

# **KONVERGENSI MEDIA HARIAN PAGI SUMATERA EKSPRES**

## **Skripsi**

Disusun untuk memenuhi sebagai persyaratan  
mencapai derajat Sarjana Strata 1 (S1) Ilmu Komunikasi  
Konsentrasi: Penyiaran



**Disusun Oleh:**  
**PUTRI AGUSTINA FISKAL**  
**07031281722096**

**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI  
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK  
UNIVERSITAS SRIWIJAYA  
2021**

HALAMAN PENGESAHAN UJIAN KOMPREHENSIF

**“KONVERGENSI MEDIA HARIAN PAGI SUMATERA EKSPRES”**

Skripsi

Oleh :

**PUTRI AGUSTINA FISKAL**  
**07031281722096**

**Telah dipertahankan di depan penguji**  
**Dan dinyatakan telah memenuhi syarat**  
**Pada tanggal 28 Juli 2021**

Pembimbing :

1. Mery Yanti, S.Sos., MA.  
197705042000122001
2. Rindang Senja Andarini, S.I.Kom., M.I.Kom  
198802112019032011

Tanda Tangan



Penguji :

1. Dr. Hj. Retna Mahriani, M.Si  
196012091989122001
2. Farisha Sestri Musdalifah, S.Sos., M.Si  
199309052019032019

Tanda Tangan



Mengetahui,



**HALAMAN PERSETUJUAN UJIAN KOMPERHENSIF**  
**STRATEGI KOMUNIKASI PEMBANGUNAN RUMAH BUMN OGAN ILIR DALAM**  
**UPAYA PENGEMBANGAN UMKM DI KABUPATEN OGAN ILIR**

Oleh :

**PUTRI AGUSTINA FISKAL**

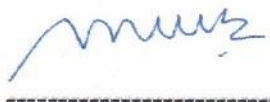
**07031281722096**

Pembimbing I

Mery Yanti, S. Sos., Ma

NIP. 197705042000122001

Tanda Tangan



Tanggal

-----

Pembimbing II

Rindang Senja Andarini, S.I.Kom., M.I.Kom

NIP. 19880211 201903 2 011



-----

-----

Mengetahui,  
Ketua Jurusan,

Dr. Andries Lionardo, S.IP., M.Si

NIP. 197905012002121005



## PERNYATAAN ORISINALITAS

Saya yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : Putri Agustina Fiskal  
NIM : 07031281722096  
Tempat dan Tanggal Lahir : Surulangun, 08 Agustus 1999  
Program Studi/Jurusan : Ilmu Komunikasi  
Judul Skripsi : Konvergensi Media Harian Pagi Sumatera Ekspres

Menyatakan dengan sesungguhnya bahwa :

1. Seluruh data, informasi serta pernyataan dalam pembahasan dan kesimpulan yang disajikan dalam karya ilmiah ini, kecuali yang disebutkan sumbernya adalah merupakan hasil pengamatan, penelitian, pengolahan serta pemikiran saya dengan pengarahan dari pembimbing yang ditetapkan.
2. Karya ilmiah yang saya tulis ini adalah asli dan belum pernah diajukan untuk mendapat gelar akademik baik di Universitas Sriwijaya maupun di perguruan tinggi lainnya.

Demikianlah pernyataan ini dibuat dengan sebenar-benarnya dan apabila di kemudian hari ditemukan bukti ketidak benaran dalam pernyataan ini, maka saya bersedia menerima sanksi akademis berupa pembatalan gelar yang saya peroleh melalui pengajuan karya ilmiah ini.

Palembang, 1 Juli 2021  
Yang membuat pernyataan,



Putri Agustina Fiskal  
NIM. 07031281722096

## KATA PENGATAR

Alhamdulillah Rabbil'Aalamiin

Segala puji bagi Allah SWT Tuhan semesta alam, karena berkat rahmat dan hidayah-Nya lah penulis dapat menyelesaikan penyusunan skripsi ini dengan Judul **“Konvergensi Media Harian Pagi Sumatera Ekspres”**. Skripsi ini ditujukan guna salah satu syarat untuk memperoleh gelar Strata 1 Ilmu Komunikasi.

