

MANAJEMEN MEDIA MASSA NUSA BALI PASCA KEBIJAKAN KONVERGENSI

Luh Komang Putri Pramesti¹⁾, I Gusti Agung Alit Suryawati²⁾,
Ni Luh Ramaswati Purnawan³⁾

^{1,2,3)}Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Udayana

Email: luhkomangputripramesti@yahoo.com¹⁾, igaaalitsuryawati@yahoo.co.id²⁾
ramaswati.purnawan@gmail.com³⁾

ABSTRACT

The development of the internet media being an alternative that more interested than cast media. The alternation of consume system and access media make industrial organizer to reorganize the position which make it still relevant to their consumer. The direct effect of the changes in media consumption is a reduction in the number of circulations news paper, This pattern is filled by one of Balinese news paper is NusaBali. Finally NusaBali media choosed to change their management after convergencetion policy for increasing company's credibility in media competition. Based on the concept of Management Mass Media Companies (6M), the researchers analyst how to the mass media management of NusaBali after convergence policy. In this research the researchers using descriptive cualitative method. The technique of accumulation by interviews and documentation. The result of the research showing after convergence policy, NusaBali have two management, there are NusaBali management and NusaBali.com management..

Keywords: Management Mass Media, Convergence, NusaBali Media

1. PENDAHULUAN

Latar Belakang

Surat kabar adalah salah satu media yang digunakan oleh masyarakat secara luas dalam mengakses informasi. Surat kabar atau koran ini dapat dikatakan sebagai media traditional karena dalam penyebarannya, melalui print of atau cetak. Namun dengan berkembangnya teknologi, membuat media traditional ini tergeser oleh media baru atau new media sehingga media konvensional merasa tersaingi keberadaannya. (Straubhaar, 2009:332).

Gaya hidup masyarakat menuntut adanya perkembangan mengikuti sesuatu yang baru. Dahulu masyarakat mengkonsumsi berita dengan membaca

koran dengan lembaran yang besar terlebih dahulu. Namun dengan berkembangnya new media ini membuat masyarakat beralih dengan mengkonsumsi berita melalui media online yang hanya dengan genggaman smartphone dapat menikmati berita juga.

Dampak perubahan tersebut dirasakan oleh para pelaku media. Data dari Dewan Pers mengstiskan bahwa dampak dari new media atau media online ini yaitu penurunan oplah atau tiras yang dirasakan oleh industry-industri media. Hal ini dirasakan dengan rendahnya pertumbuhan sirkulasi oplah dari 1001 media di Indonesia pada tahun 2013 akhir dengan pertumbuhannya hanya sebesar 0.25% (Kilasdaerah.kompas.com, 2014).

Di Bali terdapat salah satu

media cetak yang cukup besar dan masuk dalam lima besar media cetak yang paling sering di baca yaitu Harian Umum Nusa Bali.

Dinamika media *NusaBali* dalam 4 tahun terakhir (2014-2018) mencatat bahwa surat kabar *Harian Umum NusaBali* memiliki produksi 86.000 eksemplar perharinya. Produksi ini tergolong lebih sedikit dibandingkan dengan periode awal tahun 2000 yang dapat mencapai 120.000 – 140.000 eksemplar perharinya. Hal ini berdampak buruk pada pendapatan *Harian Umum NusaBali*. (NusaBali, 2018)

Dengan menurunnya jumlah eksemplar ini pada awalnya pihak manajemen menolak untuk berkonvergensi dengan alasan akan mempengaruhi kredibilitas *NusaBali* cetak, dan pihak manajemen merasa bahwa semua media mengalami penurunan eksemplar dikarenakan era digital. Namun melihat kondisi penurunan jumlah produksi tersebut membuat kondisi *Harian Umum NusaBali* harus bergerak mencari pasar baru untuk dapat meningkatkan pembaca, *performance* dan pendapatan, melihat persaingan media yang begitu ketat.

Perubahan manajemen media masa dilakukan setelah keluarnya kebijakan untuk berkonvergensi ke dunia digital oleh Pimpinan Umum *NusaBali*. Hal ini menjadi salah satu strategi yang dilakukan oleh manajemen *Nusa Bali* dalam melaksanakan perubahan manajemen untuk menjaga eksistensi media *Nusa Bali*.

2. KAJIAN PUSTAKA

Manajemen Media Massa

Manajemen dapat diartikan sebagai suatu kegiatan yang mana di dalamnya terdapat proses bimbingan, kemudian kerangka kerja yang tentunya mengarah pada suatu tujuan. Di dalam suatu manajemen terdapat pengarahan, pengawasan dalam suatu perencanaan (DR Terry, Leslie, 2003:1).

