untuk sebulan sudah bisa mendapatkan berita lokal, nasional dan juga internasional kapan saja dan dimana saja pembacanya berada. Permasalahan ini secara langsung berpengaruh pada loper koran yang mengalami penurunan pendapatan karena pembaca koran mulai berkurang dan beralih ke media *online*

Tahun 2015 seiring dengan perkembangan media *online* seperti Detik,, Okezone, Liputan dan semakin berkembangnya penggunaan *smartphone* membuat orang-orang mulai meninggalkan media cetak sebagai sumber

⁶ Navia Izzat , "Strategi Konvergensi Media Cetak ke Media Online (Study pada Perubahan Platfrom The Student Globe) ", <https://www.neliti.com/id/publications/253699/strategi-konvergensi-media-cetak-ke-media-online-studi-pada-perubahan-platform-#id-section-content>, diakses pada tanggal 26 Oktober 2023, pukul 14 : 23 WIB.

informasi. Semenjak berkembangnya media elektronik membuat media cetak semakin redup karena perkembangan teknologi membuat orang-orang lebih suka menonton tv dan membaca berita lewat *handphone* yang lebih simpel. Arus saluran komunikasi pembaca di media cetak bergeser ke media *online* sehingga *literasi* media berubah dari *reading* menjadi sekedar *hearing* dan *watching*.⁷ Teknologi Informasi yang berkembang pesat meruntuhkan dominasi media cetak yang *single* media (sekedar membaca dan respon tidak bisa seketika) menjadi media *online* yang multimedia (membaca, mendengar, menulis, melihat.). Salah satu contohnya adalah ketika pengumuman kelulusan penerimaan mahasiswa baru sebelum diumumkan melalui media *online* hasil kelulusan diumumkan melalui koran. Loper koran mendapat keuntungan yang cukup banyak pada masa ini karena orang-orang akan membeli caranya untuk mengetahuinya. Begitu pula ketika pengumuman kelulusan CPNS keluar yang dalam momen seperti itu loper koran mendapatkan penghasilan yang lebih banyak dari hari biasanya tetapi karena pengaruh perkembangan gawai loper koran tidak lagi mendapat hasil yang cukup dari penjualan koran.

Tahun 2020 kondisinya sangat jauh berbeda dengan penjualan pada awal tahun 2000-an. Dua dekade belakangan menjual koran 100 eksemplar untuk satu orang loper hanya membutuhkan waktu sehari saja sementara tahun 2020 menjual 30 eksemplar koran saja sangat sulit terjual dalam sehari.⁸ Koran yang dijual pada saat itu tidak hanya koran lokal namun koran nasional juga sering masuk

⁷ Mochammad Sinung Restendy, "Dinamika Produksi Media Cetak dan Tantangan Industri Pers di Indonesia", *Jurnal Komunikasi dan Penyiaran Islam*, Vol. 2 No. 2/2020, hlm. 15.

⁸ "Pengecer Koran, Mata Rantai Pers yang Tergerus Zaman", *Alenia.id*, 22 Agustus 2019.

ditambah dengan jenis koran lokal yang beragam. Konsepnya sama seperti toko kelontong, keuntungan yang didapat memang tipis tapi banyak *income* yang didapat dari berbagai barang yang diperjualkan.

Pesatnya persaingan antara media cetak dengan media *online* diperparah dengan masuknya pandemi Covid-19 yang secara langsung mempengaruhi pertumbuhan media cetak yang semakin memudar sementara media *online* justru semakin bersinar. Semenjak pandemi Covid-19 banyak pelanggan yang sudah tersisa sedikit semakin bertambah sedikit karena beberapa faktor. Salah satunya faktor keuangan karena memang masa pandemi Covid-19 banyak perekonomian yang terkena dampaknya. Kecemasan akan penularan Covid-19 lewat media cetak juga menjadi faktor pendukung orang-orang berhenti berlangganan koran. Kecemasan ini terjadi karena kebanyakan pelanggan koran adalah kalangan usia tua . Mereka lebih rentan terkena infeksi virus dan cenderung lebih berhati-hati dalam menjaga kesehatan. Rasa takut akan terkontaminasi melalui penularan fisik lewat koran membuat pelanggan memutuskan berhenti berlangganan. Loper koran yang datang mengantarkan koran dikira petugas Covid 19 oleh pelanggan sehingga pelanggan lari segera masuk ke dalam rumahnya karena pada saat itu memang loper koran dalam bekerja mematuhi protokol kesehatan⁹.