Penulis menyadari bahwa dalam penulisan skripsi ini masih terdapat banyak kekurangan sehingga perlu banyak bantuan koreksi dan dukungan dari banyak pihak. Pada kesempatan yang baik ini penulis ingin mengucapkan terimakasih yang sebesar-besarnya kepada semua pihak yang terlibat, diantaranya:

1. Allah SWT atas berkat limpahan Rahmat dan Hidayah-Nya
2. Bapak Prof. Dr. Ir. H. Anis Saggaf, MSCE selaku Rektor Universitas Sriwijaya.
3. Bapak Prof. Dr. Kiagus Muhammad Sobri, M.Si selaku Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Sriwijaya.
4. Bapak Dr. Andries Lionardo, S. IP., M. Si selaku Ketua Jurusan Ilmu Komuniaksi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Sriwijaya
5. Ibu Mery Yanti Yanti, S. Sos., MA dan Ibu Rindang Senja Andarini, S. I. Kom., M. I. Kom selaku dosen pembimbing yang senantiasa memberikan ilmu yang sangat banyak kepada penulis
6. Bapak Adi Inggit Handoko, M. I. Kom selaku pembimbing akademik yang banyak membantu mengarahkan penulis sejak awal.
7. Semua dosen di Jurusan Ilmu Komunikasi yang telah banyak memberikan ilmunya.
8. Mbak Elvira Humairah selaku administrasi jurusan Ilmu Komunikasi Universitas Sriwijaya yang telah membantu penulis dalam hal administrasi
9. Keluargaku tercinta yang telah memberikan doa, semangat, kasih sayang, dan semua kebutuhan yang penulis butuhkan

10. Para sahabatku sekalian, Laili, Yohana, Inggi, Mantasya, Yuliana, Ananta, Yuntina, Qorry, Resti, Tika, Ica, Mutia, Ber dan Ulfa yang telah banyak membantu dan menemani penulis dalam menyelesaikan proposal skripsi ini.
11. My Beloved Coma yang banyak membantu dan menemani penulis sejak awal
12. Teman-teman semua dari jurusan Ilmu Komunikasi angkatan 2017
13. Teman-teman semua dari organisasi yang penulis ikuti.
14. Semua pihak yang telah banyak membantu, mendukung, dan memberikan perhatian kepada penulis, yang tidak bisa penulis sebutkan satu per satu.

Akhir kata penulis mengucapkan banyak terimakasih yang sebesar-besarnya kepada semua pihak yang telah membantu dan semoga amal serta kebaikan semua pihak yang telah membantu penulis dalam proses penyusunan skripsi ini dapat diterima dan dibalas kebaikannya oleh Allah SWT.

Penulis, 21 Juli 2021

Putri Agustina Fiskal

## DAFTAR ISI

Halaman

|  |             |
|--|-------------|
| <b>KATA PENGANTAR.....</b>   | <b>ii</b>   |
| <b>DAFTAR ISI.....</b>   | <b>v</b>    |
| <b>DAFTAR TABEL.....</b>   | <b>viii</b> |
| <b>DAFTAR GAMBAR.....</b>  | <b>ix</b>   |
| <b>BAB I PENDAHULUAN.....</b>  | <b>1</b>    |
| 1.1 Latar Belakang Masalah.....  | 1           |
| 1.1.1 Terjadi Perubahan Budaya Masyarakat Dalam Mengakses dan<br>Membaca Berita.....                                 | 7           |
| 1.1.2 Media Konvensional Harian Pagi Sumatera Ekspres Dianggap<br>Kurang Maksimal Dalam Menghasilkan Keuntungan..... | 9           |
| 1.1.3 Anak Muda Yang Nyaris Tidak Tersentuh Dengan Media<br>Konvensional Harian Pagi Sumatera Ekspres .....          | 9           |
| 1.2 Rumusan Masalah .....  | 12          |
| 1.3 Tujuan.....  | 12          |
| 1.4 Manfaat Penelitian.....  | 12          |
| <b>BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....</b>  | <b>13</b>   |
| 2.1 Landasan Teori .....   | 13          |
| 2.2 Konvergensi Media Massa di Sumatera Ekspres Palembang.....   | 13          |
| 2.2.1 Media Massa .....  | 13          |
| 2.2.2 Konvergensi .....  | 15          |
| 2.3 Beberapa Teori Konvergensi Media.....  | 17          |
| 2.4.1 Teori Level Konvergensi .....  | 17          |
| 2.4.2 Konvergensi Kontinum.....  | 18          |
| 2.4.3 Teori Model Konvergensi.....   | 19          |
| 2.4 Teori Konvergensi Media Yang Digunakan Dalam Penelitian Ini .....  | 19          |
| 2.5 Kerangka Teori.....  | 20          |
| 2.6 Kerangka Pemikiran.....  | 22          |
| 2.7 Penelitian Terdahulu .....   | 26          |
| <b>BAB III METODE PENELITIAN.....</b>  | <b>33</b>   |
| 3.1 Desain Penelitian.....   | 33          |
| 3.2 Definisi Konsep.....   | 33          |