Menurut Cangara (2008:50) media massa diartikannya sebagai suatu alat penghantar pesan yang ditransfer dari sumber hingga sampai ke khalayak dengan berbagai peralatannya.

Berbicara mengenai media, tentu dapat dibagi menjadi dua yaitu media cetak yaitu salah satunya Koran, dan media elektronik yaitu salah satunya televisi.

Dalam suatu media massa terdapat manajemen media massa dimana pada penelitian ini, peneliti menggunakan 6M yaitu *Men, Money, Materials, Machine, Methode, and Market*.

Konvergensi Media

Orang pertama yang mengatakan iya dalam lajhirnya konvergensi ini adalah NegroPonte. Ia mengatakan bahwa akan lahir industri media yang mengarah pada apa yang kita sebut dengan komunikasi multimedia.

Golongan Multimedia ini salah satunya adalah media cetak dimana media cetak ini merupakan gabungan padupadan yang digabungkan dengan teks, photo, yang disuguhkan dengan seni dan ditampilkan dalam bentuk eks yaitu dalam lembaran kertas.

Burnett dan Marshall (2003:1)

mendefinisikan konvergensi media sebagai penggabungan industri media, telekomunikasi, dan komputer menjadi sebuah bentuk yang bersatu dan berfungsi sebagai media komunikasi. dalam bentuk digital.

Perkembangan dari konvergensi media tidak lepas dari perkembangan dunia teknologi yang dikenal dengan “www” yang mana ikut menyebar luaskan konten media yang membuat masyarakat luas bisa mengakses informasi-informasi tersebut.

Konvergensi Media di Indonesia

Dunia saat ini sudah mengenal istilah konvergensi, begitu pula dengan Indonesia yang saat ini memasuki era media baru.

Perpaduan dalam elemen-elemen sarana komunikasi dalam konvergensi melahirkan jaringan informasi, teknologi, media digital, atau singkatnya disebut 3Cs yaitu *Computing indormation Thecnology, Digitalize Media, dan Information Content.*

Perubahan ini membawa perbedaan bagi setiap individu baik dalam bidang sosial, budaya, ekonomi dan bisnis serta politik. Untuk itu, memasuki tahapan aplikasi konvergensi dan media baru ini diperlukan panataan kembali kebijakan dan regulasi komunikasi nasional.

Muncullah berbagai perusahaan yang bergerak dengan menggabungkan dua atau lebih perusahaan media menjadi satu. Ada beberapa kategori konvergensi yang telah dilakukan perusahaan media massa atau yang harus dilakukan di masa-masa mendatang dalam rangka tetap menjaga eksistensi media tersebut maupun pengembangan bisnis industri media yang

lebih maju dan mengikuti perkembangan zaman. Salah satu cara dalam mempertahankan dan mengembangkan kekuatan dalam bisnis media adalah dengan cara melakukan konsolidasi antar perusahaan yang prakteknya adalah konvergensi.

Teknologi informasi dan komunikasi adalah komplementer dalam upayanya semakin memaksimalkan misi utama media massa, mencerahkan kehidupan masyarakat.

Jurnalisme masa depan adalah jurnalisme multimedia. Cara bermedia harus berubah. Pridisitas yang menjadi milik dan ciri khas media cetak perlu diterobos lewat kedalaman dan kekhasan peliputan. News bukan laporan kejadian, tetapi *breaking news in the making*, yang sekarang dimakan media elektronik, apalagi media digital, dalam media cetak harus dikonstruksi dengan kedalaman, kelengkapan, mendudukan soal dan pengayaan nuansa.

Dari catatan yang yang diperoleh dari berbagai sumber, konvergensi media massa di Indonesia bisa kita kemukakan. Ada tiga tipe umum merger dalam industri media, yaitu merger horisontal, merger vertikal dan *conglomerate* merger..

3. METODE PENELITIAN

Pada penelitian ini, peneliti menggunakan metode deskriptif yang mana merupakan penelitian kualitatif. Dimana peneliti akan memberikan deskripsi mengenai manajemen media massa *NusaBali* pasca kebijakan konvergensi.

Penelitian ini dilakukan dengan wawancara kepada responden yaitu pengelola yang terdiri dari Pimpinan Umum *NusaBali*, Pemimpin Redaksi *Harian Umum NusaBali*, Manager Operational *NusaBali*, dan *Chief Officer NusaBali.com*.

Di mana teknik penentuan informan menggunakan teknik *purposive sample*. Yang kemudian data yang dihasilkan dituangkan dalam teks naratif.

