

**PENGEMBANGAN MEDIA SURAT KABAR JAWA POS DALAM MENGHADAPI**

**BISNIS MEDIA DI ERA DIGITAL**

**2022**

**SKRIPSI**



**Disusun Oleh :**

**KARINA GARIN OKTAVIANI**

**NIM : 1813221047**

**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI**

**FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK**

**UNIVERSITAS BHAYANGKARA**

**SURABAYA**

**2022**

**PENGEMBANGAN MEDIA SURAT KABAR JAWA POS DALAM MENGHADAPI  
BISNIS MEDIA DI ERA DIGITAL  
2021**

**SKRIPSI**

**Diajukan Guna melengkapi Tugas dan Memenuhi Salah Satu Syarat dalam  
Memperoleh Gelar Sarjana Ilmu Sosial dan Ilmu Politik**

**Disusun Oleh :**

**KARINA GARIN OKTAVIANI**

**NIM: 181232282337**

**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI  
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK  
UNIVERSITAS BHAYANGKARA  
SURABAYA**

**2022**

**MOTTO**

**“Selesaikan semua yang sudah kita mulai”**

***Karina G.O***

## LEMBAR PERSETUJUAN

### PENGEMBANGAN MEDIA SURAT KABAR JAWA POS DALAM MENGHADAPI BISNIS MEDIA DI ERA DIGITAL

Diajukan Untuk Memenuhi Salah Satu Syarat Memperoleh Gelar Sarjana (S1)  
Ilmu Komunikasi Universitas Bhayangkara Surabaya

Disusun oleh :

**KARINA GARIN OKTAVIANI**  
**1813221047**

Diperiksa dan disetujui oleh

Pembimbing I



Muhammad Fadeli, S.Sos.M.Si.  
NIDN : 0730017201

Pembimbing II



Tira Fitriawardhani, S.Sos., M.Si.  
NIDN : 0722068501

Mengetahui,  
Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi



Julyanto Ekantor, S.E., S.S., M.Si.  
NIDN : 0706077106

# LEMBAR PENGESAHAN

## PENGEMBANGAN MEDIA SURAT KABAR JAWA POS DALAM MENGHADAPI BISNIS MEDIA DI ERA DIGITAL

Diajukan Untuk Memenuhi Salah Satu Syarat Memperoleh Gelar Sarjana (S1)  
Ilmu Komunikasi Universitas Bhayangkara Surabaya

Disusun oleh :

**KARINA GARIN OKTAVIANI**  
**1813221047**

Tanggal Ujian : 18 Juli 2022

Periode Wisuda :

Dosen Pembimbing

Pembimbing I



Muhammad Fadeli, S.Sos.M.Si.  
NIDN : 0730017201

Pembimbing II



Tira Fitriawardhani, S.Sos., M.Si.  
NIDN : 0722068501

Disetujui oleh Tim Penguji Skripsi

Penguji I



Muhammad Fadeli, S.Sos.M.Si.  
NIDN : 0730017201

Penguji II



Dra. Ratna Setyafahajoe, M.Si.  
NIDN : 0701076602

Penguji III



Dr. Fitrria Widiyani Roosinda,  
S.Sos, M.Si, CiQar  
NIDN : 0706088003

Mengetahui,  
Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik



Dra. Tri Prasenjowati, M.Si.  
NIDN : 0727076701

Menyetujui,  
Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi



Julyanto Ekantoro, S.E., S.S., M.Si.  
NIDN : 0706077106

## LEMBAR PERNYATAAN KEASLIAN PENELITIAN

Yang bertandatangan di bawah ini :

**Nama** : KARINA GARIN OKTAVIANI  
**Tempat, Tanggal Lahir** : Surabaya, 14 Oktober 1999  
**NIM** : 1813221047  
**Fakultas / Program Studi** : Ilmu Sosial dan Ilmu Politik/Illmu Komunikasi

Dengan ini saya menyatakan bahwa Skripsi dengan judul "**PENGEMBANGAN MEDIA SURAT KABAR JAWA POS DALAM MENGHADAPI BISNIS MEDIA DI ERA DIGITAL**" beserta seluruh isinya adalah karya saya sendiri dan bukan merupakan karya tulis orang lain, baik sebagian maupun seluruhnya, kecuali dalam bentuk kutipan yang telah disebutkan sumbernya.

Demikian surat pernyataan ini saya buat dengan sebenar-benarnya. Apabila kemudian ditemukan adanya pelanggaran terhadap etika keilmuan dalam karya saya ini, atau ada klaim dari pihak lain terhadap keaslian karya saya ini maka saya siap menanggung segala bentuk resiko/sanksi yang berlaku.

Surabaya,

Yang Membuat Pernyataan



KARINA GARIN OKTAVIANI

## KATA PENGANTAR

Puji syukur penulis panjatkan atas rahmat dan ridho Allah SWT. Karena nya penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul Pengembangan media surat kabar jawa pos dalam menghadapi bisnis media di era digital. Tidak mudah bagi penulis untuk menyelesaikan skripsi ini, banyak rintangan dan hambatan yang penulis alami.

Adapun tujuan dari penulisan skripsi ini adalah untuk memenuhi syarat kelulusan dalam Program Studi Ilmu Komunikasi, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik. Dengan selesainya skripsi ini tidak terlepas dari bantuan banyak pihak yang telah memberikan masukan-masukan kepada penulis. Untuk itu, penulis mengucapkan banyak terimakasih kepada :

1. Brigjen. Pol ( Purn ) Drs. Edy Prawoto S.H., M. Hum selaku Rektor Universitas Bhayangkara Surabaya
2. Dra. Tri Prasetijowati, M.Si selaku Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Bhayarangkara Surabaya
3. Julyanto Ekantoro, SE,SS,M.Si selaku KA Prodi Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Bhayangkara Surabaya
4. Muhammad Fadeli, S.Sos.M.Si selaku Dosen Pembimbing 1 yang telah bersedia membimbing dan mengarahkan penulis dalam penulisan skripsi
5. Tira Fitriawardhani, S.Sos., M.Si. selaku Dosen Pembimbing 2 yang telah bersedia membimbing dan mengarahkan penulis dalam penulisan skripsi

6. Untuk Diri Sendiri yang sudah kuat hingga di titik ini
7. Bapak, Ibu, serta Kakak tercinta yang selalu memberi dukungan disetiap langkah penulis
8. Sahabat-sahabatku yang selalu sabar mendengarkan keluh kesahku selama perkuliahan
9. Semua pihak yang tidak dapat di sebutkan satu persatu

Penulis menyadari bahwa masih banyak kekurangan dari penelitian ini, baik dari materi maupun teknik penyajian nya. Oleh karena itu penulis memohon maaf, adapun kritik dan saran yang membangun sangat penulis harapkan

Surabaya, 7 Juli 2022

# **PENGEMBANGAN MEDIA SURAT KABAR JAWA POS DALAM MENGHADAPI BISNIS MEDIA DI ERA DIGITAL**

**Karina Garin Oktaviani, Muhammad Fadeli , Tira Fitria Wardhani**

Program Studi Ilmu Komunikasi, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik

Universitas Bhayangkara Surabaya

Email : karinaoktaviani99@gmail.com

---

## **ABSTRAK**

Perkembangan teknologi selalu bergerak setiap waktu dan perkembangan ini mempengaruhi banyak faktor yang mengikutinya. Dengan kata lain semua hal yang ada di dunia juga harus mengikuti perkembangan karena jika tidak pasti akan mengalami kemunduran atau bahkan ditinggalkan. Salah satu hal yang perlu berkembang adalah media, karena media adalah salah satu perantara komunikasi di masyarakat. Dan sangat di sayangkan jika media tergerus atau bahkan tersingkirkan dengan teknologi saat ini.

Penelitian ini merupakan penelitian tentang bagaimana media cetak koran jawa pos dalam mengikuti perkembangan bisnis media di era digital saat ini. Dimana media cetak saat ini peminatnya semakin berkurang dan membutuhkan banyak inovasi dan cara baru untuk terus bertahan.

Tujuan Penelitian ini adalah untuk mengetahui bagaimana pengembangan media yang dilakukan Jawa Pos dalam menghadapi persaingan di era digital. Jenis penelitian ini adalah penelitian kualitatif dengan analisa deskriptif. Penelitian kualitatif adalah penelitian secara menyeluruh yang bermaksud memahami fenomena yang dialami subjek penelitian baik itu perilakunya, persepsi, motivasi, maupun tindakan nya yang dijabarkan dalam bentuk kata-kata. Sedangkan teknik analisis deskriptif kualitatif ialah menganalisa, menggambarkan, dan meringkas berbagai kondisi, situasi dari data yang dikumpulkan sesuai dengan persoalan yang diteliti.

Hasil penelitian yang didapat oleh penulis yaitu bagaimana pengembangan media jawa pos yang mulanya media cetak berkembang menjadi media digita dan media massa. Perihal ini juga, hasil sudah disesuaikan dengan teori konvergensi dan teori new media. Serta penelitipun menganalisis hasil produk yang dikembangkan media jawa pos

**Kata Kunci : Pengembangan Media, Jawa Pos, Era Digital**

**DEVELOPMENT MEDIA OF JAWA POS NEWSPAPER IN FACING OF MEDIA  
BUSINESS IN THE DIGITAL ERA**

**Karina Garin Oktaviani, Muhammad Fadeli , Tira Fitria Wardhani**

Program Studi Ilmu Komunikasi, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik

Universitas Bhayangkara Surabaya

Email : karinaoktaviani99@gmail.com

---

***ABSTRACT***

*Technological developments are always moving all the time and this development affects many factors that follow it. In other words, everything in the world must also follow developments because otherwise it will inevitably decline or even be abandoned. One thing that needs to be developed is the media, because the media is one of the intermediaries of communication in society. And it's a shame if the media is eroded or even eliminated with today's technology.*

*This research is a study of how the Jawa Pos newspaper print media in following the development of the media business in the current digital era. Where the current demand for print media is decreasing and requires a lot of innovation and new ways to continue to survive.*

*The purpose of this study was to find out how the media development carried out by Jawa Pos in the face of competition in the digital era. This type of research is a qualitative research with descriptive analysis. Qualitative research is a comprehensive research that intends to understand the phenomena experienced by the research subjects, both their behavior, perceptions, motivations, and actions which are described in words. While the qualitative descriptive analysis technique is to analyze, describe, and summarize various conditions, situations from the data collected in accordance with the problems studied.*

*The results of the research obtained by the author are how the development of Jawa Pos media which was originally print media developed into digital media and mass media. In this regard, the results have been adjusted to convergence theory and new media theory. And the researchers also analyzed the results of the products developed by the Jawa Pos media*

***Keywords : Media development, Jawa Pos, Digital Era***

## DAFTAR ISI

BAB I PENDAHULUAN .....	1
1.1 Latar Belakang .....	1
1.2 Rumusan Masalah Penelitian .....	5
1.3 Tujuan Penelitian.....	6
1.4 Manfaat Penelitian.....	6
1.5 Definisi Konsep.....	6
1.5.1 Pengembangan .....	7
1.5.2 Media.....	8
1.5.3 Surat Kabar.....	10
1.5.4 Jawa Pos .....	10
1.5.5 Era Digital .....	11
1.6 Metode Penelitian.....	11
1.6.1 Objek Penelitian .....	11
1.6.2 Unit Analisis.....	12
1.6.3 Fokus Penelitian .....	12
1.6.4 Sumber Informasi .....	12
1.6.5 Teknik Pengumpulan Data .....	12
1.6.6 Teknik Analisis data.....	13
BAB II TINJAUAN PUSTAKA .....	14
2.1. Penelitian Terdahulu.....	14
2.2. Kerangka Konseptual .....	19
2.3. Landasan Teori.....	19
2.3.1 Pengembangan Media .....	19
2.3.2 Era Digital .....	26
BAB III GAMBARAN UMUM .....	35
3.1. Profil Jawa Pos.....	35
3.1.1 Koran Jawa Pos .....	37
3.1.2 Sejarah Koran Jawa Pos .....	39
3.1.3 Visi Misi Koran Jawa Pos .....	43

3.1.4 Struktur Redaksi Jawa Pos .....	44
<b>BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN.....</b>	<b>50</b>
4.1. Hasil Penelitian .....	50
4.1. Pembahasan.....	51
4.2.1 Analisis menurut Teori Konvergensi dan New Media .....	57
4.2.2 Hasil Pengembangan Media Jawa Pos .....	59
<b>BAB V PENUTUP.....</b>	<b>74</b>
5.1. Kesimpulan.....	74
5.2. Saran.....	75
<b>DAFTAR PUSTAKA .....</b>	<b>76</b>

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **1.1 Latar Belakang**

Dalam menyampaikan pesan selalu membutuhkan yang namanya sarana informasi. Dimana sarana informasi ini guna untuk menyampaikan sebuah pesan kepada masyarakat baik tua, muda dan anak-anak dengan melalui sebuah media. Media massa sendiri merupakan alat untuk mengirim pesan kepada khalayak. Media massa dapat tumbuh dan berkembang dengan pesat seiring dengan adanya perkembangan ilmu pengetahuan dan teknologi. Kemajuan teknologi komunikasi tersebut telah membuat terjadinya globalisasi informasi, dimana banyaknya media menginformasikan peristiwa, baik itu di dalam maupun di luar negeri secara instan dan dengan berbagai macam informasi yang menarik masyarakat. Selain itu juga dapat mudah untuk di tonton dan di baca oleh kalangan anak-anak, remaja maupun orang dewasa. Media massa juga dapat mempengaruhi perilaku seseorang, baik itu tua, muda, remaja maupun anak-anak. (Kurnia & Putra, 2011, hal. 2)

Globalisasi informasi ini di pengaruhi adanya internet. Jika melihat kilas balik pasca terjadinya revolusi teknologi komunikasi pada tahun 1990-an, mengakibatkan munculnya internet sebagai media baru. Dalam kurun waktu lebih dari 20 tahun, terjadinya pergeseran paradigma media yang bersifat global. Pergeseran ini menyangkut produksi, penyimpanan dan penyebaran informasi digital secara global melalui jaringan internet (online).

Keberadaan jaringan internet membuat segala informasi mudah diakses dan memunculkan platform baru di new era media. Mc Quail menjelaskan new media atau media baru adalah berbagai perangkat teknologi komunikasi yang memiliki berbagai ciri yang sama, yang mana selain baru dimungkinkan dengan digitalisasi dan ketersediaannya yang luas untuk penggunaan pribadi sebagai alat komunikasi. Kombinasi antara internet dan teknologi komunikasi moderen menjadi cikal bakal era new media, yang mana kondisi ini menjurus kepada kondisi yang serba digital.