|   |           |
|---|-----------|
| 3.3 Fokus Penelitian .....                              | 34        |
| 3.4 Analisis .....                                      | 34        |
| 3.5 Informan .....                                      | 35        |
| 3.6 Data dan Sumber Data.....                           | 36        |
| 3.7 Teknik Pengumpulan Data .....                       | 37        |
| 3.8 Teknik Keabsahan Data.....                          | 39        |
| 3.9 Teknik Analisis Data.....                           | 41        |
| <br>  |           |
| <b>BAB IV GAMBARAN UMUM PERUSAHAAN .....</b>            | <b>45</b> |
| 4.1 Sejarah Harian Pagi Sumatera Ekspres .....          | 45        |
| 4.2 Profil Harian Pagi Sumatera Ekspres .....           | 47        |
| 4.3 Logo Harian Pagi Sumatera Ekspres.....              | 48        |
| 4.4 Slogan .....  | 49        |
| 4.5 Visi dan Misi .....                                 | 49        |
| 4.6 Segmentasi Pembaca .....                            | 49        |
| 4.7 Struktur Organisasi .....                           | 49        |
| 4.8 Tupokasi Kerja Devisi.....                          | 50        |
| 4.9 Proses Kerja.....                                   | 51        |
| <br>  |           |
| <b>BAB V HASIL DAN ANALISIS.....</b>                    | <b>53</b> |
| 5.1 Konvergensi Media .....                             | 54        |
| 5.2 Konvergensi Media Harian Pagi Sumatera Ekspres..... | 56        |
| 5.2.1 Dimensi Kepemilikan ( <i>Ownership</i> ) .....    | 56        |
| 5.2.1.1 Konglomerasi Media.....                         | 56        |
| 5.2.1.2 <i>Multipatform</i> .....                       | 59        |
| 5.2.2 Dimensi Taktis (Tactical).....                    | 62        |
| 5.2.2.1 Kemitraan.....                                  | 62        |
| 5.2.2.2 Kolaborasi .....                                | 63        |
| 5.2.3 Struktur Organisasi.....                          | 65        |
| 5.2.3.1 Koordinasi.....                                 | 65        |
| 5.2.3.2 Pembagian Kerja Redaksi .....                   | 68        |
| 5.2.4 Pengumpulan Informasi .....                       | 69        |
| 5.2.4.1 <i>Multitasking</i> .....                       | 69        |
| 5.2.4.2 Efisiensi Produksi Berita .....                 | 71        |
| 5.2.5 Penyajian Berita .....                            | 73        |
| 5.2.5.1 Multimedia.....                                 | 73        |
| 5.2.5.2 Inovatif.....                                   | 74        |



|   |           |
|---|-----------|
| <b>BAB VI KESIMPULAN DAN SARAN.....</b> | <b>77</b> |
| 6.1 Kesimpulan.....                     | 79        |
| 6.2 Saran.....                          | 80        |
| <br>                                    |           |
| <b>DAFTAR PUSTAKA .....</b>             | <b>81</b> |

## DAFTAR TABEL

### Halaman

|   |           |
|---|-----------|
| <b>Tabel 2. 1 Penelitian Terdahulu.....</b>   | <b>27</b> |
| <b>Tabel 5. 1 Tiras Media Cetak Tahun 2011-2015 .....</b>                             | <b>54</b> |
| <b>Tabel 5. 2 Tabel Macam-Macam Media Non Informasi Di Bawah Sumeks<br/>Grup.....</b> | <b>58</b> |
| <b>Tabel 5. 3 Multiplatform pada media Harian Pagi Sumatera Ekspres .....</b>         | <b>59</b> |
| <b>Tabel 5. 4 Penurunan Jumlah Media Cetak Tahun 2011-2017 .....</b>                  | <b>75</b> |
| <b>Tabel 5. 5 Jumlah Pengurangan Oplah .....</b>                                      | <b>76</b> |

## DAFTAR GAMBAR

### Halaman

|  |           |
|--|-----------|
| <b>Gambar 1. 1 Aplikasi Sumeks.co Tersedia di Play Store .....</b>     | <b>5</b>  |
| <b>Gambar 1. 2 Situs Berita Online Sumeks .....</b>                    | <b>6</b>  |
| <b>Gambar 1. 3 Survei Konsumsi Masyarakat Terhadap Media 2019.....</b> | <b>8</b>  |
| <b>Gambar 2. 1 Alur Pikir.....</b>                                     | <b>26</b> |
| <b>Gambar 5. 1 Platform Milik Sumeks .....</b>                         | <b>60</b> |
| <b>Gambar 5. 2 Promosi silang antara Sumek.co dan Palpos.id .....</b>  | <b>63</b> |
| <b>Gambar 5. 3 .....</b>   | <b>64</b> |