Penelitian ini dapat memberikan wawasan yang lebih komprehensif tentang bagaimana perubahan dalam industri media memengaruhi kehidupan sehari-hari dan mata pencaharian individu-individu di tingkat lokal seperti di Payakumbuh. Perubahan yang terjadi dari segi pendapatan informasi dengan peralihan media

⁹ Wawancara dengan Wasfi Seorang Loper Koran di Kota Payakumbuh, 25 Juni 2024.

cetak ke media *online* yang berdampak pada kehidupan loper koran di kota Payakumbuh ini membuat penulis memiliki ketertarikan untuk menjadikan permasalahan ini sebagai penelitian. Oleh karena itu penelitian ini diberi judul ***“Agen dan Loper Koran di Kota Payakumbuh dan Kabupaten Lima Puluh Kota (1999-2020)”***

B. Rumusan Masalah dan Pembatasan Masalah

Agar penelitian ini lebih terarah maka perlu dirumuskan beberapa pertanyaan diantaranya ;

1. Bagaimana perkembangan industri media massa cetak dan dampaknya terhadap pengecer (loper)?
2. Seperti apa jaringan pendistribusian koran di Kota Payakumbuh tahun 1999-2020?
3. Mengapa profile kehidupan pengecer (loper) koran di Kota Payakumbuh pada tahun 1999-2020 mengalami perubahan?

Batasan masalah yang diangkat dalam penelitian ini antara lain, batasan spasial dan batasan temporal. Batasan spasial penelitian ini adalah kota Payakumbuh dimana kota Payakumbuh merupakan kota di Sumatera Barat yang tingkat melek hurufnya tinggi. Kota Payakumbuh berada pada posisi kedua setelah kota Padang. Batasan spasial ini juga dapat dijadikan sebagai pembanding antara kehidupan loper koran yang berada di kota besar dengan loper koran yang berada di kota kecil seperti kota Payakumbuh.

Batasan temporal dalam penelitian ini yaitu tahun 1999-2020. Tahun 1999 dijadikan batasan awal karena saat itu keluarnya Undang-Undang Nomor 40

Tahun 1999 tentang *Pers.* Undang-Undang ini memberikan kebebasan *pers* dan media cetak dalam menyampaikan informasi sehingga meningkat jumlah loper koran. Batasan akhirnya tahun 2020 Karena titik terendah kehidupan bagi loper koran karena adanya pandemi Covid-19. Hal ini berdampak kepada loper koran dan pedagang koran di banyak kota termasuk kota Payakumbuh. Order koran dari loper pun mengalami penurunan.

C. Tujuan dan Manfaat

Berdasarkan rumusan dan batasan masalah di atas penelitian ini sekiranya memiliki tujuan seperti berikut;

1. Menganalisis kondisi media cetak pada awal reformasi secara umum di Indonesia
2. Mengkaji jaringan pendistribusian media cetak di Kota Payakumbuh
3. Mendeskripsikan profile pengecer (loper) koran di Kota Payakumbuh

Manfaat akademis penelitian ini dapat dijadikan sebagai tambahan referensi kajian sejarah. Manfaat praktis tulisan ini menambah pengetahuan dari peneliti sendiri maupun pembaca akan keberadaan media cetak dan terkhusus keadaan sosial ekonomi loper koran. Tulisan ini diharapkan dapat menjadi rekomendasi pemerintah dalam memperhatikan dan memberikan jaminan sosial untuk masyarakat yang bekerja disektor informal termasuk loper koran.

D. Tinjauan Pustaka

Sejauh ini penelitian tentang pedagang koran sudah cukup ramai tapi dalam sudut pandang sejarah masih sedikit yang membahas tema ini. Penelitian terdahulu lebih banyak menyinggung dalam sudut pandang *studi* sosiologi dan ekonomi. Objek penelitian terdahulu kebanyakan tentang anak dibawah umur yang bekerja membantu ekonomi keluarga melalui penjualan koran dan fokus permasalahannya lebih kemalasan apa yang membuat mereka memilih bekerja menjual koran.