Dengan berkembangnya teknologi dan semua serba digital membuat para competitor media massa berlomba-lomba memberikan berita yang paling fresh dan up to date. Merembaknya berita yang bisa di akses melalui internet inilah yang menciptakan budaya baru ditengah masyarakat yang dinamakan budaya online. Persaingan antara media massa cetak dengan media berbasis digital lain, saling kejar mengejar dimana masing-masing media memiliki strategi dalam memasarkan produknya dan memiliki segmentasi konsumen tersendiri.

Namun dengan adanya media digital sendiri membuat industri media cetak di Indonesia sedang mengalami masalah seperti berkurangnya penjualan. Karena masyarakat seringkali lebih memilih informasi yang cepat melalui media online. Salah satu media cetak yang cukup terpengaruh adalah surat kabar atau koran. yang dimana media tersebut dikatakan sebagai media jaman dahulu, dimana awalnya dahulu media tradisional menggunakan alat-alat lama yang kini makin terlindungi dengan timbulnya new media

modern yang terlahir dari sebuah pertumbuhan teknologi yang serba digital. Hadirnya new media dan dikemas menggunakan teknologi yang canggih serta baru dapat menggantikan sebuah peran dari koran itu sendiri.

Tetapi Koran serta media online, tentunya mempunyai suatu kelebihan atau kelemahannya tersendiri. Koran mempunyai kelebihan dalam suatu kedalaman isi berita serta dalam kearsipannya. Namun kelemahannya, koran terkesan lambat dalam menginformasikan berita, dan tentu saja surat kabar tidak bisa dipukul rata masuk berbarengan, bisa jadi setiap daerah mempunyai perbedaan waktu sekian menit sehingga informasi yang telah disebarkan baru dapat dinikmati pembaca pada keesokan harinya, tetapi surat kabar memiliki keunggulan berita atau informasinya dapat dipercaya. Sedangkan media online memiliki kelebihan berita nya cepat di publikasi. Namun di satu sisi kelemahan media online salah satunya tentang kebenaran berita yang belum tentu dapat dipercaya dengan cepat.

Pembaca dan penikmat media cetak sendiri juga sangat menurun, yang dulu menjadi primadona, kini sudah mulai tersingkir karena majunya teknologimedia. Media cetak merupakan media yang pertama kali menyampaikan sebuah berita atau informasi kepada masyarakat

Dengan adanya perkembangan Konvergensi media telah membuat beberapa surat kabar gulung tikar adapun surat kabar tersebut yaitu, koran sindo, surat kabar untuk hari minggu yang dikeluarkan Koran Tempo, surat kabar Galamedia, Jakarta Globe, Sinar Harapan, Harian Bola dan majalah untuk remaja yang terkenal dan sudah lama serta satu

group dengan sekaliber Kompas Gramedia Grup untuk per 1 Juni tahun 2017 kemarin. Penutupan beberapa surat kabar diatas terjadi karena adanya penambahan eksponensial pengguna internet yaitu 200% setiap tahunnya di negara Indonesia, tetapi adapun motivasi besar penggunadigital/internet yaitu hiburan dan sebagai alat interaksi menggunakan media sosial. Tren global maupun lokal yang antara lain dinyatakan oleh ketua SPS bahwa suatu media massa khususnya koran semakin hari semakin banyak yang gulung tikar, ini merupakan sebuah keniscayaan didalam suatu media. Menurut asumsi penulis, usia sebuah perusahaan media cetak yang ada di negara Indonesia hanya sisa 10,6 tahun lagi apabila berkurangnya pertumbuhan penerbitan media cetak tersebut secara terus-menerus terjadi 80 penerbit setiap tahunnya. (Wiwoho, 2017)

Keadaan yang tak bisa di jauhi oleh para industri media adalah sebuah konvergensi media itu sendiri, apabila menjauhinya tentu para industri media tak bisa bertahan atau gulung tikar.

Beda pula dengan halnya surat kabar seperti Jawa Pos. Media cetak ini adalah salah satu media cetak yang ikut berkembang mengikuti zaman dimana medi ini juga menciptakan berita berbentuk digital dan daring serta terpisah dengan menyesuaikan daerah asalnya. Jawa pos untuk daring dibagi di beberapa platform seperti Instagram, twitter, bahkan hingga aplikasi khusus. Jawa pos yang ada didaerah atau yang biasa di sebut radar juga menciptakan versi daring maupun cetak, sementara versi digitalnya akan dikelolai dari pihak pusat Jawa Pos. Hal yang membedakan Jawapos dengan induknya maupun media cetak lain yaitu saling

terkoneksinya pengelola versi cetak dan daring. Reporter maupun redaksi media cetak Jawa Pos. bagian versi daring dan cetak merupakan pegawai dan dalam strukturisasi yang sama. Maka tiap berita yang ada di cetak juga akan tersedia versi digitalnya, cetak serta daring. Terkoneksi satu sama lain. Jawapos grup memanfaatkan kecanggihan teknologi dalam upaya efisiensi. Pengelompokkan suatu bahan informasi yang telah ditemukan repoter akan dimasukkan kedalam versi digitalnya dimailig list grup Media cetak Jawapos. Maka seperti itu masyarakat mudah mengakses sebuah informasi dari berbagai daerah.

Pada penelitian ini, yang menjadi fokus penelitian penulis adalah Pengembangan Media Koran Jawa Pos Dalam Menghadapi Bisnis Media di Era Digital. Apalagi pesatnya perkembangan teknologi dan internet, berbanding lurus dengan bertumbuh nya media digital, kemudian masuknya internet dalam proses distribusi pesan dan konten, mengakibatkan terpengaruhnya pola penyampaian pesan serta gaya konsumsi informasi ditengah masyarakat. Persaingan media massa sangatlah ketat, ketika industri cetak makin mahal, muncul media-media massa baru berbasis digital yang bisa di akses dengan cepat dan murah melalui internet. Pola penyampaian pesan dan konten khas media konvensional yang dari segi waktu distribusi kalah cepat dengan media digital, juga menjadi faktor mulai ditinggalkan nya media jenis ini.

## **1.2 Rumusan Masalah Penelitian**

Bagaimana pengembangan media surat kabar jawa pos menghadapi bisnis media di era digital?

### **1.3 Tujuan Penelitian**

Berdasarkan rumusan masalah tersebut tujuan yang akan di capai dalam sebuah penelitian ini adalah untuk mengkaji pengembangan media surat kabar jawa pos menghadapi bisnis media di era digital

### **1.4 Manfaat Penelitian**

#### 1. Manfaat Teoritis

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi bagi pengembangan kajian pada ilmu komunikasi dan menjadi tambahan referensi khususnya pada kajian pengembangan media.

#### 2. Manfaat Praktis

##### a. Bagi Mahasiswa

untuk penulisan penelitian baik skripsi atau karya ilmiah lainnya, khususnya tentang pengembangan media cetak menghadapi bisnis media di era digital

##### b. Bagi Peneliti

Meningkatkan kemampuan dan pemahaman penulis mengenai pengembangan media cetak dalam bisnis media di era digital

### **1.5 Definisi Konsep**

Definisi konsep adalah pemaknaan dari konsep yang digunakan, sehingga memudahkan peneliti dalam mengoperasikan konsep tersebut di lapangan

(Singarimbun dan effendi, 2001:121).

### **1.5.1 Pengembangan**

Pengembangan adalah proses yang menciptakan pertumbuhan, kemajuan, perubahan positif atau penambahan komponen fisik, ekonomi, lingkungan, sosial dan demografis. Tujuan pengembangan adalah peningkatan tingkat dan kualitas hidup penduduk, dan penciptaan atau perluasan pendapatan daerah setempat dan peluang kerja, tanpa merusak sumber daya lingkungan.

Selama bertahun-tahun, para profesional dan berbagai peneliti mengembangkan sejumlah definisi dan penekanan untuk istilah “*pengembangan*“. Amartya Sen, misalnya, mengembangkan “pendekatan kemampuan” yang mendefinisikan pembangunan sebagai alat yang memungkinkan orang untuk mencapai tingkat tertinggi dari kemampuan mereka.

Sebaliknya, para profesional seperti Jeffrey Sachs dan Paul Collier berfokus pada mekanisme yang mencegah atau menekan pengembangan di berbagai negara, dan menyebabkan mereka berlama-lama hidup dalam kemiskinan selama puluhan tahun. Ini adalah berbagai perangkap kemiskinan, termasuk perang saudara, sumber daya alam, dan kemiskinan itu sendiri.

Identifikasi jebakan ini memungkinkan berkaitan dengan kondisi politik – ekonomi – sosial di suatu negara dalam upaya untuk memajukan pembangunan.

Salah satu penekanan dalam karya Jeffrey Sacks adalah promosi pembangunan berkelanjutan, yang percaya pada pertumbuhan dan pembangunan dalam rangka meningkatkan standar hidup bagi warga dunia saat ini, melalui berkaitan dengan kebutuhan sumber daya lingkungan dan generasi mendatang. (pinhomeblog,2019)

### **1.5.2 Media**

Media merupakan sebuah kata yang berasal dari bahasa Latin sekaligus memiliki bentuk jamak atau sering disebut dengan medium. Sementara itu, kata media secara harfiah memiliki arti perantara. Dalam hal ini, perantara yang dimaksud adalah adanya perantara antara sumber informasi atau pesan (a source) dan adanya penerima pesan atau informasi (a receiver). Maka dari itu, sering sekali kita melihat media yang ada di kehidupan sehari-hari, seperti koran, artikel online, film, televisi, dan masih banyak lagi.

Dengan kehadiran media di dunia ini, maka seseorang akan mudah terbantuan, sehingga segala sesuatu yang sedang dilakukan

akan mudah terselesaikan. Bahkan, media ini bisa mengurangi terjadinya kesalahpahaman antara pemberi informasi atau penerima informasi. Selain itu, media bisa dimanfaatkan untuk kita belajar, semakin banyak kita belajar semakin bertambah pengetahuan dan wawasan yang dimiliki oleh seseorang.

Seiring dengan perkembangan zaman, media mengalami perkembangan juga, yang tadinya media hanya dalam bentuk kertas saja, sekarang media sudah bisa diakses melalui alat elektronik, seperti handphone, computer, laptop, dan sebagainya. Kemudahan akses untuk memperoleh media seharusnya dimanfaatkan dengan bijak supaya seseorang atau kelompok tidak ketinggalan informasi.

Selain itu, di dalam dunia pendidikan pasti akan terjadi komunikasi antara peserta didik dengan guru atau pengajar dan sering dikenal dengan istilah media pembelajaran. Sudah menjadi sangat umum kalau informasi berupa ilmu pengetahuan yang ada pada dunia pendidikan harus diberikan dengan maksimal agar peserta didik dapat menerima ilmu pengetahuan dan wawasannya bertambah.

Dengan adanya media pembelajaran pada saat melakukan aktivitas belajar mengajar, maka komunikasi antara guru dengan peserta didik akan terjalin lebih harmonis dan mereka bisa saling

memahami dengan setiap informasi yang diberikan. Jadi, bagi para guru sebaiknya pilihlah media pembelajaran yang sangat sesuai dengan karakteristik peserta didik.

Rasanya belum lengkap kalau membahas pengertian media, tetapi tidak langsung dari Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI). Dalam KBBI, media adalah alat (sarana) komunikasi seperti koran, majalah, radio, televises, film, poster, dan spanduk (gramediablog,2021)

### **1.5.3 Surat Kabar**

Koran (dari bahasa Belanda: Krant, dari bahasa Prancis courant) atau surat kabar adalah suatu penerbitan yang ringan dan mudah dibuang, biasanya dicetak pada kertas berbiaya rendah yang disebut kertas koran, yang berisi berita-berita terkini dalam berbagai topik. Topiknya bisa berupa even politik, kriminalitas, olahraga, tajuk rencana, cuaca. Surat kabar juga biasa berisi karikatur yang biasanya dijadikan bahan sindiran lewat gambar berkenaan dengan masalah-masalah tertentu, komik, TTS dan hiburan lainnya (wiki,2021)

### **1.5.4 Jawa Pos**

Jawa Pos adalah surat kabar harian yang berpusat di Surabaya, Jawa Timur. Jawa Pos merupakan salah satu perusahaan media tertua di Jawa Timur yang masih beroperasi, dan merupakan surat kabar

dengan oplah terbesar di Indonesia dengan sirkulasi rata-rata mencapai 842.000 per hari menurut Nielsen Consumer & Media View (CMV)

Surat Kabar Jawa Pos juga terbit dalam bentuk daring di alamat [www.jawapos.com](http://www.jawapos.com) yang dikelola oleh PT. Jawa Pos Grup Multimedia. Selain itu, ada e-paper Jawa Pos yang berisi konten surat kabar harian Jawa Pos dalam bentuk teks, gambar, dan format koran. (wiki,2022)

### **1.5.5 Era Digital**

Era digital merupakan suatu masa di mana sebagian besar masyarakat pada era tersebut menggunakan sistem digital dalam kehidupan sehari-harinya.

## **1.6 Metode Penelitian**

Metode yang digunakan penulis pada penelitian ini adalah kualitatif dengan analisa deskriptif. Penelitian kualitatif digunakan untuk memahami fenomena yang sedang terjadi secara alamiah (natural) dalam keadaan keadaan yang sedang terjadi secara alamiah.

### **1.6.1 Objek Penelitian**

Penelitian ini berhubungan dengan media cetak Jawa Pos dan beberapa platform atau portal online yang digunakan Jawa Pos Grup seperti website

www.jawapos.com , Instagram : Jawa Pos, Twitter : @Jawapos, Halaman Facebook : Jawa Pos, Youtube : JawaPos TV dan aplikasi : JawaPos.com dan Koran Jawa Pos Digital Serta beberapa hasil pengembangan dari jawa pos

### **1.6.2 Unit Analisis**

Unit analisis dalam penelitian ini adalah menganalisis pengembangan media koran jawa pos dalam menghadapi bisnis media di era digital

### **1.6.3 Fokus Penelitian**

Fokus penelitian yang ingin dicapai yaitu konsep baru berita yang disampaikan melalui portal online dan hasil riset dari media cetak Jawa Pos

### **1.6.4 Sumber Informasi**

Analisis data dan riset dari portal berita, platform online dan social media Jawa pos.