## ABSTRAK

Konvergensi media adalah penyatuan berbagai media penyebar informasi yang berbeda. Sebelum adanya konvergensi media, industri media saling terpisah satu sama lain sehingga saat adanya konvergensi para pengusaha media menjadikan semua anak perusahaan yang terpisah menjadi satu. Awalnya, masyarakat mencari informasi dengan mengandalkan koran, televisi dan radio. Namun, setelah lahirnya media baru yang berbasis *online* masyarakat dapat memperoleh semua informasi tersebut dengan menggunakan *smartphone* yang didukung jaringan internet. Adanya inovasi ini membuat fenomena kebiasaan baru di kalangan masyarakat sehingga para pemilik media lama harus mampu beradaptasi dengan menciptakan inovasi berupa konvergensi agar media yang dibangun tidak ditinggalkan pembaca. Salah satu perusahaan media yang melakukan inovasi dengan berkonvergensi adalah Media Harian Pagi Sumatera Ekspres (Sumeks). Teori yang digunakan untuk melihat bagaimana konvergensi pada Media Harian Pagi Sumatera Ekspres yaitu teori konvergensi media dari Rich Gordon (2004) yang dalam analisisnya menggunakan lima dimensi, yaitu kepemilikan, taktis, struktur, pengumpulan informasi, dan penyajian berita. Metode penelitian yang digunakan yaitu kualitatif dan teknik pengumpulan datanya melalui wawancara mendalam, observasi dan studi dokumentasi. Hasil penelitian menunjukkan bahwa pada dimensi kepemilikan, Sumeks telah menerapkan integrasi horizontal dan *multiplatform*. Pada dimensi taktis, Sumeks telah menerapkan promosi silang. Pada dimensi struktur, Sumeks telah menjalankan kolaborasi antar divisi dan mitra. Selanjutnya, pada dimensi pengumpulan informasi Sumeks telah memanfaatkan media baru dan pada dimensi penyajian berita Sumeks sudah menghadirkan inovasi yang mengikuti zaman.

**Kata kunci: Konvergensi, media, media massa**

**Pembimbing 1**



**Mery Yanti, S. Sos., Ma**

**NIP. 197705042000122001**

**Pembimbing II**



**Rindang Senja Andarini, M.I.Kom**

**NIP. 1988802112019032011**

**Palembang, 21 Juli 2021**

**Ketua Jurusan Ilmu Komunikasi**

**Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik**

**Universitas Sriwijaya**



**Dr. Andries Lionardo, S.IP., M.Si**

**NIP. 197905012002121005**

## **ABSTRACT**

Media convergence is the integration of diverse information transmission media into one medium. Prior to media convergence, the media industry was divided into various subsidiaries, thus when media convergence occurred, media entrepreneurs combined all of the separate companies into one. At first, people sought information through purchasing newspapers, watching television or listening to the radio. The inception of new online based media changed the way people attaining all those media by utilizing smartphone which connected to the internet. This innovation creates new habit phenomenon where old media owners must be able to adjust by creating new innovation through convergence so that the media would not be abandoned. One of the media firms that uses convergence is Harian Pagi Sumatera Ekspres. The theory was used in this research is media convergence Theory by Rich Gordon (2004), which analyzes five dimensions, including, ownership, tactics, structure, information collection and news presentation. The research method was qualitative. The data was collected through in-depth interviews, observation and documentation studies. The result of this study shows that Sumeks has established horizontal and multi-platform integration in the ownership dimension. Sumeks has employed cross promotion on a tactical level. Sumeks has collaborated between divisions and partners in the structural dimension. Sumeks has also used new media in terms of acquiring information, and in terms of presenting news, Sumeks has innovated and kept up with the trends.

**Keywords: convergence, media, mass media**

**Advisor 1**



**Mery Yanti, S. Sos., Ma**

**NIP. 197705042000122001**

**Advisor II**



**Rindang Senja Andarini, M.I.Kom**

**NIP. 1988802112019032011**

**Palembang, 21 July 2021**

**Head of Department Communication Science**

**Faculty of Social and Political Science**

**Sriwijaya University**



**Dr. Andries Lionardo, S.IP., M.Si**

**NIP. 197905012002121005**

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **1.1 Latar Belakang Masalah**

Teknologi Komunikasi seiring berjalannya waktu semakin hari semakin berkembang. Perkembangan pesat bukan hanya terjadi pada bagian industri namun juga pada perusahaan media. Perubahan pada pola dan konsep suatu media, khususnya media komunikasi pada khalayak media telah mengalami perkembangan yang drastis. Perkembangan media komunikasi massa yang dahulu awalnya hanya bisa mengandalkan visual, yaitu berupa surat kabar mulai berkembang dengan kemunculan radio, televisi, dan hingga kini telah menggunakan alat yang lebih efektif dan efisien, yaitu telepon seluler. Menurut Gemiharto (2015:215) telepon seluler yang sudah menerapkan teknologi 4G LTE mampu mengakses segala bentuk komunikasi nirkabel dan media massa yang ada.