Buku yang ditulis oleh Uli Parulian Sihombing (2005), *Pekerja Sektor Informal Bekerja untuk Hidup*. Dalam buku ini dijelaskan ciri ciri dari sektor informal dan sektor informal itu adalah sektor yang rentan dengan resiko penindasan karena tidak ada aturan yang jelas yang melindunginya.¹⁰ Pada buku ini dijelaskan juga bentuk-bentuk dari sektor informal, ancaman yang dihadapi oleh sektor informal dan cara menghadapinya. Buku ini sesuai dengan tema penelitian ini karena loper koran merupakan pekerjaan di sektor informal dan peneliti sendiri memakai konsep perekonomian sektor informal. Buku ini berbeda dalam pembahasannya dengan penelitian ini. Buku ini lebih fokus ke sektor informalnya sementara penelitian ini fokus terhadap profesi loper koran.

Kemudian buku *Jejak Masa Lalu Menanti Loper Koran* yang ditulis oleh Rendra Sanjaya. Buku ini menceritakan kehidupan loper koran secara umum dari keahlian loper koran menjual koran dengan strategi omongan yang lucu membuat

¹⁰ Uli Parulian Sihombing, Asfinawati, Gatot, *Pekerja Sektor Informal Berjuang untuk Hidup* (Jakarta: Lembaga Bantuan Hukum, 2005), hlm. 1-17.

konsumen penasaran akan koran yang dibawanya hingga membeli koran dagangan. Buku ini juga menjelaskan seorang loper yang mengalami peningkatan dalam bidang sosial ekonominya.¹¹ Loper koran yang pada awal bekerja hanya berpakaian sederhana dan berjalan kaki pada tahun berikutnya sudah berpakaian rapi dan menggunakan sepeda dari hasil tabungannya bekerja sebagai loper koran. Bekerja sebagai loper koran ternyata juga dapat menambah jaringan sosial. Para loper koran memiliki banyak kenalan mulai dari pejabat sampai rakyat biasa akibat interaksinya saat mengantarkan koran ke pelanggan.

Selanjutnya buku yang ditulis *Simon Vaut dengan judul Ekonomi dan Sosial Demokrasi*. Buku ini berhubungan dengan penelitian yang akan peneliti lakukan karena dalam buku ini dijelaskan tentang grand teori ekonomi.¹² Buku ini juga menjelaskan keterkaitan antara ekonomi dan sosial dimana sosial ekonomi itu sangat berdampingan dalam kehidupan.

Kemudian artikel yang ditulis "*Prima Shinta Supianti. Koran dan Strategi Bertahan Hidup Penjual koran Dalam Perkembangan Media Digital*". Jurnal ini menjelaskan perubahan koran cetak menuju *konvergensi* media, potret keberadaan penjual koran dan koran cetak di Kota Yogyakarta, dan juga strategi bertahan hidup penjual koran di tengah laju perkembangan informasi digital. Koran masih cukup diminati walaupun konsumsi koran cenderung melemah dengan maraknya kemunculan *Smartphone* dan Social Media. Strategi bertahan hidup penjual koran

¹¹ Rendra Sanjaya, *Jejak Masa Lalu Menanti Loper Koran* (PT Kompas Media Nusantara : Jl. Palmerah Selatan, 2022), hlm.1-25.

¹² Simon Vaut, *Ekonomi dan Sosial Demokrasi* (Friedrich-Ebert : Stiftung Divisi Akademi Politik Bonn, 2009).

berkenaan dengan Aset, pengontrolan konsumsi keluarga dan pengeluaran, dan strategi bertahan hidup berkaitan dengan jaringan sosial.¹³ Artikel ini juga sesuai dengan penelitian ini karena posisinya koran dan penjual koran mengalami kemerosotan dampak dari perkembangan teknologi media digital. Perbedaannya artikel ini tidak membahas secara detail gambaran loper koran pada masa jaya media cetak

Sebuah laporan penelitian yang ditulis oleh Wita Dwika Listihana Advan Aquino. Analisis Pendapatan Pedagang Koran Asongan di Kota Pekanbaru.¹⁴ Penelitian ini menjelaskan bahwa ada tiga faktor anak usia sekolah memilih bekerja sebagai loper koran yaitu alasan memilih pekerjaan karena keinginan sendiri, alasan melakukan pekerjaan ini untuk menunjang perekonomian keluarga, dan terakhir motivasi bekerja untuk mendapatkan uang sebagai pemenuhan kebutuhan hidup sehari-hari. Pembahasan lainnya adalah pola kegiatan penjualan koran terbagi tiga juga yaitu cara menjual, waktu penjualan dan jenis koran yang dijual. Koran diambil dari agen koran, waktu penjualan koran paling banyak dilakukan adalah pagi sampai siang hari dan jenis koran yang dijual lebih dari dua jenis koran. Terakhir partisipasi mereka terhadap kesejahteraan keluarga yaitu pendapatan paling banyak sehari sekitar Rp. 50.000 dan penggunaan pendapat paling banyak untuk kebutuhan sekolah. Penelitian ini memiliki kesamaan dalam

¹³ Prima Shinta Supianti, "Koran dan Strategi Bertahan Hidup Penjual koran dalam Perkembangan Media Digital", *Jurnal Pendidikan Sosiologi*, Vol. 6 No. 7/2017, hlm. 8.