### **1.6.5 Teknik Pengumpulan Data**

Peneliti menggunakan teknik pengumpulan data untuk penelitian ini menggunakan metode dokumentasi. Dokumentasi Peneliti melakukan pencarian melalui data dan informasi yang relevan dengan permasalahan

penelitian dari akun portal online Jawa Pos Grup, buku-buku, jurnal terdahulu yang berhubungan dengan penelitian.

#### **1.6.6 Teknik Analisis data**

Dalam penelitian ini, analisis data dapat memberikan makna yang kontroversial. Selain itu juga memberikan pemahaman terhadap data untuk menemukan makna, interpretasi, dan kesimpulan dari keseluruhan data penelitian (Ibrahim, 2015:103). Data diambil dari riset dan sumber yang relevan serta Analisa di porta online dan platform online media koran jawa pos.

**BAB II**  
**TINJAUAN PUSTAKA**

**2.1. Penelitian Terdahulu**

**TABEL 2. 1 PENELITIAN TERDAHULU**

<b>No</b>	<b>Nama Peneliti</b>	<b>Judul Penelitian</b>	<b>Kesimpulan</b>
1.	NURRAHMAH, 2017, Universitas Islam Negri Alauddin, Makasar	Konvergensi dari media konvensional ke media online (Studi pada Harian Ujungpandang Ekspres)	Surat kabar digital atau disebut e-paper Harian Ujungpandang Ekspres merupakan perubahan surat kabar dari bentuk surat kabar cetak ke digital tanpa melewati proses percetakan, tapi file desain surat kabar tersebut langsung melewati proses pemadatan bentuk atau pengecilan kapasitas menggunakan aplikasi edit

			<p>adobe photoshop agar bisa diterbitkan melalui website bersama berita-berita realtime yang dimiliki Harian Ujungpandang Ekspres. Sehingga bisa dibaca melalui komputer, smartphone, Iphone, tablet dan media digital lainnya.</p>
2.	Yelmi Rahayu (2021), UIN Suska Riau.	<p>Konvergensi Media Harian Riau Pos Dalam Menghadapi Persaingan di Era Digital</p>	<p>Riau Pos melakukan konvergensi media dengan menghadirkan surat kabar digital, mendirikan portal online, lalu membuat platform digital, dan saat ini tengah mempersiapkan radio digital. Riau Pos melakukan konvergensi</p>

			<p>media merupakan salah satu upaya mempertahankan eksistensi, serta sebagai strategi bisnis yang dilakukan dalam rangka menghadapi perkembangan dan persaingan di era digital. Dimana perkembangan dan persaingan ini terasa semakin kompleks dan dinamis.</p>
3.	<p>Kgs Abdussalam, (2021) UIN Raden Fatah Palembang</p>	<p><b>KONVERGENSI SEBAGAI SARANA BERTAHAN MEDIA MASSA</b> (Studi Pada Media Cetak Tribun Sumsel)</p>	<p>Berdasarkan hasil analisis penelitian pada Tribun Sumsel. Peneliti menemukan beberapa strategi konvergensi media yang diterapkan Tribun Sumsel</p>

			<p>dengan menggunakan teori SWOT. Yang pertama hasil analisis SWOT menyebutkan bahwa Tribun Sumsel Berada pada posisi kuadran I yang mana menunjukkan bahwa Tribun Sumsel kuat dan berpeluang, Rekomendasi strategi yang diberikan adalah Agresif, artinya Tribun Sumsel dalam kondisi prima dan kuat sehingga sangat dimungkinkan untuk terus melakukan ekspansi serta memperbesar pertumbuhan dan meraih kemajuan secara</p>
--	--	--	--

			maksimal. Perusahaan mempunyai peluang dan kekuatan.
4	Thahira, (2018) Dakwah Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Palopo	MEDIA CETAK DI TENGAH PERKEMBANGAN MEDIA DIGITAL DI KOTA PALOPO ( STUDI KASUS KORAN CETAK SERU!YA)	Berdasarkan hasil analisis peneliti masyarakat lebih menyukai media koran dalam bentuk digital karna banyak hal yang di butuhkan masyarakat lebih tersedia di media digital. Seperti informasi lebih cepat, penggunaan mudah dan lain-lain

## 2.2. Kerangka Konseptual

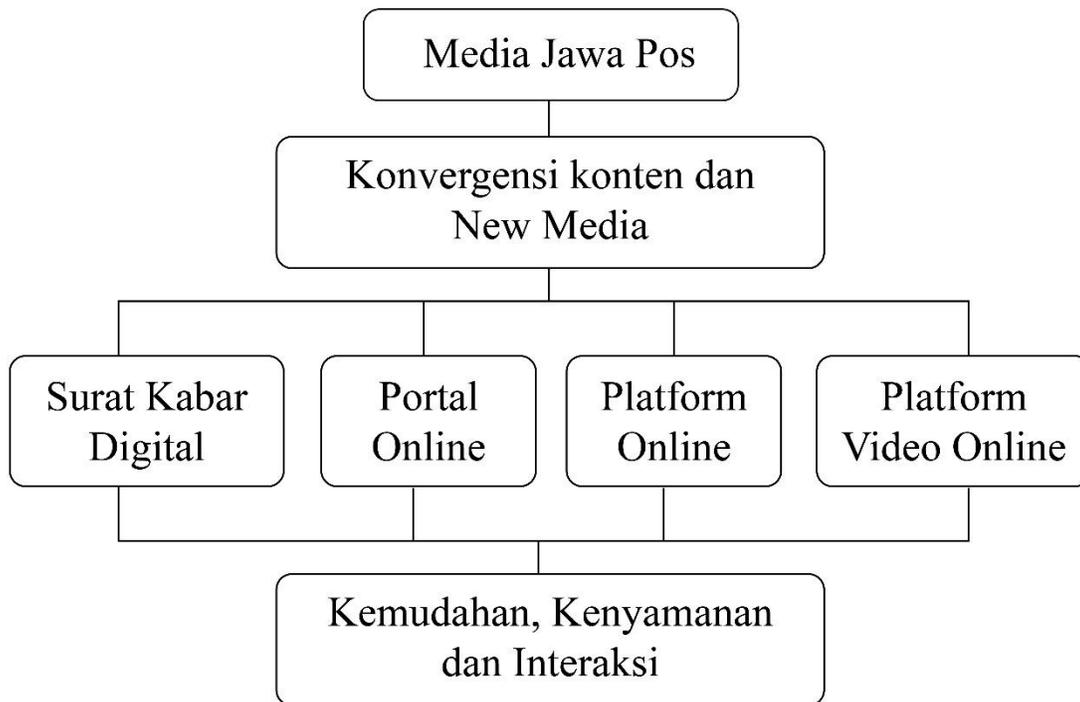


DIAGRAM 2. 1 KERANGKA KONSEPTUAL

## 2.3. Landasan Teori

### 2.3.1 Pengembangan Media

#### A. Konsep Pengembangan Media

Dalam perkembangan media, kata konvergensi menjadi salah satu kata kunci yang menunjukkan perilaku dimana banyak perusahaan media

besar menggunakan berbagai saluran penyampai pesan seperti surat kabar, televisi, situs online, radio, dan lain sebagainya lewat saluran telekomunikasi seperti telepon seluler. Pesatnya perkembangan teknologi di bidang teknologi informasi kemudian memicu perubahan besar ke arah teknologi digital. Munculnya digitalisasi menyebabkan semua konten media cetak dan elektronik dapat digabungkan dan di distribusikan. Pada muaranya, perkembangan di bidang teknologi informasi ini menyebabkan terjadinya konvergensi.

Dalam Kamus Besar Bahasa Indonesia, konvergensi berarti keadaan menuju satu titik pertemuan, atau memusat. Lalu secara harfiah, konvergensi memiliki arti yakni dua benda atau lebih yang bertemu atau bersatu di suatu titik pemusatan pandangan mata ke suatu tempat yang amat dekat. Konvergensi merupakan perubahan radikal dalam penanganan, penyediaan, distribusi, dan pemrosesan seluruh bentuk informasi baik visual, audio, data, dan sebagainya. Konvergensi yakni bergabungnya media telekomunikasi tradisional dengan internet sekaligus. Dapat dimaknai bahwa konvergensi berarti meleburkan batasan antar teknologi komunikasi konvensional dan teknologi komunikasi modern sehingga menyatu agar bekerja lebih optimal dan dapat mencapai tujuannya. Kunci dari konvergensi adalah digitalisasi, karena seluruh bentuk informasi maupun data diubah dari format analog ke

format digital sehingga dikirim kedalam satuan bit (binary digit). Pendiri Microsoft, Bil Gates mengatakan bahwa konvergensi tidak akan terjadi sampai anda memiliki segala sesuatu dalam bentuk digital yaitu ketika konsumen dapat dengan mudah menemukanya pada semua bentuk peralatan yang berbeda. Konvergensi memang merupakan suatu fenomena yang tidak khas di Indonesia, tetapi menjadi salah satu tren yang terjadi secara global. Industri media berkembang dengan pesat, dan industri ini masuk kedalam lingkungan kompetisi yang sangat sengit. Industri surat kabar, media online, televisi, buku atau percetakan, radio dan lain sebagainya adalah industri yang menjadi bagian dalam industri media yang perlahan-lahan menyatukan diri

Teori konvergensi media yang diteliti oleh Hendry Jenkins pada tahun 2006, menyatakan bahwa konvergensi media merupakan proses yang terjadi sesuai dengan perkembangan budaya masyarakat. Konvergensi media membutuhkan perubahan antara sesama pemangku kepentingan dalam sektor media, yakni: industri, audiens, dan pasar. Dengan kata lain, konvergensi media mengubah dua aspek utama media: (i) bagaimana media beroperasi (secara rasional), dan (ii) bagaimana konsumen media mengakses Konvergensi media yang dikembangkan Jenkins menjelaskan bahwa adanya penggabungan atau menyatunya saluran-saluran keluar (outlet) komunikasi massa seperti media cetak, radio, televisi, internet, bersama dengan teknologi-

teknologi portable dan interaktifnya melalui berbagai platform presentasi digital. Dalam arti yang lebih singkat konvergensi media adalah bergabungnya berbagai jenis media yang sebelumnya dianggap terpisah dan berbeda seperti surat kabar, televisi, radio, komputer kedalam sebuah media tunggal.

Transformasi media cetak kearah konvergensi dapat mengadopsi jenis konvergensi jurnalistik yang dikemukakan oleh Grant. Konvergensi jurnalistik mensyaratkan perubahan cara berpikir media tentang berita dan peliputannya. Bagaimana media memproduksi berita, dan bagaimana media menyampaikan berita kepada khalayaknya. Menurut Grant dalam buku *Understanding Media Convergence*, terdapat tiga model konvergensi dalam jurnalistik. Yakni konvergensi news room, konvergensi news gathering, dan konvergensi content.

**1. Konvergensi Newsroom.** Dalam konvergensi ini jurnalis yang berbeda platform, misalnya dari surat kabar, online, dan televisi menyatukan dirinya dalam satu ruang produksi berita. Mereka mengerjakan tugas sesuai dengan platform medianya.

**2. Konvergensi Newsgathering.** Dalam menjalankan model ini, seorang jurnalis dituntut untuk mampu mencapai tingkatan multitasking. Dengan melalui pelatihan atau training khusus, seorang jurnalis dituntut untuk dapat

melakukan pekerjaan yang dilakukan oleh media dengan platform lain dalam satu grup. Misalnya, seorang wartawan cetak harus mampu membuat berita untuk cetak, online, dan sekaligus untuk televisi. Selain itu juga dituntut untuk mengambil foto atau video.

**3. Konvergensi Content.** Berita akhirnya disuguhkan dalam bentuk multimedia, yang merupakan kombinasi antara teks, gambar, audio, video, blog, podcast, atau slide show. Pilihannya terus berkembang. Saat ini konvergensi isi atau konten masih sangat muda atau baru dimulai. Namun, kita dapat mengintip masa depan melalui website yang inovatif. Bayangkan beberapa tahun ke depan medium hybrid baru mengkombinasikan antara audio dan video tv, sifat responsif dan sumber dari website, kemudahan dibawa dan kualitas cetak dari koran. Editor dan reporter akan menjadi konten produser yang dilatih untuk memilih cerita mana yang paling efektif, teknik yang paling menghibur dari menu biasa hingga pilihan multimedia.

## **B. Teori Media Baru (New Media)**

Dengan perkembangan teknologi komunikasi yang terus berkembang, mendorong munculnya media yang berbasis online dan didukung dengan sarana yang memadai ini menjadi awal dari muncul karakteristik media baru

seperti digital. Dalam digital, semua input data diubah ke dalam bentuk angka-angka.

Jika kita masuk kedalam ranah komunikasi, data yang dimaksud adalah tampilan gambar, suara, representasi data yang dimana semua dimasukkan atau di input dalam bentuk angka dan diolah menjadi output dalam bentuk online, digital disk, atau memori drive yang kemudian di salurkan ataupun di tampilkan melalui layar lalu diserbar luaskan melalui jaringan telekomunikasi maupun di cetak dalam bentuk hardcopy. Seperti yang telah dikemukakan oleh Martin Lister bahwa Inilah yang menjadi perbedaan mencolok antara media digital dengan analog.

Salah satunya diawali dengan kemunculan media baru (new media). Teori media baru merupakan teori yang muncul diakibatkan kemunculan media yang memungkinkan manusia untuk berinteraksi tanpa menggunakan media konvensional. Dalam teori media baru terdapat dua pandangan yaitu mengenai pandangan interaksi sosial yang membedakan media menurut kedekatannya dengan interaksi sosial.

Menurut Lievrouw, Media baru (new media) didefinisikan sebagai media yang didalamnya terdiri dari gabungan berbagai elemen yang berarti terdapat konvergensi media di dalamnya, dimana beberapa media dijadikan

satu. Sedangkan Menurut Everett M. Rogers merangkum perkembangan media komunikasi ke dalam empat era.

Pertama, era komunikasi tulisan, kedua era komunikasi cetak, ketiga, era telekomunikasi, dan keempat era komunikasi interaktif. Media baru masuk ke salah satu media diatas yaitu pada bagian media interaktif yang dimana pada media baru sudah memunculkan begitu banyaknya cara dalam berkomunikasi dengan orang lain walaupun dengan jarak yang jauh. hal ini pun didukung oleh Mondry yang mengatakan bahwa media yang menggunakan internet, media online berbasis teknologi, berkarakter fleksibel, berpotensi interaktif dan berfungsi secara privat maupun publik.<sup>50</sup>

Jika pada masa sebelum hadirnya internet, pilihan produk yang dapat dikonsumsi oleh masyarakat sangat terbatas karena hanya produk populerlah yang hanya akan dipasarkan, namun kini dengan kehadiran teknologi digital internet semua produk yang dari populer maupun tidak populer dapat diakses melalui berbagai situs yang ada di internet.