4. HASIL DAN PEMBAHASAN

Gambaran Umum

Harian Umum *NusaBali* berpegang teguh pada visi *sebagai community newspaper fullinteractive* dengan slogan “Yang Penting Beritanya, Bli!”. Dengan penampilan dan wajah yang semakin berkualitas, *Harian Umum NusaBali* lebih intens dan total dalam menyikapi setiap fakta. Gaya berita yang emotif dan humanis yang disajikan semakin membuat dekat di hati pembacanya. Sirkulasi *Harian Umum NusaBali* saat ini beredar sebanyak 86.000 eksemplar

Media cetak *NusaBali* fokus pada koran harian yang didistribusikan secara merata di masing – masing daerah dengan bantuan pihak *reseller* dan diantarkan langsung oleh loper koran ke rumah pelanggan atau di beberapa tempat keramaian, seperti SPBU dan supermarket di beberapa daerah di provinsi Bali.

Seiring dengan makin meluasnya penggunaan internet di Indonesia, *Harian Umum NusaBali* meluncurkan *NusaBali.com* sebagai unit bisnis baru yang

menjawab kebutuhan masyarakat terhadap berita dan informasi yang cepat, tepat dan akurat yang disesuaikan dengan karakter pembaca online.

Temuan Penelitian

Dalam persiapan mengembangkan *Nusabali.com*, Made Maha Dwija Santya dipercaya sebagai orang yang bertanggung jawab oleh Bapak Made Muliarsana selaku pimpinan umum media *NusaBali*.

Dalam mempersiapkan manajemen dari *NusaBali* pasca kebijakan konvergensi, Bapak Made Dwija Santya yang dipercayai sebagai penanggung jawab dalam konvergensi ini, ia mempersiapkan orang-orang yang terlibat dalam proses management baru ini.

Orang-orang yang terlibat dalam manajemen media massa *NusaBali* ini juga berbeda dengan orang-orang yang terlibat dalam *nusabali.com* karena memiliki fungsi dan target pasar yang hampir berbeda.

Wartawan-wartawan dalam manajemen media massa pasca kebijakan konvergensi berbeda. Wartawan-wartawan yang dibutuhkan *nusabali.com* berbeda dengan para wartawan yang terlibat di *harian umum NusaBali* karena secara metode kerja berbeda walaupun secara konsep jurnalistik sama.

Dalam pengembangan *NusaBali.com*, para wartawan yang dilibatkan dalam pengembangan manajemen baru pasca kebijakan konvergensi, pada akhirnya akan dilibatkan sepenuhnya untuk mencapai platform yang siap dan memberikan benefit dan reward tambahan.

Analisis

Berdasarkan konsep 6M yang telah dijelaskan.

1. *Men* yaitu setelah kebijakan konvergensi orang-orang yang terlibat dalam pembentukan konvergensi berbeda. Pada awalnya *NusaBali* menolak untuk menggabungkan orang-orang yang terlibat dalam *NusaBali* cetak. Namun setelah melalui proses dan persiapan yang panjang, maka secara manajemen, orang-orang yang terlibat dalam *NusaBali* online berbeda dengan orang-orang yang terlibat dalam *NusaBali* cetak.
2. *Money* yaitu dalam persiapan untuk memulai manajemen baru salah satunya dengan munculnya *NusaBali.com*, Made Maha Dwija Santya sebagai Manager Operational *NusaBali* ia menyiapkan modal kurang lebih sebesar 100 juta untuk setahun di awal. Uang tersebut dilakukan untuk pembuatan website dan maintenance awal sebesar 35%, untuk biaya tenaga kerja di awal sebesar 25%, dan kebutuhan peralatan dalam mendukung *NusaBali* online ini sebesar 25-50%nya.
3. *Machines* yaitu dalam mempersiapkan platform *NusaBali.com* dalam manajemen baru *NusaBali*, Bang John selaku officer *NusaBali.com* mempersiapkan beberapa alat-alat

untuk membantu dan memudahkan berjalannya pekerjaan di *NusaBali.com*. seperti Website berita, Website list, Website, Social Media, Email dan Whatsapp Business.

4. *Methods* Metode sistem pelaksanaan pekerjaan pada *NusaBali.com* ini dilakukan dari tahap perencanaan dan selanjutnya oleh pimpinan Umum *NusaBali*.
5. *Materials* atau bahan dalam manajemen media massa pasca kebijakan konvergensi media di *NusaBali.com* adalah berita yang selalu mengedepankan kode etik jurnalistik, kualitas berita, cita rasa ke khasan berita *NusaBali* yang kental dan dekat dengan kearifan lokal Bali.
6. *Market* sesuai target pasar dimana masyarakat publik sekarang sudah menggunakan media digital dalam memperoleh berita. Hal tersebut membuat pihak *Harian Umum NusaBali* harus beradaptasi sesuai keinginan target *audience NusaBali*.