¹⁴ Wita Dwika Listihana Afvan Aquino, "Analisis Pendapatan Pedagang Koran Asongan di Kota Pekanbaru", *Laporan Penelitian*, (Pekan Baru: Jurusan Management Universitas Lancang Kuning).

hal perekonomian yang dibahas dalam laporan penelitian ini dan penggunaan penghasilan. Perbedaannya dalam laporan penelitian ini lebih memfokuskan kepada anak usia sekolah yang bekerja menjual koran sementara penelitian ini tidak terfokus pada objek tersebut.

Kemudian artikel yang ditulis oleh Satria Kusuma, "*Posisi Media Cetak di Tengah Perkembangan Media Online di Indonesia*".¹⁵ Artikel ini menjelaskan perkembangan media *online* yang berdampak pada kemerosotan media cetak karena kalah dalam persaingan dengan teknologi informasi yang berkembang dengan pesat. Artikel ini sesuai dengan hipotesis permasalahan yang peneliti kemukakan latar belakang masalah penelitian ini.

Kemudian artikel yang ditulis oleh Budi Arista Romadhoni, "*Meredupnya Media Cetak, Dampak Kemajuan Teknologi Informasi*". Artikel ini menjelaskan tutupnya media cetak di kancah nasional maupun internasional merupakan dampak perkembangan teknologi saat ini. Media cetak dihadapkan dengan mahalnya biaya produksi dan perubahan masyarakat menggunakan media massa untuk mencari informasi. Penemuan teknologi informasi dan komunikasi yang memungkinkan segala bentuk informasi menjadi digital menciptakan dampak besar pada media, terutama media cetak.¹⁶ Media *online* memberikan warna baru untuk kalangan pers dan para pembaca berita, yaitu berita yang cepat, mudah

¹⁵ Satria Kusuma, "Posisi Media Cetak di Tengah Perkembangan Media Online di Indonesia", *Jurnal of Medicine*, Vol.5 No.1/2016, hlm. 56-7.

¹⁶ Budi Arista Romadhoni, "Meredupnya Media Cetak Dampak Kemajuan Teknologi Informasi", *Jurnal Komunikasi Islam Universitas Islam Nahdatul Ulama Jepara*, Vol. 10 No. 01/2018, hlm. 14-18.

diakses, dan murah. Media yang tidak dapat mengikuti perkembangan teknologi akan banyak yang tutup.

Lalu artikel yang ditulis oleh “Hartati Sulisty Rini *Dilema Keberadaan Sektor Informal*”. Artikel ini menjelaskan keberadaan sektor informal mengundang pro dan kontra. Perannya yang signifikan sebagai katup pengaman ekonomi nasional belum diimbangi dengan proteksi atau perlindungan dari pemerintah. Peran sektor informal pada bidang ketenagakerjaan dan penyerapan angka pengangguran. Sektor formal dianggap tidak mampu menyediakan kesempatan kerja untuk seluruh lapisan masyarakat, apalagi mereka yang ada pada posisi marjinal.¹⁷

Selanjutnya artikel yang ditulis oleh Desi Fitri Ayu Lestari, Mawardi, Zainal Abidin, “*Prosopography Loper Surat Kabar Serambi Indonesia di Banda Aceh Tahun 1998-2016*”. Artikel ini membahas kehidupan loper surat kabar Serambi Indonesia dan faktor-faktor yang mempengaruhi loper bekerja sebagai loper surat kabar Serambi Indonesia di kota Banda Aceh. Penelitian ini bertujuan untuk memaparkan kehidupan loper surat kabar serambi indonesia dan faktor-faktor yang mempengaruhi loper bekerja sebagai loper surat kabar Serambi Indonesia di kota Banda Aceh.¹⁸

Selanjutnya skripsi yang dibuat oleh Desi Indriani, *Profesi Loper Koran di Kota Padang Tahun 1998- 2016*. Skripsi ini menjelaskan tentang jumlah loper