Sebagai contoh sebelum kehadiran teknologi komunikasi dan informasi yaitu internet dalam bentuk digital informasi yang biasa didapatkan hanya di wilayah tempat domisili masyarakat itu saja, tetapi kehadiran teknologi baru tersebut masyarakat kini dapat mendapatkan informasi-informasi dari berbagai daerah bahkan hingga ke pelosok dunia

### **2.3.2 Era Digital**

Perkembangan teknologi ke arah serba digital saat ini semakin pesat. Pada era digital seperti ini, manusia secara umum memiliki gaya hidup baru yang tidak bisa dilepaskan dari perangkat yang serba elektronik. Teknologi menjadi alat yang mampu membantu Sebagian besar kebutuhan manusia. Teknologi telah dapat digunakan oleh manusia untuk mempermudah melakukan apapun tugas dan pekerjaan. Peran penting teknologi inilah yang membawa peradaban manusia memasuki era digital.

Era digital telah membawa berbagai perubahan yang baik sebagai dampak positif yang bisa gunakan sebaik-baiknya. Namun dalam waktu yang bersamaan, era digital juga membawa banyak dampak negatif, sehingga menjadi tantangan baru dalam kehidupan manusia di era digital ini. Tantangan pada era digital telah pula masuk ke dalam berbagai bidang seperti politik, ekonomi, sosial budaya, pertahanan, keamanan, dan teknologi informasi itu sendiri.

Era digital terlahir dengan kemunculan digital, jaringan internet khususnya teknologi informasi komputer. Media baru era digital memiliki karakteristik dapat dimanipulasi, bersifat jaringan atau internet. Media massa beralih ke media baru atau internet karena ada pergeseran budaya dalam

sebuah penyampaian informasi. Kemampuan media era digital ini lebih memudahkan masyarakat dalam menerima informasi lebih cepat. Dengan media internet membuat media massa berbondong-bondong pindah haluan. Semakin canggihnya teknologi digital masa kini membuat perubahan besar terhadap dunia, lahirnya berbagai macam teknologi digital yang semakin maju telah banyak bermunculan. Berbagai kalangan telah dimudahkan dalam mengakses suatu informasi melalui banyak cara, serta dapat menikmati fasilitas dari teknologi digital dengan bebas dan terkendali.

Era digital juga membuat ranah privasi orang seolah-olah hilang. Data pribadi yang terekam di dalam otak komputer membuat penghuni internet mudah dilacak, baik dari segi kebiasaan berselancar atau hobi. Era digital bukan persoalan siap atau tidak dan bukan pula suatu opsi namun sudah merupakan suatu konsekuensi. Teknologi akan terus bergerak ibarat arus laut yang terus berjalan ditengah-tengah kehidupan manusia. Maka tidak ada pilihan lain selain menguasai dan mengendalikan teknologi dengan baik dan benar agar memberi manfaat yang sebesarbesarnya.

Era digital ini erat kaitannya dengan media. Dimana media yang ingin di bahas adalah media digital dan media cetak. Adapaun kelebihan dan kekurangan dari masing masing media.

#### **a. Media Digital**

### **(Kelebihan)**

Mengakses bacaan lewat media digital secara online memang lebih mudah, praktis, cepat, efektif dan efisien. Hampir semua jenis bacaan apapun dapat diperoleh sesuai dengan keinginan dalam hitungan menit bahkan detik saja. Apalagi dalam memenuhi kebutuhan pendidikan seperti mencari materi-materi pembelajaran dan perkuliahan dalam bentuk e-book, jurnal-jurnal ilmiah dan lainnya.

Dampak dari itu, hampir semua perpustakaan dan toko-toko buku menjadi sepi saat ini karena memang masyarakat tidak perlu lagi mengeluarkan biaya transportasi untuk pergi ke perpustakaan dan tidak perlu mengeluarkan banyak biaya untuk membeli buku di toko buku (beli hanya jika benar-benar diperlukan).

Selain itu juga, kelebihan memperoleh bahan bacaan menggunakan gawai yaitu bahan bacaan seberapa banyakpun bisa diunduh atau didownload dan disimpan dalam memori sesuai dengan kapasitas penyimpanannya dan bisa dibuka filenya kapan saja dan dimana saja secara praktis dibanding dengan harus membawa banyak buku yang berat dan lebih ribet jika dibawa kemana-mana.

Bukan hanya itu, banyak berita dan informasi apapun secara luas baik di dalam maupun luar negeri bisa diakses menggunakan media gawai/labtop secara cepat dan dengan biaya (pulsa data) yang relatif lebih murah/lebih efisien.

Intinya bahwa sebuah gawai yang kecil yang disimpan di kantong saku, di dalamnya telah memuat memori/media penyimpanan data dan informasi yang banyak sehingga lebih efektif, mudah dan gampang untuk dibawa kemana saja dan bisa dibuka dengan mudah kapan saja. Dengan gawai yang kecil bisa dipakai untuk melihat dunia secara luas.

Itulah peran besar dan kontribusi teknologi sekaligus kelebihan peran media digital untuk memfasilitasi kebutuhan segala jenis informasi dan bacaan bagi masyarakat.

**(Kekurangan)**

Dapat dilihat bahwa cukup banyak peran media digital dalam menyajikan banyak informasi dan kemudahan mengaksesnya untuk memenuhi/memfasilitasi minat baca masyarakat seperti yang dibahas di atas, namun secanggih-canggihnya media tersebut, ada pula sisi kekurangannya ketika mengakses dan membaca bahan bacaan dan informasi-informasi melalui gawai atau labtop baik secara online maupun offline.

**Pertama,** media yang digunakan tersebut (gawai/labtop) merupakan perangkat elektronik yang membutuhkan daya listrik sehingga perlu dipenuhi sumber daya energinya sesuai dengan kebutuhan. Penggunaan media elektronik bergantung kepada daya listrik. Tantangannya adalah ketika pengguna berada dalam lingkungan maupun keadaan yang tidak bisa memenuhi kebutuhan daya namun membutuhkan akses terhadap perangkat tersebut.

**Kedua,** terhubung dengan internet untuk mengakses bacaan dan informasi secara online bergantung pada jaringan internet atau pulsa paket data internet, walaupun bacaan lain bisa dibaca secara offline.

**Ketiga,** data-data dan informasi (bahan bacaan) yang banyak tersimpan di memori walaupun dimuat dalam perangkat yang lebih kecil sehingga lebih praktis untuk digunakan namun ada resiko besar dan dampak fatal yang akan dihadapi. Masalahnya apabila perangkat penyimpanan (memori) tersebut rusak, terformat atau hilang maka selesai sudah dan lenyaplah sudah...oleh karena itu perlu dijaga dan perlu ada maintenance secara baik dan tepat.

**Keempat,** membaca secara rutin dilayar gawai atau labtop akan mempengaruhi kesehatan mata. Banyak penelitian yang telah membuktikan bahwa cahaya/sinar dari layar media digital dapat mempengaruhi kesehatan

mata sehingga menyebabkan mata minus dan masalah mata lainnya jika cara penggunaan media digital tidak digunakan secara bijak.

**Kelima**, kaum generasi milenial atau generasi Z dibesarkan oleh apa yang tersaji di layar kaca dan layar digital sehingga mereka berpikir dan membaca dengan menggunakan logika dan cara yang berbeda dengan generasi pendahulunya. Salah satu perilaku membaca masa kini yang diyakini oleh para peneliti adalah kebiasaan membaca teks-teks pendek dan kemampuan multytasking saat membaca menggunakan media digital. Pembaca di era digital jarang berfokus pada satu bacaan dalam jangka waktu yang lama. Mereka beralih perhatian dan fokus dari bacaan yang satu ke bacaan yang lainnya, kepada surel (surat elektronik), kegiatan surfing dan komunikasi di media sosial. Apabila membaca informasi atau bacaan lain secara online maka konsentrasi terhadap bacaan bisa terganggu atau fokus bisa teralihkan dari bacaan oleh karena iklan-iklan yang banyak muncul saat online.

Saat membaca di media digital juga khususnya pada gawai maka gangguan-gangguan kecil seperti panggilan masuk, notice dari berbagai akun social media juga mengganggu konsentrasi. Bukan hanya itu, pengguna bisa lebih tergoda untuk main game, chat atau terpengaruh untuk melakukan hal lain dengan gawainya dari pada harus fokus pada bacaan.

Jenis teks dari cara membaca ini membuktikan berkurangnya rentan konsentrasi dan daya tahan membaca pada satu bacaan. Tujuan membaca akan semakin pragmatis. Padahal sebenarnya membaca bukan hanya sekedar membaca tapi harus memahami apa yang dibaca.

**Keenam,** membaca secara online di media sosial bisa saja gampang terpengaruh oleh informasi-informasi hoax. Pengguna bisa menjadi korban informasi hoax dan terbuai untuk ikut menyebar hoax.

**Ketujuh,** bahan bacaan yang tersedia di internet pembahasannya tidak selalu lengkap dan kurang mendalam. Hal ini menjadi masalah bagi para akademisi yang ingin memperdalam/mempelajari suatu bidang ilmu pengetahuan.

**Kedelapan,** ada penelitian yang mengatakan bahwa membaca bahan bacaan di gawai membuat para pembaca kurang banyak mengingat banyak hal yang telah dibaca sebelumnya. Hal ini disebabkan karena membaca dan dengan cara scroll halaman per halaman pada gawai dengan menggunakan jari mempengaruhi kinerja otak dalam mengingat hal-hal yang dibaca sebelumnya.

Berbeda dengan membaca buku yang halaman per halamannya bisa ditandai dan akan membuat pembaca lebih cepat mengingat bacaan pada

bab, sub bab, topik pada halaman sebelum-sebelumnya yang bisa lebih gampang dibuka.

## **b. Media Cetak**

### **(Kelebihan)**

**Pertama**, membaca pada media cetak lebih membuat mata lebih nyaman dan lebih kecil risiko dampak buruk terhadap kesehatan mata dibanding dengan sinar pada layar gawai.

**Kedua**, pembahasan suatu topik dalam buku lebih mendalam, spesifik dan lebih jelas.

**Ketiga**, kapabilitas redaksi dalam menyajikan berita-berita yang disajikan di koran, majalah, dll lebih terpercaya dan bebas dari hoax.

**Keempat**, kualitas sebuah buku tidak perlu dikhawatirkan dan diragukan karena sudah melewati berbagai tahapan pengoreksian, penyuntingan dan editing.

**Kelima**, membaca pada media cetak lebih membuat konsentrasi dan fokus hanya pada bacaan sehingga kemampuan untuk memahami bacaan lebih mendalam.

**Keenam**, para pembaca bisa menggunakan alat tulis untuk menandai bacaan dan membuat catatan pada setiap halaman buku sesuai dengan keinginan. Hal inilah yang membuat pembaca lebih mengingat setiap bacaan

pada halaman sebelumnya karena telah diberi tanda-tanda penting yang mampu membuat respon dari otak untuk lebih cepat dan mudah mengingat.

**Ketujuh,** buku-buku lebih mudah dijaga secara fisik dan memiliki resiko yang lebih kecil dimana buku-buku tersebut hilang atau rusak semuanya sekaligus (buku yang banyak di perpustakaan) dibanding dengan pada media digital yang data-datanya disimpan memori penyimpanan yang rusak, hilang dan terformat/terhapus secara permanen sekaligus.

**(Kekurangan)**

Membaca pada media cetak mungkin hampir tidak memiliki kekurangan sama sekali. Yang menjadi kekurangan mungkin pada efisiensi dan efektifitas perawatan, penyimpanan buku-buku dan bagaimana mendapatkan buku-buku.

**Pertama,** membutuhkan biaya lebih besar untuk membeli buku dan biaya transportasi untuk menjangkau buku-buku di toko buku khususnya di pedesaan/ daerah yang jauh dari toko buku.

**Kedua,** lebih ribet dan kurang efektif untuk dibawa kemana-mana karena lebih memiliki bobot yang cukup berat jika ingin membaca banyak buku. Selain itu juga akan lebih membutuhkan banyak waktu dan tenaga dalam perawatannya jika jumlah buku yang relatif banyak

**BAB III**  
**GAMBARAN UMUM**

**3.1. Profil Jawa Pos**

# Jawa Pos

**Gambar 3.1 Logo Jawa Pos**

JawaPos.com merupakan bagian dari Jawa Pos Grup, jaringan media terbesar di Indonesia. Dengan lebih dari 200 media tersebar di seluruh Indonesia, dari Sabang sampai Merauke, Jawa Pos Grup berhasil menjadi penyedia informasi terlengkap, terdepan, dan terpercaya di Tanah Air.

Bermula dari sebuah koran kecil di Surabaya yang didirikan pada 1 Juli 1949, bisnis Jawa Pos kini sudah merambah media televisi, event dan digital. Jawa Pos memasuki bisnis digital pada 2014 dengan menghadirkan JawaPos.com. Dalam perkembangannya yang relatif singkat, pada 2016 JawaPos.com mulai menyediakan beragam fitur online dalam format multi-media (teks, foto, dan video) dan multi-platform (website, mobile site, dan mobile app).

Seiring dengan makin meluasnya penggunaan Internet di Indonesia, pada 2017, Jawa Pos mempersembahkan The New and Improved JawaPos.com. Flawless and clean

design menyajikan pengalaman membaca kelas dunia. Rubrikasi berita yang beragam, berisi artikel – artikel berita cerdas dan mendalam. Serta didukung strategi marketing inovatif dan terintegrasi. JawaPos.com hadir dengan konsep megaportal – portal berita, portal e-commerce (Iklan Jitu), portal events JP Sportainment, dan portal interaktif Jawa Pos.