Media massa tertua tertua di masyarakat yaitu surat kabar. Sejarah mencatat surat kabar pertama yaitu Corantos pada abad ke-17 di Eropa (Baran, 2012:130). Surat kabar menjadi media informasi yang paling terkena dampak buruk dari revolusi teknologi yang saat ini semakin maju. Kehadiran media informasi yang menghasilkan audio bahkan bisa juga dilihat dari visual ternyata lebih menarik minat masyarakat. Perubahan yang drastis pada dunia teknologi yang saat ini telah melahirkan kecanggihan baru, yaitu internet semakin menggerus kehadiran surat kabar. Hal ini sesuai dengan data Nielsen pada tahun 2017 menyatakan bahwa jumlah pembaca media cetak hanya 8% atau sebanyak 4,5 juta orang sedangkan jumlah pembaca melalui media digital sebesar 11% atau sebanyak 6 juta orang.

Keberadaan inovasi terbaru berupa internet tidak hanya mampu mentransmisikan beragam informasi saja namun juga dapat menciptakan suatu keadaan baru berupa realitas materialitas yang hadir dalam dunia maya. Revolusi teknologi yang awalnya menghadirkan media informasi dari media konvensional berupa surat kabar, radio, televisi saat ini telah mampu menghadirkan berupa media digital yang dihasilkan dari konvergensi media.

Hal ini dilakukan tidak lain agar keberadaan perusahaan media tersebut bisa tetap bertahan.

Revolusi teknologi terus menciptakan hal-hal baru dan menjadikan media terkonvergensi sehingga media informasi turut mengalami perubahan dalam hal keberagaman *mediaplatform* atau saluran media baru. Hadirnya media baru disebabkan adanya pergeseran aspek ekonomi, sosial, dan teknologi yang nyata terjadi di masyarakat (McQuail, 2012:148). Dampak adanya konvergensi media yang mengalihkan media konvensional menjadi media digital membuat perubahan besar pada dunia jurnalistik. Adanya perkembangan pada media baru ini membuat media terdahulu dituntut untuk mampu beradaptasi dan melakukan inovasi agar tidak mati (Roger Fidler dalam Khoiri dan Nurbaya, 2019:58).

Beberapa ahli media pun turut meramalkan jika akan ada perubahan dahsyat pada media massa, terkhusus jurnalistik media cetak. Internet berperan besar dalam menjawab ramalan tersebut. Hal ini dapat dilihat bagaimana internet mampu mengalihkan minat masyarakat dan pergeseran yang signifikan pada surat kabar. Pada era yang *serbainstan* ini membuat masyarakat lebih memilih untuk mengakses informasi melalui portal *online* dan jejaring sosial dibandingkan mencari dan membeli surat kabar cetak. Terhitung untuk pengguna internet di Indonesia menurut data dari Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia (APJII) periode tahun 2019-2020 yaitu sebesar 196,7 juta jiwa.

Daya tarik dari internet di kalangan masyarakat mengakibatkan banyak dampak buruk bagi media cetak di Indonesia, setidaknya menurut Arista (2018:16) tercatat sejak 2010 perusahaan media cetak mulai mengalami kemunduran dan berakhir tutup. Pada tahun 2014, Harian Soccer menutup perusahaannya, tanggal 31 Oktober 2015 media cetak Harian Bola dan Jakarta Globe tutup, disusul pada awal Januari 2016 keruntuhan media cetak Sinar Harapan. Tak berhenti disitu, Majalah Fortune, Chip dan Jeep, Hai, Media cetak harian, mingguan, bulanan dan terakhir koran harian lokal juga turut runtuh karena ketatnya persaingan dan perubahan pola hidup manusia.

Data dari Hootsuite tahun 2019 mengungkapkan bahwa ada 4.437 milyar yang menjadi pengguna internet di seluruh dunia. Berdasarkan data tersebut artinya terlihat jelas bahwa adanya internet ini telah membuat kebiasaan baru bagi masyarakat, yang awalnya saat ingin mengetahui informasi melalui surat kabar memakan waktu cukup lama dan butuh transportasi. Kini berkat adanya internet masyarakat bisa lebih mudah dan cepat dalam mengetahui informasi terbaru yang terjadi, baik itu lokal maupun internasional. Oleh karena itu, agar perusahaan media surat kabar tetap bisa bertahan, mereka harus melakukan perubahan dan berinovasi agar bisa ikut serta dalam revolusi teknologi dan budaya masyarakat saat ini dengan melakukan konvergensi media.

Konvergensi media bukan hanya berarti pergeseran teknologi media lama ke media baru yang lebih berkembang namun juga pergeseran paradigma budaya, industri dan sosial (Khoiri dan Nurbaya, 2019:53). Konvergensi menyatukan berbagai layanan dan teknologi informasi dan komunikasi ICTS (*Information and Communication Technology and Services*). Dalam hal ini, konvergensi menyatukan berbagai media penyebar informasi menjadi satu media. Sebelum adanya konvergensi media, industri media saling terpisah satu sama lain sehingga saat adanya konvergensi para pengusaha media menjadikan semua anak perusahaan yang terpisah menjadi satu (Wardhani dan Putra, 2012:590). Konvergensi media menimbulkan perubahan pada tiga aspek yaitu budaya, teknologi, dan pekerja. Pada aspek teknologi, terjadi perkembangan media yang *multiplatform* sedangkan dalam aspek pekerja, para jurnalis dituntut untuk mampu *multitasking* dalam menghasilkan foto, video, dan berita agar mampu serasi untuk ditampilkan di media cetak maupun di media *online*.