¹⁷ Hartati Sulisty Rini, *loc.cit.*

¹⁸ Desi Fitri Ayu Lestari, Mawardi, Zainal Abidin. "Prosopography Loper Surat Kabar Serambi Indonesia di Banda Aceh Tahun 1998-2016", *Jurnal Ilmiah Mahasiswa (JIM) Program Studi Pendidikan Sejarah*, Vol. 2 No. 1/ 2017, hlm. 34.

koran dari tahun 1998-2016 cenderung mengalami penurunan. Kehidupan sosial ekonomi loper koran juga mengalami penurunan, hal ini dilihat dari 7 orang dari 54 orang orang yang berprofesi sebagai loper koran, 3 dari 7 orang loper koran berada pada golongan pendapatan sedang dan 4 lainnya berpendapatan rendah, pendapatan tertinggi dengan total Rp. 2.167.000/bulan berada pada golongan sedang, dan pendapatan terendah senilai Rp. 1.386.000/bulan dalam kategori rendah.¹⁹ Skripsi ini memiliki kesamaan dengan tema penelitian ini yaitu membahas kehidupan sosial ekonomi loper sehingga skripsi ini dapat dijadikan referensi yang sesuai dan dapat membantu peneliti dalam penulisan. Skripsi ini berbeda dalam segi pembahasan yang akan peneliti bahas karena pembahasan penelitian yang akan peneliti lakukan membahas jaringan perdagangan koran, perkembangan loper koran dari tahun 1999-2016, dan kehidupan sosial ekonomi dan berbeda pada batasan spasial penelitian.

Selanjutnya skripsi yang ditulis oleh Fitri Nur Aqidah, Kehidupan Sosial Ekonomi Penjual Koran Lansia di Lampu Merah Simpang Empat Flyover Jakabaring Kota Palembang. Skripsi memiliki kesesuaian dengan penelitian ini. Skripsi ini membahas kehidupan sosial ekonomi penjual (loper) koran yang menjual koran di perempatan jalan yang status mereka sebagai kepala rumah tangga dan untuk memenuhi kebutuhan hidup sehari hari yang secara sosial merupakan golongan keluarga ekonomi menengah kebawah. Meski penghasilan dari menjual koran tidak seberapa namun hanya itu yang dapat diusahakan oleh

¹⁹ Desi Indriani, "Profesi Loper Koran di Kota Padang Tahun 1998-2016", *Skripsi* (Padang : Universitas Negeri Padang, 2017).

mereka. Faktor fisik juga mendukung mereka untuk terus bekerja.²⁰ Perbedaan dengan penelitian ini dari objek penelitian yang pada skripsi ini lebih fokus ke penjual koran di Simpang Empat atau di jalan raya sementara penelitian yang akan dilakukan bukan looper koran yang berjualan di jalan raya karena di Payakumbuh tidak ada looper koran yang berjualan di perempatan jalan.

Jadi itulah pemaparan tinjauan pustaka penulis dengan tinjauan pustaka orang lain. Namun disini penulis menekankan ada perbedaan di dalamnya dan dapat dijadikan sebagai sebuah perbandingan.

E. Metode Penelitian dan Sumber

Penelitian ini menggunakan metode penelitian sejarah. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode penelitian sejarah yang terdapat empat tahapan yang harus dilakukan yaitu heuristik, kritik, interpretasi dan historiografi. Heuristik adalah tahapan mencari menemukan, dan mengumpulkan sumber-sumber untuk dapat mengetahui segala peristiwa atau kejadian sejarah masa lampau yang relevan dengan penelitian.²¹

Sumber primer penelitian ini berupa laporan order agen koran Payakumbuh ke percetakan, Arsip oplah koran Padang Ekspres, dan aset hasil pendapatan looper koran. Sumber sekundernya berupa buku, artikel dan berita di internet.

²⁰ Fitri Nur Aqidah, "Kehidupan Sosial Ekonomi Penjual Koran Lansia di Lampu Merah Simpang Empat Flyover Jakabaring Kota Palembang", *Skripsi* (Universitas Sriwijaya : Fakultas Ilmu Sosial dan Politik, 2021). hlm. 6.

²¹ Wulan Juliani Sukmana, "Metode Penelitian Sejarah", *Jurnal Seri Publikasi Pembelajaran*, Vol. 1 No. 02/2021, hlm. 3.