**JawaPos.com hadir untuk Indonesia. Jadilah bagian era baru digital bersama JawaPos.com!**

**Nama Perusahaan** : Jawa Pos *PT. Jawa Pos Grup Multimedia*

**Alamat Redaksi** : Gedung Graha Pena Lt.10, Jalan Kebayoran Lama 12, Jakarta Selatan, 12210, DKI Jakarta, Indonesia

**Telepon Redaksi** : 021-53699659 (hunting)

**Fax** : 021-5349207

**Email** : [info@jawapos.com](mailto:info@jawapos.com)

**Kontak dan Alamat** :

Telepon Redaksi: 031-8202240

Fax: 031-8285555

Telepon Iklan: 031-8202254

Fax: 031-8294573

E-Mail: [iklan@jawapos.co.id](mailto:iklan@jawapos.co.id)

Telepon Pemasaran: 031-8202000

Fax: 031-8250009

Perwakilan Jakarta: Gedung Graha Pena, Jl Kebayoran Lama 12, Jakarta Selatan

Telepon: 021-53699500

Fax: 021-5349207

E-Mail: [editor@jawapos.co.id](mailto:editor@jawapos.co.id)

### **3.1.1 Koran Jawa Pos**

Jawa Pos adalah surat kabar harian yang berpusat di Surabaya, Jawa Timur. Jawa Pos merupakan harian terbesar di Jawa Timur, dan merupakan salah satu harian dengan oplah terbesar di Indonesia. Sirkulasi Jawa Pos menyebar di seluruh Jawa Timur, Bali, dan sebagian Jawa Tengah dan DI Yogyakarta. Jawa Pos mengklaim sebagai "Harian Nasional yang Terbit dari Surabaya". PT. Jawa Pos didirikan oleh The Chung Shen pada 1 Juli 1949 dengan nama Djawa Post. Saat itu The Chung Shen hanyalah seorang pegawai bagian iklan sebuah bioskop di Surabaya. Karena setiap hari dia harus memasang iklan bioskop di surat kabar, lama-lama ia tertarik untuk membuat surat kabar sendiri. Setelah sukses dengan Jawa Pos nya, The Chung Shen mendirikan pula Koran berbahasa Mandarin dan Belanda.

Jawa Pos merupakan Koran yang diterbitkan oleh sebuah perseroan dengan nama N.V. Perusahaan Penerbitan Java Post, didirikan pada 1 Juli 1949 oleh The Chung Sen (Suseno Tedjo). Pada kenyataannya ternyata bisnis The Chung Shen di bidang surat kabar tidak selamanya mulus. Pada akhir tahun 1970-an, omzet Jawa

Pos mengalami kemerosotan yang tajam hingga pada tahun 1982 tirasnya tinggal 6.800 eksemplar/hari. Pada tahun ini pula masuk manajemen baru dari kelompok TEMPO dibawah kepemimpinan Dahlan Iskan. Pada Tahun 1985, tiras Jawa Pos sudah mencapai 150.000 eksemplar/hari, hal ini karena suksesnya meliput kejatuhan presiden Marcos di Filipina. Jawa Pos kemudian berkembang cepat 44 kali tirasnya hingga sekarang mencapai 350.000 eksemplar/hari dengan anak perusahaan sebanyak 90 koran lebih di daerah daerah seluruh propinsi di Indonesia. Jawa Pos sekarang sudah menjadi salah satu kelompok industri media terbesar di Indonesia, dengan sumber daya karyawan sekitar 400 orang lebih dari berbagai disiplin ilmu serta mendirikan pabrik kertas koran dan percetakanpercetakan di daerah-daerah dengan dukungan teknologi komputer dan komunikasi, maka Jawa Pos adalah perusahaan yang sangat efisien dan asset Indonesia yang patut di perhitungkan.

Tahun 1982, oplahnya hanya tinggal 6.800 eksemplar saja. Korankorannya yang lain sudah lebih dulu pensiun. Ketika usianya menginjak 80 tahun, The Chung Shen akhirnya memutuskan untuk menjual Jawa Pos. Dia merasa tidak mampu lagi mengurus perusahaannya, sementara tiga orang anaknya lebih memilih tinggal di London, Inggris Pada tahun 1982, Eric FH Samola, waktu itu adalah Direktur Utama PT Grafiti Pers (penerbit majalah Tempo) mengambil alih

Jawa Pos. Dengan manajemen baru, Eric mengangkat Dahlan Iskan, yang sebelumnya adalah Kepala Biro Tempo di Surabaya untuk memimpin Jawa Pos. Eric Samola kemudian meninggal dunia pada tahun 2000. Dahlan Iskan adalah sosok

yang menjadikan PT. Jawa Pos yang waktu itu hampir mati dengan oplah 6.000 eksemplar, dalam waktu 5 tahun menjadi surat kabar dengan oplah 300.000 eksemplar (dokumen profil JawaPos).

### **3.1.2 Sejarah Koran Jawa Pos**

Jawa Pos sendiri pada awalnya didirikan oleh The Chung Sen (Soeseno Tedjo) pada 1 Juli 1949. Soeseno Tedjo sendiri, pada mulanya adalah seorang pebisnis yang bergerak di bidang perfilman. Untuk mendukung usahanya, dia menjalin hubungan baik dengan beberapa penerbitan pers yang ada di Jawa Timur. Sehingga akhirnya penciuman bisnisnya melihat bahwa berusaha di bidang media bisa menjadi lahan baru yang bisa menjadi simbiosis mutualisme dengan perusahaan filmnya selama ini.

Pada 1 Juli tersebut, Soeseno mendirikan PT. Perusahaan Penerbitan dan Percetakan Djawa Post Concern Limited. Perusahaan ini adalah yang pertama kali menerbitkan surat kabar harian Java Post yang merupakan cikal bakal kelahiran Jawa Pos. Nama Java Post sendiri, mengalami beberapa kali perubahan, seperti menjadi Java Post, JAVA POST, Djawa Post dan terakhir kali menjadi Jawa Pos hingga sekarang ini.

Pada tahun 1982, kepemilikan Jawa Pos ini berpindah pada PT. Grafitti yang merupakan penerbit majalah Tempo. Pada saat itu, Dahlan Iskan adalah orang yang ditugaskan untuk membenahi Jawa Pos secara keseluruhan. Baik dalam masalah

manajemen perusahaan hingga di bidang keredaksian. Di luar dugaan ternyata di tangan Dahlan Iskan ini, penerbitan Jawa Pos mampu menunjukkan perkembangan yang menggembirakan.

Seiring dengan perkembangan usia dan di tangan Dahlan Iskan itulah Jawa Pos berkembang secara pesat dengan menciptakan beberapa terobosan. Termasuk di antaranya adalah strategi membuat koran lokal untuk mendukung ekspansi Jawa Pos ke berbagai daerah di Indonesia. Dan pada tahun 2005, kepemimpinan Dahlan Iskan berpindah pada Azrul Ananda yang merupakan putra dari Dahlan Iskan.

Jawa Pos, Konglomerasi Media dari Timur

Selama ini, masyarakat Indonesia akan menyebut Kompas sebagai penguasa media massa di Indonesia. Jika ukuran lain yang berbeda dijadikan indikator, mungkin jawaban itu kurang tepat karena ada grup media lain yang besarnya tak kalah dari Kompas, yaitu Jawa Pos. Bayangkan, selain memiliki 80 anak usaha media cetak, mereka juga punya belasan tv lokal, percetakan, pabrik kertas koran, serta terakhir mendirikan perusahaan penyuplai tenaga listrik. Masalahnya, Jawa Pos tidak berada di pusat kekuasaan, melainkan di Surabaya, Jawa Timur.

### **1. Berawal dari Bioskop**

Jawa Pos berdiri setelah masa Agresi Militer Belanda di Indonesia, tepatnya pada 1 Juli 1949, oleh seorang pegawai bioskop di Surabaya, yaitu The Chung Shen.

Pekerjaan sehari-hari pendiri Jawa Pos ini hanyalah penempel iklan. Namun, dengan keberaniannya, hadirilah Jawa Pos dan mampu bertahan sampai akhir tahun 1970-an. Akibat persaingan dan tak ada penerus yang mengurus bisnis korannya, pada 1982 Shen menjual Jawa Pos kepada sesama pengusaha media, Eric Samola.

Dari sinilah kisah sukses Jawa Pos bermula. Samola menunjuk seorang wartawan muda Dahlan Iskan untuk memimpin Jawa Pos dalam kondisi kritis. Oplahnya hanya 6.000 eksemplar saja sehari. Jauh di bawah oplah normal di atas puluhan ribu eksemplar. Namun, dengan berbagai langkah dan strategi, Iskan sukses besar menjadikan Jawa Pos menyebarkan 300.000 eksemplar sehari, dalam waktu 5 tahun.

## **2. Tangan Dingin Dahlan Iskan**

Dahlan Iskan memang bertangan dingin dalam mengelola Jawa Pos. Dalam tempo belasan tahun kemudian, Jawa Pos menjadi gurita bisnis media massa. Anda mungkin pernah mendengar dan membaca koran dengan nama Radar, apakah itu di kota besar, sedang, atau kecil. Kalau kita iseng jalan-jalan ke Tangerang, maka Radar Tangerang akan menyapa. Begitu pula jika melancong ke Bogor, juga ada Radar Bogor. Ke mana pun Anda pergi di Pulau Jawa, pasti ada Radar di sana. Itulah salah satu hasil kerja cerdas Dahlan Iskan, dengan mengepung seluruh kota lewat harian Radar.

Kehebatan Dahlan baru mendapatkan pengakuan lebih ketika Jawa Pos merambah Jakarta pada awal tahun 2000 lewat Indo Pos dan Graha Pena. Indo Pos

merupakan koran Jawa Pos versi Jakarta Raya dan mendapatkan sambutan positif dari pembaca. Sedangkan Graha Pena adalah simbol konglomerasi Jawa Pos dalam bentuk gedung megah milik sendiri.

### **3. Terus Merajalela**

Tak hanya di situ Jawa Pos Group pun merambah usaha lain yang masih berkaitan dengan berita, hanya saja medianya yang berbeda, yaitu mendirikan beberapa stasiun TV lokal di hampir seluruh kota-kota besar di Indonesia, dan yang terakhir didirikan yaitu MKtv (Mahkamah Konstitusi televisi). MKtv ini berkantor di Gedung Mahkamah Konstitusi Jakarta dan khusus menyiarkan kegiatan lembaga tertinggi di bidang hukum tersebut.

Jawa Pos Group kembali menggebrak dengan membuka lini usaha baru di bidang yang jauh dari lini usaha utamanya, yaitu dengan mendirikan Independent Power Plant. Sebuah perusahaan pembangkit tenaga listrik. Proyek pertama mereka yang dimulai pada 2003 di kabupaten Gresik, sukses. Selanjutnya, perusahaan itu merambah ke Kalimantan dan menggandeng pemerintah Kalimantan Timur. Berkat kesuksesannya membangun tenaga listrik baru, bos Jawa Pos Dahlan Iskan sejak 2009 lalu, diangkat menjadi Direktur Utama PLN

### **3.1.3 Visi Misi Koran Jawa Pos**

#### **a. Visi**

“Menjadi perusahaan media cetak maupun online dunia yang dihormati disegani dan patut dicontoh.”

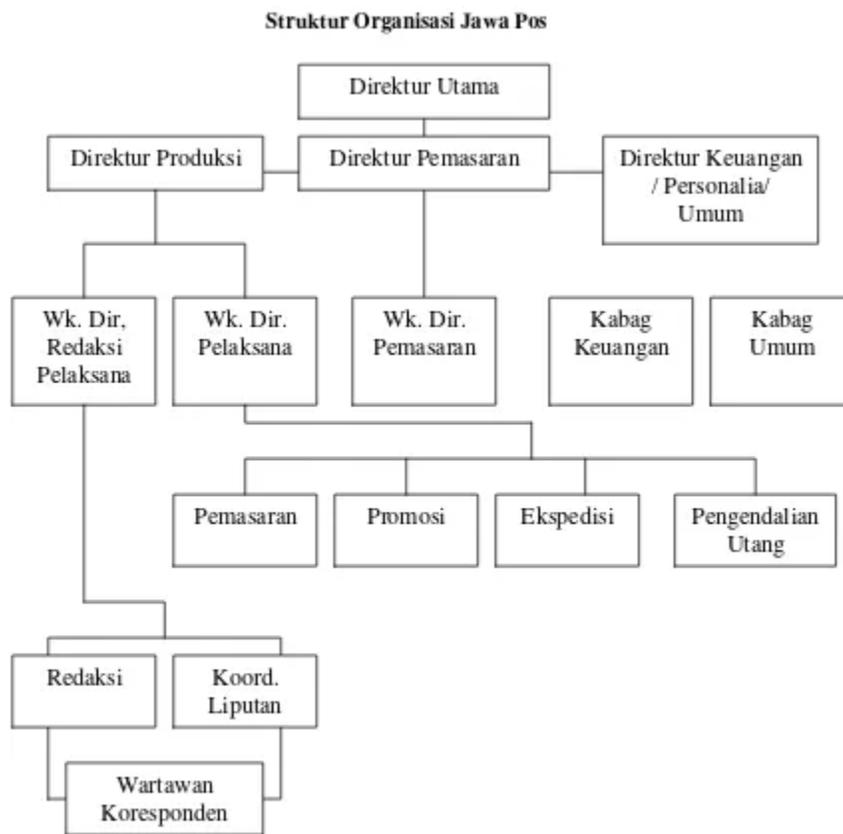
#### **b. Misi**

- Meningkatkan kesejahteraan bangsa melalui pemuasan pelanggan dan mencerdaskan bangsa dengan adanya informasi yang aktual.
- Menjadi bagian penting dalam mendukung perkembangan nasional melalui media.

Selain itu, Jawa Pos juga menjalankan motto “Berdasarkan Pancasila Mencerdaskan Bangsa”, media ini berharap bisa menjadi media sarana informasi yang dibutuhkan oleh masyarakat Indonesia. Untuk mewujudkan harapannya, Jawa Pos selalu berusaha untuk memenuhi kebutuhan masyarakat Indonesia itu berdasarkan sila-sila yang terkandung dalam Pancasila. Kebutuhan masyarakat akan informasi adalah sesuatu yang penting bagi Jawa Pos. Karena Jawa Pos beranggapan masyarakat Indonesia dapat mendapatkan haknya untuk menerima informasi dan terhindar dari bias informasi. Jika diambil dari contoh kasus pembunuhan Salim Kancil ini, dapat digambarkan dari sila ke-dua yaitu kemanusiaan yang adil dan beradap. Pembunuhan Salim ini merupakan peristiwa pelanggaran HAM yang tidak sesuai dengan sila Pancasila ketiga ini. Untuk itu Jawa Pos mempunyai tantangan untuk

menuliskan pemberitaan mengenai Salim dengan sudut pandang mereka agar bisa kembali mewujudkan keadilan seperti yang diharapkan oleh cita-cita bangsa Indonesia ini.