Media cetak merupakan media yang paling terkena dampak oleh adanya kemajuan teknologi yang pesat saat ini. Media cetak harus mampu menciptakan inovasi baru agar tetap bisa bertahan. Perkembangan surat kabar terbaru saat ini menunjukkan adanya peralihan dari media cetak ke media *online (e-paper)*. Kehadiran konvergensi media ini membuktikan jika surat kabar masih bisa tetap bertahan dan ikut serta dalam kemajuan teknologi. *E-*



*paper* merupakan hasil dari konvergensi media menjadi pilihan masyarakat yang ingin membaca informasi dengan cepat dan mudah. Pentingnya media massa konvensional melakukan konvergensi juga disebabkan di era internet seperti saat ini, media *online* dengan produk jurnalistik *online* menjadi sumber informasi yang paling banyak digunakan masyarakat karena jangka waktunya cepat (Santoso dan Lestari, 2019:2).

Menurut Tamburaka (dalam Hamna, 2018:59) media massa cetak di Indonesia yang melakukan konvergensi media pertama serta menjadi perintis *e-paper* adalah Kontan dengan edisi 2 juli 2008. Dilanjutkan surat kabar lain yang menyusul yaitu Tempo, Kompas, Jawa Pos, Republika, Media Indonesia. Jawa Pos merupakan bagian dari Jawa Pos Group. Dilansir dari *website* jawapos.com, Jawa Pos menjadi jaringan media terbesar dengan memiliki 200 media tersebar di seluruh Indonesia. Pada tahun 1995 Jawa Pos memutuskan untuk menerbitkan kembali Harian Pagi Sumatera Ekspres yang sebelumnya bernama Mingguan Trikora, didirikan pada tahun 1962 dan diterbitkan sebelumnya oleh PT. Balantara Sakti Baturaja.

Harian Pagi Sumatera Ekspres (Sumeks) ikut serta dalam arus perkembangan teknologi. Hal ini bisa dilihat dari media-media baru yang sudah terbentuk di bawah bendera Harian Pagi Sumatera Ekspres. Media-media tersebut sebelumnya merupakan produk jurnalistik yang berasal dari berbagai *multiplatform* hingga akhirnya bergabung kedalam satu portal. Berdasarkan hasil wawancara bersama ibu Nrs selaku pimpinan dari media Sumatera Ekspres pada tanggal 24 Januari 2021, Harian Pagi Sumatera Ekspres sudah berkonvergensi dengan banyak media. Agar media-media yang dikonvergensi oleh pihak Harian Pagi Sumatera Ekspres ini lebih terorganisir maka dibentuklah Sumatera Ekspres Grup (Sumeks Grup). Sumeks Grup menjadi induk dari media-media dibawahnya.

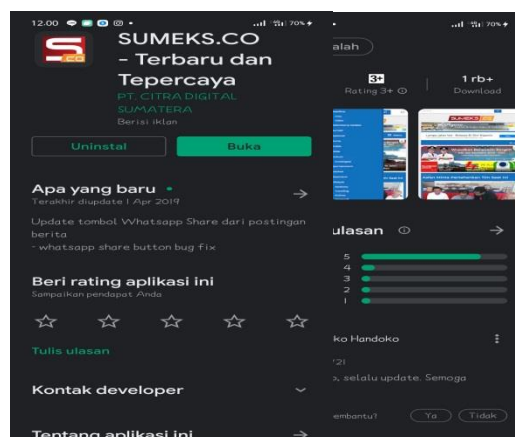
Harian Pagi Sumatera Ekspres melebarkan sayapnya dengan mengakuisisi koran-koran daerah. Tercatat hingga saat ini Harian Pagi Sumeks telah berhasil menghadirkan 17 anak perusahaan yang tersebar di beberapa kota dan kabupaten di Sumatera Selatan di bawah naungan Sumeks Group. Hasil konvergensi berupa media informasi yang telah dihasilkan dari

media Harian Pagi Sumeks sendiri yaitu Sumeks.co yang berada di portal berita *online* dan *channel* Youtube Sumeksco TV yang menayangkan paket berita (*news package*) mengenai isu-isu terkini.

Sumeks.co merupakan koran *online* dari Harian Pagi Sumeks yang dapat dibaca masyarakat secara gratis melalui pencarian *google*. Sumeks.co pertama kali hadir pada 2015 dengan nama awal Sumeks.co.id namun diganti pada tahun 2018 menjadi Sumeks.co. Hingga saat ini Sumeks.co semakin mengalami kemajuan. Hal ini bisa dilihat dari pengunjung harian mencapai 250.000 perhari pada bulan Mei dan grafik pengunjung cenderung meningkat setiap harinya. Kelebihan dari koran *online* Sumeks.co ini selain tidak berbayar atau gratis namun juga menyajikan berita yang cepat dan akurat.