Tahap kedua dalam penelitian ini adalah kritik sumber. Sumber - sumber yang telah peneliti dapat dicari kebenaran dan kredibilitasnya sehingga memunculkan fakta - fakta. Tahapan kritik ini dilakukan juga pembagian kritik sumber yaitu kritik intern dan kritik ekstern. Kritik intern berarti kritik terhadap isi dari sumber yang telah didapat. Sementara kritik ekstern adalah kritik terhadap sumber secara fisik dan non fisik yang bertujuan untuk membuktikan bahwa sumber ini memiliki validitas yang benar.²² Wawancara yang dilakukan akan melihat pandangan dari unsur unsur pedagang koran seperti agen, pedagang dan loper terkait informasi yang disampaikan.

Tahapan ketiga adalah interpretasi. Tahap ini peneliti akan merumuskan sumber-sumber yang telah peneliti kritik dengan melakukan analisa yang mendalam. Peneliti menguraikan kembali sesuai dengan penafsiran peneliti dengan tidak mengubah fakta-fakta yang sebenarnya terjadi yang berarti tetap mempertahankan nilai empiris dari peristiwa yang telah terjadi tersebut. Tahapan ini peneliti akan mencantumkan data dan keterangan dari hasil yang diperoleh. Adanya analisis data akan memudahkan untuk menemukan fakta dari sebuah data yang diperoleh. Tahapan interpretasi juga dapat mengembalikan data yang sudah mati memiliki arti kembali.

Tahapan keempat dari metode penelitian sejarah adalah historiografi yang merupakan menulis hasil data dan fakta menjadi satu karya sejarah. Dalam tahapan ini peneliti mendapatkan hasil penelitian dalam bentuk cerita sejarah.

²² Helius Sjamsuddin, *Metodologi Sejarah* (Yogyakarta: Ombak, 2012), hlm. 102.

F. Kerangka Analisis

Penelitian ini mengkaji tentang profesi loper koran di kota Payakumbuh. Penelitian ini memfokuskan permasalahan pada profesi loper koran di kota Payakumbuh dengan mendeskripsikan kehidupan loper koran dengan kategori pekerja tetap, loper dengan pekerjaan tambahan dan mantan loper koran yang sudah berhenti dan beralih profesi. Loper koran di kota Payakumbuh telah mengalami penurunan dari yang dahulunya profesi ini menarik karena pekerjaan yang cukup mudah untuk dikerjakan dan menghasilkan pendapatan yang cukup untuk memenuhi kebutuhan ekonomi menjadi tidak menarik dan mulai mengalami kemerosotan karena tergerus dampak dari perkembangan teknologi. Loper koran tidak dapat beradaptasi terhadap perkembangan teknologi yang semakin pesat sehingga mulai ditinggalkan.

Tulisan ini berfokus pada pembahasan kehidupan loper koran. Istilah loper berasal dari bahasa Belanda yaitu *krantenloper*. Kata ini terdiri dari dua bagian, yaitu "*kranten*," yang berarti "koran," dan "*loper*," yang berarti "penjual" atau "pemilik."²³ Jadi, "*krantenloper*" merujuk kepada seseorang yang menjual atau mendistribusikan koran. Loper koran adalah profesi yang dilakukan seseorang yang pekerjaannya adalah mengantar surat kabar atau koran sampai ke pembaca koran dan juga menjualnya di tempat umum seperti di terminal, dan perempatan jalan. Bagi banyak loper koran, pekerjaan ini merupakan sumber penghidupan utama mereka. Mereka menghasilkan pendapatan dari penjualan surat kabar dan memiliki peran penting membangun hubungan yang kuat dengan pelanggan.

²³Angkola Pers (Publikasi) <https://koranpublikasi.blogspot.com/2015/11/loper-koran-dan-seluk-beluknya.html> , Diakses pada 21 Agustus 2024 , Pukul 20.05 WIB.

Mereka dapat memberikan layanan tambahan seperti mengantarkan surat kabar ke pintu rumah, menanggapi permintaan khusus, atau memberikan saran dan informasi tambahan kepada pelanggan. Loper koran adalah ujung tombak terakhir dari pendistribusian koran ke konsumen. Peran loper koran sangat penting bagi industri percetakan karena berkat mereka pendistribusian koran dapat mencapai ke setiap sudut wilayah. Loper koran berperan dalam menjembatani antara penerbit koran yang menyediakan informasi dan pembaca akhir yang membutuhkan informasi.