### 3.1.4 Struktur Redaksi Jawa Pos



Gambar 3.2 Struktur Organisasi Jawa Pos Secara singkat

Namun ada struktur redaksi secara detail dengan nama dan bagian tim.

**Pemimpin Redaksi/Penanggung Jawab:** Dhimas Ginanjar Satria Perdana

**Kepala Liputan:** Ilham Safutra

**Redaktur:** Ainur Rohman, Banu Adikara, Bintang Pradewo, Candra Kurnia, Dony  
Lesmana Eko Putra, Edy Pramana, Eko Dimas Ryandi, Kuswandi, Latu  
Ratri Mubyarsah, Mohamad Nur Asikin, M. Dinarsa Kurniawan, M.  
Sholahuddin

**Asisten Redaktur:** Estu Suryowati, Nurul Adriyana Salbiah

**Reporter:** Abdul Rahman, Marieska Harya Virdhani, Muhammad Ridwan, Rian  
Alfianto, Sabik Aji Taufan, Rafika Rachma Maulidini

**Fotografer:** Dery Ridwansah

**Videografer:** Satrio Maulana Maheswara

**Desain Grafis:** Dimas Pradipta

**Creative Content:** Ane Herfira

**Sekretaris Redaksi:** Juwita K. Ginting

**Research & Development:** Fajar Budihartono, Ahmad Aan Tory Tonang, I Wayan  
Rangga Pinastawa, Renda Eko Riyadi.

**Mobile Apps:** Steven Clinton

**AdsOp & Programmatic:** Wahyuni.

**Account Executive:**

- **Surabaya:** Aisyah Jatu Kusumawati, Karina Kusuma Halim, Dwimas Arie  
Supangkat.
- **Jakarta:** Muhammad Nasrullah, Sanindiana Kusumaramadhanti, Rita Sopian.

**Programmatic & Partnership :** Sanindiana Kusumaramadhanti.

**Ombudsman:** Rohman Budijanto, Bambang Janu Isnoto

---

**Redaksi Jawa Pos Koran :**

**Pemimpin Redaksi/Penanggung Jawab:** Ibnu Yunianto

**Wakil Pemimpin Redaksi:** Suprianto, Tatang Mahardika

**Senior Editor:** Rohman Budijanto

**Kepala Kompartemen:** Agung Kurniawan, Anggit Satriyo Nugroho, Baskoro Yudho, Fathoni P. Nanda

**Koordinator Redaksi Jakarta:** Tri Mujoko Bayuaji

**Redaktur:** Ali Mahrus, Andrianto Wahyudiono, Andri Teguh Pryantoro, Anton Hadiyanto, Any Rufaidah, Ariyanti Kurnia Rakhmana, Dani Nur Subagiyo, Dwi Shintia Irianti, Eko Priyono, Firzan Syahroni, M. Sholahuddin, Naufal W. Asmoro, Nora Adriani Sampurna Putri, Nur Aini Roosilawati, Sidiq Prasetyo

**Asisten Redaktur:** Aris Imam Masyhudi, Candra Kurnia, Diar Candra Tristiawan, Glandy Burnama, Indria Pramuhapsari, Juneka Subaihul Mufid

**Reporter:** Adinda Wahyu Azmarani, Agfi Sagittian, Agus Dwi Prasetyo, Arif Adi Wijaya, Ariski Prasetyo Hadi, Bagus Putra Pamungkas, Debora Danisa Kurniasih, Dinda Juwita, Edi Susilo, Eko Hendri Saiful, Fahmi Samastuti, Farid Satya Maulana, Ferlynda Putri Sofyandari, Firma Zuhdi Alfauzi, Folly Akbar, Galih Adi Prasetyo, Hasti Edi Sudrajat,

P'ied Rahmat Rifadin, Ilham Dwi Ridlo Wancoko, Khafidul Ulum, M.  
Apridio Kurnia Ananta, M. Hilmi Setiawan, M. Salsabil A'dn, Maya  
Apriliani Eko Susanti, Narendra Prasetya, Nurul Komariah, Sahrul  
Yunizar, Septian Nur Hadi, Septinda Ayu Pramitasari, Shabrina  
Paramacitra, Siti Aisyah, Taufiqurrahman, Thoriq Solikhul Karim,  
Umar Wirahadi, Zalzilatul Hikmia

**Fotografer:** M. Ali (koordinator Jakarta), Dite Surendra (koordinator Surabaya),  
Ahmad Khusaini, Angger Bondan, Allex Qomarullah, Beky Subechi,  
Dipta Wahyu Pratomo, Fedrik Fernando Tarigan, Guslan Gumilang,  
Haritsah Al Mudatsir, Hendra Eka, Imam Husein, Miftahulhayat, Nur  
Frizal Kurniawan, Puguh Sujiatmiko, Salman Toyyibi

**Editor Bahasa:** Achmad Santoso, Aisha Aulia Rahma, Ernawati,  
Hapidhoturropiah, Irwan Herdyanto, Jayendra Anita Widhiarta, Mega  
Amalia Ghassani, Oktavia Dwi Puteri Santoso, Yogi Sutopo

**Desain Grafis dan Tata Artistik:** Bagus Hariadi, Budiono, Herlambang Bintang,  
Imas Ayu, Rizky Agung, Wahyu Kokkang

**Sekretaris Redaksi:** Dava Novianti

**Pracetak:** M. Tova Maulana Irfan

**Tim Liputan Iklan**

**Kepala Kompartemen:** Maharani Wanodya Anugerah Primarissa, Mahesa Indra

**Asisten Redaktur:** Agus Wirawan, Koko Kurniawan, Xaveria Rahmani Utami

**Reporter:** Ari Setiyaningrum, Nadia Hanum, Ratih Paramitha

**Fotografer:** Andriansyah Poetra, Sugeng Deas

**Iklan:** Dyah Shianti, Rensi Dewi Bulan, David Arya, Retno Palupi, Yuni Tan,  
Andreswari, Idah Saidah, Leanda Masius, Prasetyo Edho, Ratih  
Koriah, Rizna Mifta, Vicky Ferandhika

**Sirkulasi:** Mochammad Sholeh

**Penerbit:** PT Jawa Pos Koran

**Direktur Utama:** Leak Kustiyo

**Direktur:** Eddy Nugroho

**Wakil Direktur Bidang HRD:** Rudy Harahap

**Wakil Direktur Bidang Keuangan:** Desy Andriani

**Konsultan Hukum PT Jawa Pos Koran:** Sunarno Edy Wibowo

**Ombudsman:** Rohman Budijanto, Bambang Janu Isnoto

**Alamat Redaksi Jawa Pos Koran:** Graha Pena Lt 4 Jl A. Yani 88, Surabaya,  
60234

---

**Jawa Pos Metropolitan**

**General Manager:** Suprianto

**Kepala Kompartemen:** Susilo

**Redaktur:** Arief Indra Dwisetyadi

**Asisten Redaktur:** Bayu Putra

---

**Jawa Pos Group Newsroom**

**General Manager:** Bambang Janu Isnoto

---

**Jawa Pos Radar**

**Direktur Utama:** Leak Kustiyo

**Direktur:** Marsudi Nurwahid P., Eddy Nugroho

**Wakil Direktur:** Baehaqi

**Radar Malang:** Tauhid Wijaya

**Radar Kediri:** Kurniawan Muhammad

**Radar Tulungagung:** Aris Sudanang

**Radar Madiun:** Wahyudi Novianto

**Radar Bojonegoro:** Zahidin H. Muntaha

**Radar Mojokerto:** M. Nur Kholis

**Radar Bromo:** Ahmad Suyuti

**Radar Jember:** Choliq Baya

**Radar Banyuwangi:** Samsudin Adlawi

**Radar Madura:** Abdul Aziz

**Radar Solo:** Marsudi Nurwahid P.

**Radar Semarang:** Baehaqi

**Radar Kudus:** Baehaqi

**Radar Jogja:** Eri Suhariyadi

**Radar Bali:** Justin M. Herman

**Radar Jombang:** M. Nur Kholis

## **BAB IV**

### **HASIL DAN PEMBAHASAN**

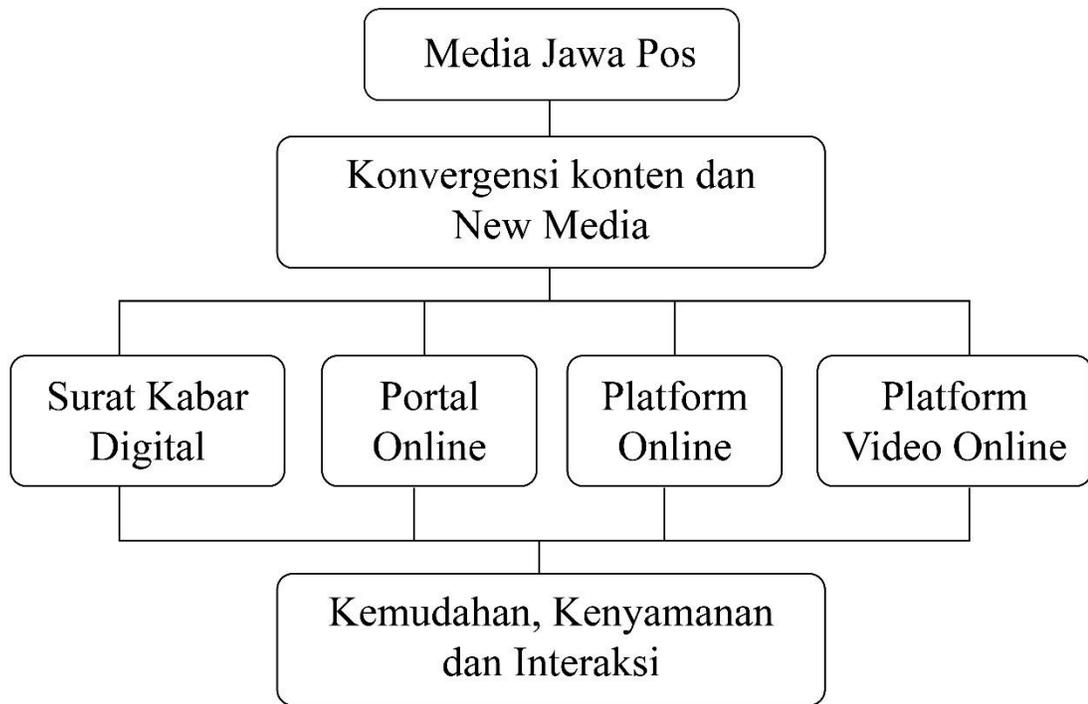
#### **4.1. Hasil Penelitian**

Hasil penelitian ini bertujuan untuk mengetahui dan menganalisis pengembangan-pengembangan apa saja yang dilakukan media koran Jawa Pos dalam menghadapi bisnis media di era digital. Dimana melihat pasar media cetak yang semakin lama semakin menurun. Pada tahap ini penulis akan menganalisis dari data riset yang didapat menggunakan analisis deskriptif.

Data-data yang akan dianalisis ini terdiri dari perkembangan naik atau turunnya pasar media cetak secara garis besar, perbandingan beberapa informasi yang disajikan beberapa jenis media secara umum, kategori pengembangan media Jawa Pos, serta hasil dari pengembangan yang dilakukan oleh media Jawa Pos.

Selain menggunakan analisis deskriptif, penulis juga mengacu pada beberapa teori konvergensi dan New Media yang sekiranya sesuai dengan hasil yang akan dibahas. Adapun beberapa analisis dari hasil pengembangan media Jawa Pos seperti dalam social media, platform online dan media massa lainnya.

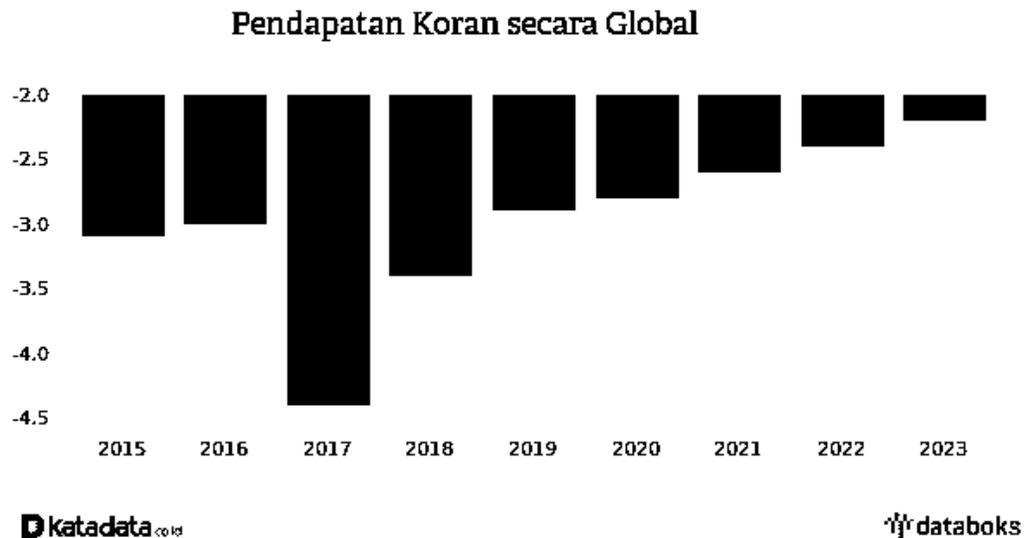
Jika digambarkan dalam diagram menurut teori dan kerangka konsep akan seperti di bawah ini :



Gambar 4.1 Tabel Pengembangan media menurut kerangka konsep

#### 4.1. Pembahasan

Pada saat ini berdasarkan hasil riset dan fakta pendapatan media cetak mengalami penurunan. Salah satu media cetak yang terkena dampaknya adalah surat kabar atau koran. Dan jumlah oplah per-bulannya juga mengalami penurunan. Dilihat dari gambar tabel dibawah yang terlampirkan, pendapatan koran secara global sempat mengalami naik turun bahkan semakin turun dan anjlok setiap tahunnya. Dan prediksi pasar di tahun 2023 juga diperkirakan semakin menurun.



Gambar 4.1 Grafik Pendapatan Koran Global

Sumber Katadata.co.id

Dan jika melihat dari grafik tersebut, tahun-tahun berikutnya juga akan semakin menurun pendapatannya dan jika memilih untuk melakukan inovasi dan perubahan akan sangat cepat juga tergerus oleh jaman yang semakin maju.