Aplikasi Sumeks.co yang tersedia pada Play Store dan telah diunduh oleh 1 juta lebih pelanggan (dapat dilihat pada gambar 1.1) turut serta dalam mendorong eksistensi dari koran cetak Harian Pagi Sumeks. Jumlah pelanggan hingga saat ini mencapai 10.000. Banyaknya masyarakat yang berlangganan koran melalui aplikasi ini tentu menjadi hal yang sangat menguntungkan bagi Sumeks karena biaya operasional media online Sumeks.co tidak sebesar biaya operasional koran cetak Harian Pagi Sumatera Ekspres.

**Gambar 1. 1**  
**Aplikasi Sumeks.co Tersedia di Play Store**



Dalam menjalankan aktivitas jurnalistik, Harian Pagi Sumeks sangat berantusias untuk selalu memberikan berita lengkap, akurat, dan eksklusif. Hal

ini selaras dengan visinya, yaitu menjadi Harian terbaik yang menyuarakan keadilan dan misinyabertekad untuk menjadi koran yang mencerdaskan (*smart paper*) masyarakat. Hasil kerja keras yang dilakukan pun menuai hasil yang setimpal. Saat ini Harian Pagi Sumatera Ekspres senantiasa mendapatkan penghargaan yang didominasi penghargaan atas berita investigasi terbaik dari Jawa Pos Grup mengalahkan 200 lebih anak perusahaan lainnya.

Harian Pagi Sumatera Ekspres mulai mengawali perjalannya dibidang media cetak. Sumeks menjadi media cetak tertua dan terbesar dibandingkan dengan media cetak lain di Sumsel, diantaranya Tribun Sumsel, Sriwijaya Post, Sumatera Ekspres, Sumsel Post, Palembang Post, Palembang Ekspres, Radar Palembang, Harian Berita Pagi, Seputar Inonesia Sumatera Selatan, Suara Nusantara, Media Sumatera, Suara Sriwijaya, Transparan dan lain-lain.

Media-media yang diakuisisi oleh pihak Sumeks hingga saat ini masih eksis. Alasan utama dari kemajuan dan eksistensi dari setiap anak perusahaandan media-media yang telah diakuisisi oleh Sumeks Grup tidak lain karena induk perusahaan tersebut tidak pernah mendominasi salah satu anak perusahaan dibawah bendera Sumeks Grup. Semua media harus saling mendukung agar semuanya bisa tetap hidup.

**Gambar 1. 2**  
**Situs Berita Online Sumeks**



**Sumber: Situs Resmi Berita Online Sumeks**

Meskipun Sumeks telah melakukan digitalisasi namun tetap saja produk jurnalistiknya diawali dari media konvensional yaitu koran. Berdasarkan hasil pra-riset peneliti dengan Ibu Nr selaku Pimpinan Harian Pagi Sumatera Ekspres, diperoleh data bahwa hingga saat ini Koran Harian Sumeks masih tetap ada peminat sehingga produksi oplah masih berjalan dengan jumlah

85.000 oplah perhari. Banyak strategi inovasi yang telah dilakukan sehingga bisa bertahan dan eksis sampai saat ini. Hasil dari wawancara juga menyatakan bahwa media baru yang dilahirkan dari hasil konvergensi saat ini mengalami peningkatan.

Sumeks.co jumlah pembacanya perhari rata-rata 250.000.. Jumlah pembaca koran *online* berlangganan mencapai 10.000 perbulan, dan jumlah *subscriber* dari TV *online* di *youtube* Sumatera Ekspres mencapai 2.700. Dari data tersebut tentu menunjukkan bahwa konvergensi yang dilakukan Harian Pagi Sumeks mampu menambah pasar baru.

Terdapat beberapa alasan yang menjadi latar belakang peneliti ini melakukan penelitian dengan judul “Konvergensi Media Harian Pagi Sumatera Ekspres”, yaitu:

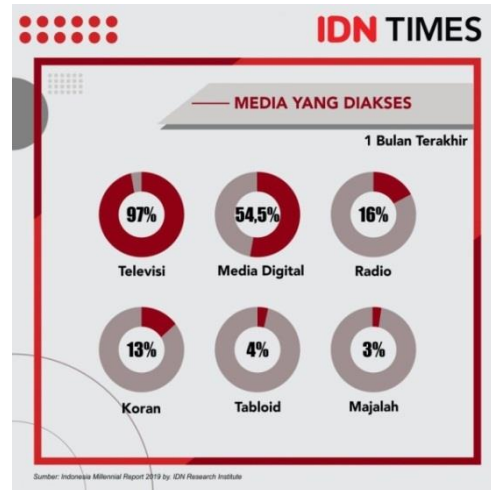
1. Terjadi perubahan budaya masyarakat dalam mengakses dan membaca berita
2. Media konvensional Harian Pagi Sumatera Sumatera Ekspres dianggap kurang efektif
3. Anak muda yang nyaris tidak tersentuh dengan media konvensional Harian Pagi Sumatera Sumatera Ekspres.