Loper koran adalah profesi menjual koran dengan sistem mengantarkan secara langsung kepada konsumen. Loper koran yang dimaksud bukan hanya sekedar loper yang membawa koran saja namun juga menjual produk media cetak lainnya seperti tabloid dan majalah. Loper koran tidak memiliki lapak karena dia mengambil koran ke agen koran yang telah bekerja sama dengan percetakan dan kemudian mengantarkan secara langsung kepada pembeli atau pelanggan dengan mengambil keuntungan berupa ongkos kirim. Loper koran merupakan ujung tombak terakhir dalam pendistribusian koran yang dapat mengantarkan koran secara langsung kepada pembelinya baik itu dengan bersepeda atau sekedar menjajakan koran di perempatan jalan²⁴.

Pengecer atau penjualan eceran atau dikenal dengan istilah ritel merupakan suatu kegiatan bisnis perdagangan (penjualan barang atau jasa) yang langsung disalurkan kepada konsumen akhir untuk digunakan sebagai kebutuhan pribadi,

²⁴T.S Putra dan A.Sahari, "Optimasi Rute Distribusi Koran Radar Sulteng Palu Menggunakan Algoritma Genetika", *Jurnal Ilmiah Matematika dan Terapan*, Vol. 19 No. 1/2022, hlm. 40.

keluarga atau keperluan rumah tangga bukan untuk dijual kembali. Pengecer merupakan perantara dalam sistem saluran pemasaran, dimana pengecer mendapatkan barang dari produsen dan atau pedagang besar yang kemudian menjualnya kepada konsumen akhir²⁵. Pada penelitian ini kedudukan looper koran berada pada status pengecer media cetak.

Agen koran adalah unit usaha menengah kecil dan mikro (UMKM) di bidang media cetak yang pada umumnya memiliki looper koran dan penjual koran lepas.²⁶ Secara konseptual agen dan looper sama-sama pedagang koran tetapi bedanya agen penyedia utama media cetak yang akan dijual oleh looper ke konsumen atau menjual secara eceran dengan tidak menjajakan koran tetapi pembeli yang mendatangi lapaknya. Agen koran adalah pembeli utama dari penerbit. Sementara looper koran hanya bekerja di agen koran dengan membeli koran kemudian menjual koran secara keliling atau mengantarkan dan mendatangi konsumen secara langsung²⁷.

Loper dan agen memiliki inti kegiatan yang sama yaitu berjualan koran (dan media cetak lainnya, seperti tabloid dan majalah). Loper ini sebetulnya hanya bekerja di agen yaitu mereka yang mengambil koran dari agen untuk di distribusi ke pelanggan, cara distribusi dapat sebagai pengecer (mengantar langsung ke pembeli dan tidak memiliki pelanggan), pengantar (mengantar langsung ke

²⁵Penjualan Eceran, <https://sarjanaekonomi.co.id/retail/> , Diakses pada 22 Agustus 2024 , Pukul 01.32 WIB.

²⁶Hari Murti, IBM Kelompok Agen dan Loper Koran di Kecamatan Semarang Barat Kota Semarang, *Jurnal Abdimas*, Vol. 17, No. 2, 2013, hlm. 97.

²⁷Syarifah F.Syaukut, “ Pemetaan Jaringan Agen Koran Di Jakarta Selatan ”, *Paper*. 2005, hlm.3.

pembeli dan sudah memiliki pelanggan) dan pedagang (didatangi oleh pembeli). Sedangkan agen koran adalah pembeli utama dari penerbit (tidak hanya koran, tapi juga tabloid dan majalah, namun umumnya masyarakat menyebutnya dengan agen koran saja meskipun yang ditawarkan tidak hanya koran) yang kemudian mendistribusikan media cetak ke pelanggan melalui loper²⁸.

Konsep sektor ekonomi dualistik yaitu proses pembangunan ekonomi bisa menyebabkan dualisme. Dualisme berarti ada sektor besar dengan kemampuan modern berdampingan dan tumbuh bersamaan dengan sektor kecil dengan kemampuan tradisional. Dualisme ekonomi ini bisa berdampak sosial sebab mencerminkan ketimpangan (*inequality*).²⁹ Konsep ini sesuai dengan yang terjadi pada pedagang koran yang posisinya sebagai sektor kecil dengan kemampuan tradisional mengalami *inequality* akibat dampak dari perkembangan teknologi informasi yang merubah kehidupan sosial penggunanya.