Data ini pun juga sesuai dengan perkembangan salah satu media besar yaitu Jawa Pos Group. Dimana Jawa Pos Group sendiri membangun media cetak yang cukup kuat dan membuat perusahaan ini mampu menciptakan 165 koran lokal di seluruh Indonesia pada awal 2010. Harian Jawa Pos mendominasi media cetak di Jawa Timur yang sejak keberangkatan Dahlan Iskan ke Jakarta pada 2006 yang dipimpin oleh anaknya, Azrul Ananda. Satu-satunya kegagalan Jawa Pos Group yang paling menonjol adalah harian indo Pos di Jakarta yang tidak mampu bersaing dengan

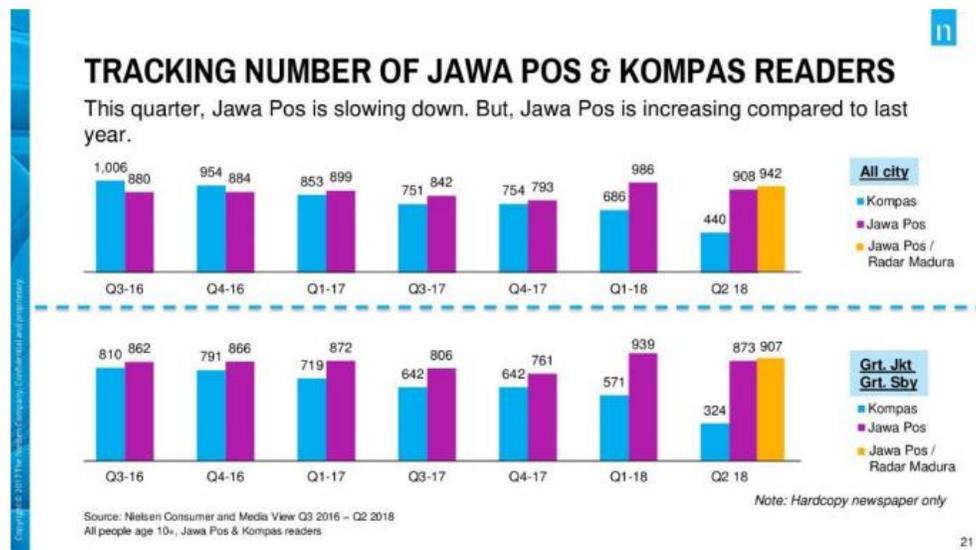
Kompas dan harian lain yang sudah lebih mapan di ibu kota. Perusahaan telah menjadi membangun media cetak yang cukup kuat karena berfokus kepada daerah. Seperti kata Dahlan Iskan, “Kami membangun modal kecil, stasiun-stasiun lokal itu pelan tapi pasti.”

Dalam merespons berbagai perubahan yang dihadirkan oleh digitalisasi, Jawa Pos Group menjadi media multiplatform dengan membentuk Jawa Pos News Network (JPNN). Jaringan ini mulai merambah ke televisi dan radio sejak 2002, dan pada 2009 telah memiliki 15 stasiun televisi lokal. “Pada 2014, jumlah ini naik menjadi 22 di bawah perusahaan induk baru Jawa Pos Media Corporation, yang meliputi beberapa perusahaan media lokal di beberapa provinsi. Dahlan Iskan berinvestasi pada pembangkit listrik di Kalimantan dan Jawa Timur, dan pada 2008 mendirikan perusahaan Fangbian Iskan Corporindo yang melihat telekomunikasi sebagai “bisnis masa depan” dan penting untuk mendukung konten media yang diproduksi oleh Jawa Pos Group. Pada 2009, perusahaan tersebut memenangkan kontrak untuk membangun “jaringan kabel bawah laut lintas Asia” yang “memberdayakan rakyat Indonesia untuk terhubung dengan masyarakat global dan semakin memperkaya penggunaan komunikasi digital.

Menurunnya sirkulasi dan pendapatan iklan untuk media cetak di Indonesia sama artinya dengan Jawa Pos menghadapi masa depan yang tidak pasti. Dahlan Iskan

mengatakan: “Surat kabar masih akan bertahan sedikit lebih lama, tetapi saya prediksi di masa depan nanti satu surat kabar untuk satu kota.”

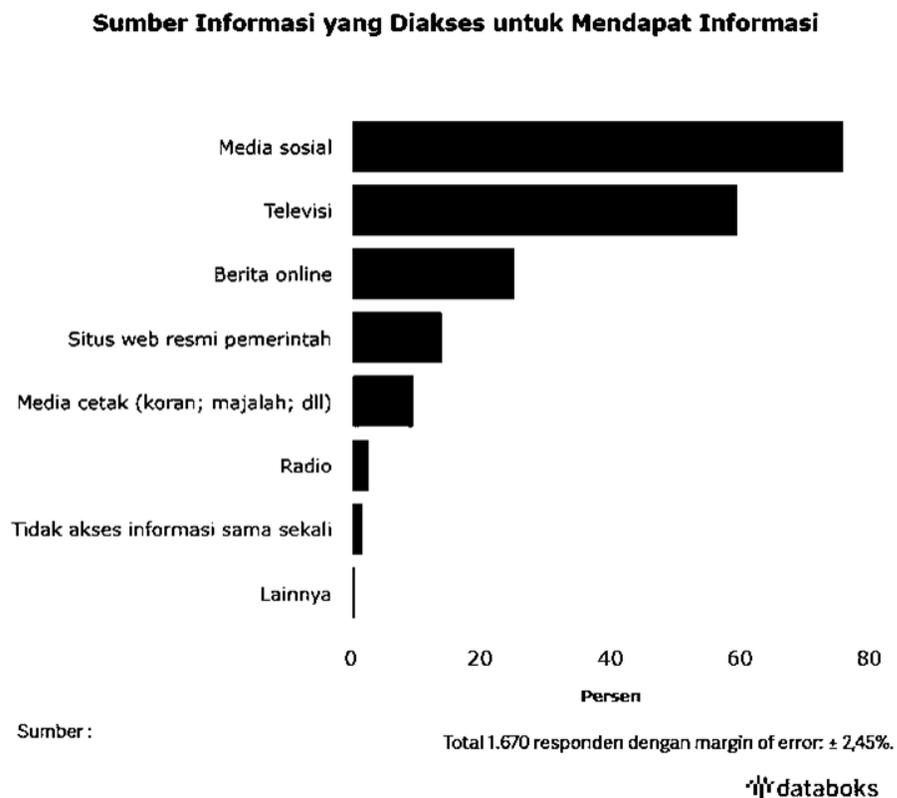
Sebagai grup media cetak terbesar—di Indonesia nampaknya mengalami tantangan serius seiring dengan adanya ancaman baru di era digital. Peralihan pembaca menuju online readers bukan lagi suatu wacana ataupun ilusi yang sulit untuk dibuktikan. Penurunan oplah di beberapa perusahaan koran menjadi bukti kuat adanya keterpurukan bisnis media cetak yang terjadi secara merata. Dahlan Iskan, mengatakan ada tiga faktor yang berkontribusi besar terhadap penurunan oplah di beberapa media cetak pada saat ini. Ketiga faktor tersebut adalah kesalahan manajerial, kualitas rendah redaksi, dan kenaikan harga kertas.



Gambar 4.2 Grafik Pembaca Jawa Pos dan Kompas (Q2 2018)

Sumber: Q2 Report Jawa Pos (Nielsen)

Selain itu saat ini pergerakan informasi dan berita sangat cepat dan pasti akan membutuhkan waktu untuk berita yang perlu di cetak dan lain sebagainya. Namun tidak berarti media cetak buruk namun perputaran informasi dan beritanya akan kalah cepat dengan media-media lain khususnya media online. Dapat dilihat dari gambar di bawah yang telah dilampirkan.



Gambar 4.3 Grafik Kecepatan Informasi

Sumber databoks

Setelah dilihat dari grafik di atas memang media sosial atau media online saat ini sedang gencar dan diminati masyarakat karena banyak faktor yang mempengaruhinya. Perbandingan dengan kecepatan media cetak juga salah satu faktor.

Jawa Pos Group pun juga mengikuti perkembangan digitalisasi medianya dengan mengembangkan berita atau informasinya di platform online, social media dan website. Strategi ini pun sangat berdampak dengan perkembangan bisnis dari jawa pos sendiri

Digitalisasi juga memungkinkan operasi media multiplatform berinvestasi diperusahaan penyedia jaringan. Akibatnya, perusahaan-perusahaan media besar menjadi semakin besar. Pada 2011, Merlyna Lim menyebut dua belas perusahaan besar mendominasi pasar. Pada 2012, Ignatius Haryanto menyebut sembilan perusahaan. Meskipun model bisnis antarperusahaan mengandung beberapa perbedaan dan masing-masingnya memiliki tingkat kesuksesan finansial yang beragam, penulis beranggapan bahwa saat ini Jawa Pos Group merupakan salah satu dari delapan pemain besar dalam panggung media arus utama di Indonesia. Oleh sebab itu, meningkatnya konglomerasi dalam industri media saat ini di Indonesia menghasilkan pasar media arus utama yang oligopolistik.

Para eksekutif media menyebut bahwa bisnis media yang secara finansial terjamin akan menghasilkan konten yang kualitasnya lebih baik. Dahlan Iskan dalam

salah satu kesempatan menyebutnya dengan, “Good News is Good Bussiness, and Good Bussiness is Good News”. Akan tetapi, dalam pengamatan penulis—terdapat kekhawatiran yang mendalam—bahwa konsentrasi kepemilikan media akan membatasi keberagaman konten. Penulis berpendapat bahwa perusahaan media mengupayakan kontrol monopolistik atas sumber daya yang terbatas seperti jaringan transmisi, dan dengan membatasi akses, mereka dapat dengan mudah mengendalikan atau membatasi ketersediaan produk atau layanan media lainnya, bahkan dalam pasar yang semestinya kompetitif

#### **4.2.1 Analisis menurut Teori Konvergensi dan New Media**

Menurut Grant dalam buku *Understanding Media Convergence*, terdapat tiga model konvergensi dalam jurnalistik. Yakni konvergensi news room, konvergensi news gathering, dan konvergensi content

Dan jika melihat dari tiga model tersebut yang sangat sesuai dengan pengembangan media jawa pos ini adalah (**Konvergensi Content**) Dimana berita akhirnya akan disuguhkan dalam bentuk multimedia, yang merupakan kombinasi antara teks, gambar, audio, video, blog, podcast, atau slide show. Ini juga berhubungan dengan teori New Media dimana dengan perkembangan jaman yang terus maju akan dihadirkan pula teknologi-teknologi baru yang akan menghasilkan media baru.

Terlepas dari itu audience atau readers juga menginginkan keefektifan, kenyamanan dan Kemudahan dalam mendapatkan informasi. Keefektifan yang dimaksud adalah efektif secara penggunaan dan pencarian informasi dalam kegiatan apapun informasi akan di dapatkan dengan mudah. Kenyamanan, dimana masyarakat bisa lebih santai dalam pencarian informasi. Dan kemudahan yang di maksud adalah kemudahan selain pencarian informasi juga interaksi 2 arah yang akan membuat kegiatan mencari informasi akan lebih menyenangkan. Konvergensi content dan New Media ini sudah ada dan di salurkan dalam bentuk media online.

Jawa Pos juga merupakan salah satu media yang mengawali mengembangkan medianya ke dalam media online dan massa. Bahkan sebelum penurunnya peminat media cetak jawa pos grup sudah memikirkan untuk melebarkan sayap ke media massa yaitu stasiun televisi. Pemikiran ini juga sudah mendapat penghargaan untuk inovasi yang bagus ini.

Dan terbukti saat ini dengan perkembangan teknologi dan peminat media cetak menurun, membuat jawa pos bisa satu Langkah lebih maju dibandingkan media cetak lainnya. Namun inovasi ini jika hanya sampai disitu tidak akan berkembang dan pastinya akan tersingkir oleh media terbaru yaitu media-media online.

Dengan begitu Jawa Pos mengembangkan lagi dalam portal online dan platform online. Bahkan perkembangan dari media cetak ke media online sangat efektif dan cukup menarik kembali peminat berita di media cetak yang akhirnya beralih ke media online. Jawa Pos sendiri mengembangkan tidak hanya satu platform online melainkan ada beberapa seperti Instagram, Facebook, Twitter dan YouTube.

Pengembangan tidak hanya sampai situ saja namun Jawa Pos juga menata kembali website agar menjadi salah satu platform yang lengkap dibandingkan platform online lain yang dimiliki. Adapun pengembangan melalui pembuatan apps agar lebih mudah dalam menikmati informasi melalui smartphone.

#### **4.2.2 Hasil Pengembangan Media Jawa Pos**

Jawa Pos merupakan salah satu media yang cukup besar dan sangat mengikuti perkembangan zaman bahkan dapat dikatakan bahwa Jawa Pos ini salah satu media yang mengawali masuknya media cetak ke platform online dari segi portal berita. Berikut ini merupakan beberapa pengembangan Jawa Pos pada platform online atau social media dan analisisnya :

Tabel 4.1 Tabel Analisis Platform

No	Platform	Gambar	Keterangan
1.	Instagram :  @Jawapos		<p>Pada platform instagram ini akun jawa pos aktif dan sangat memanfaatkan fitur2 instagram yang sangat akan menarik audience. Karena content yang disajikan pada akun intagram ini terbilang up to date dan mengikuti tren selain itu, jawa pos sendiri memilih untuk menyajikan</p>

			<p>content visual</p> <p>tidak hanya</p> <p>bentuk gambar</p> <p>text biasa namun</p> <p>di desain</p> <p>membentuk</p> <p>infografis seperti</p> <p>pada content</p> <p>yang ada pada</p> <p>koran cetak.</p>
2.	<p>Halaman facebook</p> <p>: Jawa Pos</p>		<p>Pemilihan</p> <p>platform</p> <p>facebook juga</p> <p>merupakan</p> <p>pilihan yang tepat</p> <p>karena, pengguna</p> <p>facebook ini rata-</p> <p>rata adalah</p> <p>remaja hingga</p> <p>lansia dimana</p>

			keuntungan yang bisa di dapat adalah jawa pos akan menarik audience tidak hanya kalarangan remaja saja namun hampir seluruh usia. Dna juga pengguaan facebook bisa untuk menarik para pemilik bisnis yang menggunakan facebook untuk halaman bisnisnya.
--	--	--	---

3.	Twitter :  @Jawapos		Twitter sendiri juga saat merupakan platform social media yang diminati karena cepetanya informasi melalui text yang lebih mudah di pahami dan disebarakan. Sehingga informasi dan berita yang tersedia atau dihasilkan oleh jawa pos bisa terinfomasikan dengan cepat
----	---------------------------	--	--

			pada pengguna twitter.
4.	Youtube : Jawa Pos TV		Dan yang menariknya adalah jawa pos juga mengembangkan laman social media melalui youtube. Dimana youtube sendiri juga mulai menggantikan tv untuk memberikan informasi berbasis video dan gambar.