5. KESIMPULAN

Adapun kesimpulan penelitian:

1. Manajemen media massa yang dilakukan *NusaBali* pasca kebijakan konvergensi telah berhasil membentuk manajemen baru yaitu *NusaBali.com* dengan versi onlinenya. Hal ini dilihat dari pihak manajemen *NusaBali.com* sendirinya

ng telah menerapkan konsep dasar manajemen perusahaan media massa (6M) dengan baik yang terdiri dari *Man, Money, Machines, Methods, Materials, dan Market*. Pengaruh positif manajemen media masa *NusaBali* sangat dirasakan dari pihak manajemen pada unsur *money* dengan naiknya pendapatan dari *NusaBali* sebesar 10-20% sejak dibentuknya manajemen baru *NusaBali.com* ini.

2. Ruang iklan yang semakin terbuka, kerjasama dari berbagai pihak dirasakan juga oleh *NusaBali* dengan banyaknya kepercayaan-kepercayaan yang diberikan kepada manajemen *NusaBali.com* untuk menghendel berbagai macam akun social media perusahaan, sehingga berdampak pada pendapatan *NusaBali*.
3. Keuntungan dan respon masyarakat yang semakin meningkat sejak dibentuknya platform-platform baru dari manajemen *NusaBali.com*, tidak berdampak pada jumlah oplah yang bertambah, namun *NusaBali* dapat mempertahankan jumlah oplah yang ada yakni sebanyak 86.000 perharinya.

6. DAFTAR PUSTAKA

Sumber Buku :

Alfredi Trivino dalam Asmono Wikan (2011), *Digitalisasi mengubah Ritual Jurnalisme*, Media Directory.

- Boczkowski. P. 2005. *Digitizing the news. innovation in online newspapers*. Cambridge, MA: MIT Press.
- Effendy, Onong Uchjana. 1981. *Dimensi-dimensi Komunikasi*. Bandung
- Gracie Lawson. 2005. *Media Organizations & Convergence : case studies of media convergence pioneers*. NY: Routledge New York.
- Grant A.E. & Wilkinson, J.S. 2009. *Understanding Media Convergence: The State OF THE Field*, NY : Oxford University Press
- Henry Jenkins. 2006. *Convergence Culture Where Old and New Media Collide*. New York : University Press
- Klinenberg. E. (2005). *News production in a digital age*. American : Annals of the American Academy of Political and Social Science

Jurnal, Skripsi, dan Tesis:

- Intan Silvia Dawi. 2017. *Manajemen Pemberitaan Surat Kabar Lokal Kabupaten Cianjur di Era digital*. Bandung : Universitas Islam Bandung. karyailmiah.unisba.ac.id/index.php/Jurnalistik/article diakses pada 20 Agustus 2018
- Priska Enggar Kinanthi. 2016. *Manajemen Media Penyiaran Pada Ratih TV Kebumen (Studi Deskriptif Kualitatif Mengenai Kegiatan Manajemen Media Penyiaran Pada Ratih TV Sebagai Lembaga Penyiaran Publik Lokal di Kabupaten Kebumen Tahun 2015)*. Surakarta : Universitas Sebelas Maret Surakarta. <https://digilib.uns.ac.id/.../Manajemen-Media-Penyiaran-Pada-Ratih-TV-Kebumen.pdf> diakses pada 20 Agustus 2018
- Sugiya, Aritasius. 2012. *Strategi Transformasi Konvergensi Media*. Jakarta: Universitas Indonesia
- Straubhaar. (2009). *Media Convergence Strategy*. London : The National Press London
- T. Muhammad Fadhli . 2014. *Penerapan Fungsi Management Media Massa di Radio Mandiri FM Pekanbaru*. Pekanbaru: Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau. <http://repository.uin-suska.ac.id/4596/1/FM.pdf> diakses pada 20 Agustus 2018

Website:

Firmansyah, 2014. <https://kilasdaerah.kompas.com/jawatengah/read/digempur,media.online.pertumbuhan.pers.hanya.0.25.persen>. Diakses pada Selasa 2 Oktober 2018 pukul 10.00 wita
(www.Nusabali.com) Diakses pada Sabtu 1 September 2018 pukul 20.00 wita
Widiartanto, 2016. <https://kompas.com/read/2016/10/24/15064727/2016.pengguna.internet.di.indonesia.capai.132.juta>. Diakses pada Selasa 2 Oktober 2018 pukul 13.00 wita
Anonim, 2017. Konsep Dasar Manajemen Perusahaan Media

Massa <http://mahasiswa.ung.ac.id/291414041/home/2017/3/22/konsep-dasar-manajemen-media-massa.html> Diakses pada Senin 1 Oktober 2018 pukul 15.00 wita

Wawancara:

Dwija, Maha, 2018. Interview of "NusaBali History" on NusaBali Office, Bali.

Badan Pusat Statistik Kabupaten Karangasem.