Sektor informal menurut De Soto (1989) dan Portes et al. (1989) adalah suatu unit ekonomi yang tidak terkena aturan hukum dan pengenaan pajak dari pemerintah. Tidak adanya hukum yang mengatur sektor informal membuatnya rentan tertindas oleh kepentingan lain. Ekonomi di Indonesia lebih didominasi oleh ekonomi sektor informal. Beberapa contoh ekonomi sektor informal ini adalah pedagang kaki lima, Bengkel motor, sopir dan termasuk juga loper koran. Loper koran masuk ke sektor ekonomi informal karena tidak ada aturan hukum yang mengaturnya dan tidak dikenakan pajak dari pemerintah.

²⁸*Ibid.*

²⁹Agus Suman, Jose Rizal Joesoef, "Dualisme dalam Sektor Manufaktur Indonesia: Sebuah Uji Hipotesis dengan Analisis Input-Output", *Jurnal Manajemen dan Kewirausahaan*, Vol. 8 No. 1/2006, hlm. 51.

Pelanggan media cetak, mengacu pada individu atau kelompok yang secara aktif mengonsumsi berbagai jenis publikasi media cetak seperti koran, majalah, dan tabloid. Pelanggan koran merupakan pihak yang membaca dan membeli koran cetak sebagai sumber informasi³⁰. Pelanggan ini memiliki peran sentral dalam ekosistem media cetak, yang pada masa sebelum era digital menjadi sumber utama dari industri informasi. Preferensi pembaca media cetak dapat terpenuhi dengan berbagai jenis media cetak yang ada. Kalangan usia muda generasi 90-an lebih cenderung mencari informasi tentang *life style* dan seputar olahraga di majalah. Sementara kalangan dewasa generasi 70-an lebih cenderung mencari informasi tentang politik, ekonomi, dan peristiwa regional yang terjadi³¹.

Distribusi koran merupakan aspek penting dalam ekosistem media cetak yang memfasilitasi aliran informasi dari produsen kepada konsumen. Distribusi dilakukan dalam rangka memperlancar arus barang atau jasa dari produsen ke konsumen.³² Pada perusahaan media, distribusi merupakan bagian terpenting dalam memasarkan produk, karena distribusi dan sirkulasi menjadi ujung pemasaran surat kabar.

³⁰Budi Suwarna, I Gusti Ayu Rai Wati Setia Melayani Pelanggan Koran, <https://www.kompas.id/baca/tokoh/2023/04/11/i-gusti-ayu-rai-wati-setia-melayani-pelanggan-koran>, diakses pada 18 Maret 2024, pukul 14:50 WIB.

³¹ Wawancara dengan Darman, Pengembangan Iklan dan Penagihan Koran Padang Ekspres Perwakilan Payakumbuh, 18 Maret 2024.

³² Rima Amelia, "Implementasi Saluran Distribusi dalam Rangka Meningkatkan Penjualan : Suatu Studi pada PT. Jawa Pos Radar Malang", *Tesis*, 2008, hlm. 5.

G. Sistematika Penulisan

Sistematika penulisan penelitian ini disesuaikan dengan sistematika penulisan skripsi dari Departemen Ilmu Sejarah Universitas Andalas. Penyajian penulisan ini dibagi dalam V bab dengan tujuan mempermudah pencarian informasi yang dibutuhkan, serta menunjukkan penyelesaian yang sistematis.

Bab I, berisikan pendahuluan yang terdiri dari latar belakang masalah, rumusan masalah, batasan masalah, tujuan dan manfaat, tinjauan pustaka, kerangka analisis, metode penulisan dan sumber dan Sistematika Penulisan

Bab II, membahas tentang perkembangan industri media massa cetak dan dampaknya terhadap pengecer. Sub bab pada bab ini membahas tentang perkembangan industri media massa cetak. Kemudian pembahasan dilanjutkan pada sub bab B dengan fokus peralihan media cetak ke media online.

Bab III, jaringan pendistribusian media massa cetak oleh loper koran di Kota Payakumbuh dan Kabupaten Lima Puluh Kota yang dibahas berupa distribusi media massa cetak di Payakumbuh dan sekitarnya, agen dan loper di Payakumbuh dan Lima Puluh Kota

Bab IV, berisikan profile kehidupan loper koran di Kota Payakumbuh dan Kabupaten Lima Puluh Kota dengan fokus pada tiga kategori loper koran yaitu loper koran sebagai pekerjaan tetap, loper koran yang memiliki pekerjaan tambahan dan mantan loper koran yang telah berhenti berjualan koran kemudian beralih ke profesi lain.

Bab V berisikan kesimpulan tentang penelitian yang telah dilakukan. Bab ini merupakan gagasan akhir dari penelitian yang telah dilakukan.