5.	<p>Website :</p> <p><a href="http://www.jawapos.com">www.jawapos.com</a></p>		<p>Pada website jawa pos ini terbilang memeiliki informasi yang cukup lengkap dari profil jawa pos, informasi redaksi jawa pos, infomasi seluruh social media, dan yang pasti berita online yang ter update.</p>
6.	<p>App Jawa Pos.com</p>		<p>Memiliki memang dapat dikatakan sudah cukup karena informasi nya sama-sama</p>

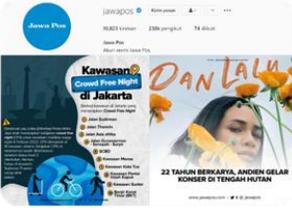
			<p>lengkap. Namun jawa pos membuat app Portal berita online untuk memudahkan readers dalam mendapatkan informasi melalui handphone. Salah satu gagasan yang sangat menarik dan dengan brand yang sudah terkenal app portal berita online ini akan mudah bersaing dengan portal</p>
--	--	--	--

			berita yang tidak memiliki basic media cetak atau yang hanya bergerak di media online.
7.	App Koran Jawa Pos Digital	 <p>Koran Jawa Pos Digital</p> <p>JP Jawa Pos Group Mahkota</p> <p>Kontak developer</p> <p>Anda mungkin juga suka</p>	Koran Digital Jawa pos ini bisa dibilang tidak jauh berbeda dengan apps portal berita online milik jawa pos. namun apps koran ini menyajikan tampilan yang berbeda, karena visual yang diberikan lebih

			dibuat seperti koran cetak namun dalam bentuk digital jadi esensi readers dalam membaca koran tidak berubah hanya medianya saja yang berbeda.
--	--	--	---

Tabel 4.2 Tabel Analisis Platform Social Media

(Kunjungan, followers dan interaksi)

No	Platform	Gambar	Keterangan
1.	Instagram :  @Jawapos		Follower : 259.000  Est. Reach : 411.067  Engagement Rate : 2,86%
2.	Halaman facebook :  Jawa Pos		Followers : 234.037  Kunjungan : 3.350
3.	Twitter :  @Jawapos		Followers : 495.500  Est. Reach : 0.1%
4.	Youtube :  Jawa Pos		Subscriber : 53.600  View : 14.189.752 all video

Dari table 4.2 dapat di ketahui dari sisi social media jawa pos memang cukup tinggi dari segi pengikut karna memang media besar yang bertahan dan tetap konsisten juga sangat berpengaruh pada akun-akun sosial media jawa pos. Namun jika di analisis dari segi engagement dalam bentuk intensitan kunjungan like repost dan komen, akun Instagram Jawa pos adalah salah satu akun yang cukup berpengaruh pada bisnis dan perkembangan media dan berita di Jawa pos di bandingkan dengan akun sosial media lainnya. Disini tidak berarti akun-akun sosial media lainnya tidak potensi, melainkan untuk segi bisnis dan value masih dikatakan kurang menunjang.

Dan pengembangan yang mungkin sudah banyak orang ketahui adalah jawa pos grup juga menyediakan koran media cetak tambahan yaitu versi edisi luar surabaya. Hal yang membedakan Jawa Pos edisi Surabaya dan luar Surabaya adalah seksi "Metropolis" diganti dengan seksi yang lebih regional, dengan sebutan "Radar". Seksi "Radar" berisi konten berita lokal yang lebih banyak. Rubrik-rubrik Metropolis (seperti di Jawa Pos edisi Surabaya) sebagian masih dipertahankan. Seksi Jawa Pos utama dan Seksi Olahraga sama persis dengan edisi Surabaya.

Saat ini Jawa Pos memiliki 15 "Radar", yang masing-masing memiliki redaksi sendiri di kotanya yakni:

- ✓ **Radar Banyuwangi (Banyuwangi)**, beredar di Banyuwangi dan Situbondo.

- ✓ **Radar Jember (Jember)**, beredar di Jember, Lumajang dan Bondowoso.
- ✓ **Radar Bromo (Kota Pasuruan)**, beredar di Pasuruan dan Probolinggo.
- ✓ **Radar Malang (Kota Malang)**, beredar di Malang dan Batu.
- ✓ **Radar Mojokerto (Kota Mojokerto)**, beredar di Mojokerto dan Jombang.
- ✓ **Radar Gresik (Gresik)**, beredar di Gresik, Surabaya, dan Lamongan.
- ✓ **Radar Kediri (Kota Kediri)**, beredar di Kediri dan Nganjuk. Kantor di Jalan Brawijaya Kota Kediri.
- ✓ **Radar Tulungagung (Tulungagung)**, beredar di Tulungagung, Trenggalek, dan Blitar.
- ✓ **Radar Bojonegoro (Bojonegoro)**, beredar di Bojonegoro, Tuban, Lamongan, dan Blora.
- ✓ **Radar Madiun (Kota Madiun)**, beredar di Madiun, Ngawi, Magetan, Ponorogo, dan Pacitan.
- ✓ **Radar Madura (Pamekasan)**, beredar di Pulau Madura.
- ✓ **Radar Bali (Bali)**, beredar di Denpasar Bali.

Redaksi Radar ini berada di sejumlah kota. Isi berita "Radar" bersifat lokal, dan memuat iklan yang juga bersifat lokal, serta seksi Olahraga lokal.

Tidak hanya Jawa Timur dan Bali radar ini juga di lebarkan hingga Jawa Tengah Jawa Pos edisi Jawa Tengah/DIY sedikit berbeda dengan edisi Jawa Timur. Meski berita utama (headline) dan sebagian besar isi beritanya adalah sama,

Jawa Pos edisi Jawa Tengah/DIY berisi rubrik tambahan yang bersifat lokal (seperti rubrik Ekonomi Bisnis, Jawa Tengah), serta tidak termasuk iklan baris (yang mana hanya beredar di Jawa Timur). Jawa Pos di Jawa Tengah dan DIY juga terdiri atas sejumlah "Radar", yakni:

- ✓ **Radar Semarang (Kota Semarang)**, beredar di Semarang, Salatiga, Demak, Kendal, Batang, Pekalongan, Wonosobo, Temanggung, dan Magelang.
- ✓ **Radar Solo (Kota Surakarta)**, beredar di eks Karesidenan Surakarta (Surakarta, Boyolali, Klaten, Sukoharjo, Karanganyar, Sragen, dan Wonogiri).
- ✓ **Radar Kudus (Kudus)**, beredar di Kudus, Pati, Jepara, Grobogan, Rembang, dan Blora.
- ✓ **Radar Jogja (Kota Yogyakarta)**, beredar di Provinsi DIY, Purworejo, dan Kebumen.

Dari sisi manajemen, Radar-Radar yang ada ini dikelola secara otonom. Rekrutmen karyawan dan wartawan dilakukan sendiri oleh masing-masing manajemen Radar.

Radar ini juga tidak hanya menyediakan versi media cetak saja melainkan juga menyediakan versi berita online melalui platform social media seperti Instagram dan dikelola sedemikian rupa agar visual dan berita juga tetap seragam dengan radar daerah lain serta pusat.

Dari pengembangan melalui sosial media, platform online, media massa membuat jawa pos ini juga menjadi salah satu perusahaan media cetak yang masih bisa mempertahankan eksistensi di dunia media. Bahkan juga menjadi salah satu media online yang diminati oleh semua kalangan.

## **BAB V**

### **PENUTUP**

#### **5.1. Kesimpulan**

Berdasarkan pada hasil analisis tentang penjelasan di bab sebelumnya penulis dapat menyimpulkan bahwa :

Jawa Pos berhasil menyiapkan diri dengan mengawali mengembangkan ke media massa dari media cetak. Surat Kabar jawa pos sudah melakukan pengembangan media. Dimana sebelumnya jawa pos hanya media cetak namun sudah dikembangkan menjadi media online. Pemanfaatannyapun menggunakan platform online yang memiliki pengguna terbanyak seperti Instagram, facebook, twitter dan youtube. Serta pengembangan untuk memudahkan readers dengan membuat app portal berita dan koran digital. dan website yang memiliki informasi paling lengkap.

Cara ini dianggap sangat berhasil karena informasi jadi lebih cepat dan lebih luas tersampaiannya pada masyarakat. Namun media online ini bisa menjangkau pembaca yang lebih luas, selama jangkauan internet masih bisa diakses. Jadi dapat dikatakan surat kabar dalam bentuk cetak juga masih diperlukan dan masih bisa dipertahankan walaupun semakin sedikitnya peminat. Karena masih banyak juga masyarakat yang membutuhkan literasi onffline tanpa instenet.

Disisi lain, walaupun media online yang dihadirkan ini sangat perlu membutuhkan internet namun masyarakat juga tidak keberatan karna penggunaan internet, social media dan platform online juga sudah sangat digunakan di era digital saat ini. Dan pastinya berita yang dihadirkan jadi lebih up to date dan interaksi antar readerspun jadi lebih mudah. Dan lagi pemanfaatan media online dari media cetak ini bukan hanya dari jawa

pos pusat namun kanal berita yang ada di daerah seperti radarpun juga beralih ke media online.

Serta jika dilihat dari akun-akun social media atau Engagement dari semua media online yang dihadirkan, jangkauannya juga sudah sangat luas. Bisa dilihat dari followers dan view namun memang untuk interaksi di beberapa platform tidak terlalu ramai. Karena mungkin masyarakat lebih banyak membaca dan melihat informasi tanpa meninggalkan interaksi seperti like atau komen.

Walaupun begitu bisnis media yang dilakukan Jawa Pos ini dapat dikatakan berhasil bertahan dan mampu bertahan untuk kedepannya. Karena media cetak yang beralih ke media online tidak hanya membutuhkan nama yang sudah besar namun perlu adanya inovasi dan pemikiran jangka panjang untuk tetap bertahan di dunia bisnis media di era digital saat ini

## **5.2. Saran**

Berdasarkan Berdasarkan kesimpulan di atas, maka adapun saran yang bisa disampaikan peneliti sebagai berikut:

Jawa Pos diharapkan dapat tetap meningkatkan lagi tampilan berita yang dihadirkan dalam bentuk gambar di media atau platform online agar para readers tidak bosan dan tidak melihat berita secara monoton dan agar interaksi yang dihadirkan semakin tinggi yang pastinya akan menunjang bisnis media dari Jawa Pos sendiri.

## DAFTAR PUSTAKA

- Abdussalam, Kgs. 2021. “Konvergensi sebagai sarana bertahan media massa” dalam *Skripsi UIN*. Palembang: Universitas Islam Negri (UIN) Raden Fatah.
- Ardan, Farrel. 2021. “Pengertian, Jenis-Jenis, serta Fungsi Media”, <https://mediaindonesia.com/humaniora/451206/pengertian-jenis-jenis-serta-fungsi-media>, diakses pada 9 Februari 2022 pukul 12.00.
- E.Nubatonis, Tony. 2018. “Media Cetak Vs Media Digital dalam Literasi (Melihat Sisi Kelebihan dan Kekurangannya) ”, <https://www.kompasiana.com/tonny49426/5bee7c08aebe10e616fcc24/media-cetak-vs-media-digital-dalam-literasi-melihat-sisi-kelebihan-dan-kekurangannya?page=all>, diakses pada 9 Februari 2022 pukul 10.00.
- Gemiharto, Ilham. “Teknologi 4G-LTE dan Tantangan Konvergensi Media di Indonesia.” *Jurnal Kajian Komunikasi* 3, no. 2 (Desember 2015): h. 212- 220
- Hartina. 2020. “Tantangan Media Cetak Di Era Digitalisasi (Studi Kasus Pada Surat Kabar Harian Rakyat Sulsel Makassar” dalam *Skripsi Ilmu Komunikasi*. Makassar: Universitas Muhammadiyah Makassar
- Lenggawa, Veza. “Strategi Jawa Pos Dalam Menghadapi Persaingan Bisnis Media di Era Revolusi Industri 4.0.” *Jurnal Kajian Komunikasi Konvergensi* Vol. 01, no. 1 (Februari 2019)
- Nurrahmah. 2017. “Konvergensi dari media konvensional ke digital ” dalam *Skripsi UIN*. Makassar: Universitas Islam Negri (UIN) Alauddin.
- Pakar Komunikasi. 2022. “Konvergensi Media Menurut Para Ahli dan Pengaruhnya kepada Khalayak”, <https://pakarkomunikasi.com/konvergensi-media>, diakses pada 9 Februari 2022 pukul 12.00.
- Rahayu, Yelmi. 2021. “Konvergensi media harian riau pos dalam menghadapi persaingan di era digital” dalam *Skripsi UIN*. Riau: Universitas Islam Negri (UIN) Sultan Syarif Kasim.
- Ramdhani, Ani. 2019. “Pengertian Pengembangan, Jenis, dan Contohnya”, <https://www.pinhome.id/blog/pengertian-pengembangan/>, diakses pada 9 Februari 2022 pukul 12.00.

- Restu, “Media: Pengertian, Fungsi, dan Jenis yang Perlu Kamu Tahu ”, <https://www.gramedia.com/literasi/media/> pada 9 Februari 2022 pukul 10.00.
- Setiawan, Wawan. 2017. “Era digital dan tantangannya” dalam *Seminar Nasional Pendidikan 2017(hlm1-3)*. Bandung: Universitas Pendidikan Indonesia.
- Sholahuddin, 2013. “Strategi Pengembangan Produk di Industri Media Cetak di Indonesia (Bertahan di Tengah Persaingan dengan Media Online)” dalam *Jurnal Manajemen dan Bisnis Volume 17, Nomor 1*, hlm. 9-17
- Thahira. 2018. “Media cetak di tenga perkembangan media digital di kota palopo” dalam *Skripsi IAIN*. Palopo: Institut Agama Islam Negeri Palopo.
- Wikipedia. 2022. “Pengertian Jawa Pos”, [https://id.wikipedia.org/wiki/Jawa\\_Pos](https://id.wikipedia.org/wiki/Jawa_Pos), diakses pada 9 Februari 2022 pukul 11.00.
- Wikipedia. 2021. “Pengertian Koran”, <https://id.wikipedia.org/wiki/Koran>, diakses pada 9 Februari 2022 pukul 11.00.