### **1.1.1 Terjadi Perubahan Budaya Masyarakat Dalam Mengakses dan Membaca Berita**

Kemajuan teknologi memiliki efek yang besar terhadap kehidupan. Dunia semakin canggih dengan penemuan-penemuan teknologi baru yang membuat pekerjaan lebih efektif dan efisien, tidak terkecuali dalam aktifitas mencari berita. Masyarakat yang sebelumnya saat ingin mengetahui informasi yang terjadi harus bersabar menunggu keesokan harinya karena surat kabar atau koran dalam penerbitannya memerlukan satu hari agar bisa siap dipasarkan. Namun, berbeda dengan keadaan saat ini. Kehadiran internet menimbulkan adanya perubahan budaya dalam kehidupan masyarakat, khususnya dalam pola tingkah laku. Masyarakat seperti ditempa untuk menjadi manusia yang instan, salah satunya dalam hal menerima informasi. Fenomena perubahan budaya masyarakat dalam mengakses

informasi bisa dilihat dari survei yang dilakukan IDN Times tahun 2019, yang tertuang dalam gambar berikut ini.

**Gambar 1. 3**  
**Survei Konsumsi Masyarakat Terhadap Media 2019**



**Sumber: situs idntimes.com**

Informasi yang disuguhkan dari internet tergolong sangat cepat dan murah. Dalam waktu kurang dari satu jam peristiwa yang baru saja terjadi sudah bisa dilihat dan dibaca serta tidak perlu membayar selama jaringan data internet tersedia. Berbeda dengan koran yang memerlukan waktu lebih lama dan cenderung lebih mahal. Walaupun diketahui bahwa koran memiliki keunggulan berita yang lebih aktual, lengkap, jelas dan dapat dipertanggungjawabkan namun tetap saja banyak masyarakat yang beralih pada berita *online* karena selain lebih fleksibel harganya pun lebih murah. Adanya Fenomena inilah koran banyak ditinggalkan masyarakat. Hal ini juga terjadi pada koran Harian Pagi Sumatera Ekspres yang saat ini mengalami penurunan jumlah oplah.

Berdasarkan hasil wawancara bersama Ibu Nr selaku pimpinan Sumeks Pada tanggal 25 Maret 2021, media cetak Harian Pagi Sumeks berada di puncak kejayaan pada periode 2012 hingga 2015 dengan jumlah oplah perhari mencapai 100.000. Namun hal ini tidak berlanjut pada tahun berikutnya, semakin hari jumlah peminat media

cetak semakin berkurang dan ini tentunya berdampak pada jumlah penjualan oplah. Pada periode tahun 2016—2020 penjualan oplah Harian Pagi Sumeks rata-rata berjumlah 85.000 oplah perhari.

### **1.1.2 Media Konvensional Harian Pagi Sumatera Ekspres Dianggap Kurang Maksimal Dalam Menghasilkan Keuntungan**

Koran sebagai media informasi cetak tentu dalam produksinya memerlukan biaya operasional dan hal ini juga berlaku bagi media informasi cetak Harian Pagi Sumatera Ekspres. Berdasarkan hasil wawancara bersama ibu Nr harga kertas saat ini sudah sangat mahal sedangkan jumlah peminat koran cetak semakin berkurang tentu hal ini jika dibiarkan akan berdampak buruk bagi keberlangsungan Sumeks sendiri. Jumlah oplah yang terus berkurang dari yang sebelumnya perhari mencapai 100.000 oplah saat ini rata-rata 85.000 oplah. Keuntungan yang dihasilkan dari penjualankoran cetak Sumeks saat ini tidak dapat mengandalkan dari hasil penjualannya, namun hanya mengandalkan dari sisi iklan. Hal ini berbanding terbalik dengan media digital yang dalam produksinya memerlukan biaya oprasional yang lebih sedikit sehingga keuntungan yang didapatkan cenderung lebih besar dibandingkan keuntungan pada koran cetak. Kurang maksimalnya media konvensional Harian Pagi Sumeks dalam menghasilkan keuntungan mendorong Harian Pagi Sumeks membuat inovasi agar mampu menambah omset pendapatan.

### **1.1.3 Anak Muda Yang Nyaris Tidak Tersentuh Dengan MediaKonvensional Harian Pagi Sumatera Ekspres**

Menurut survey World meters pada tahun 2019 Indonesia merupakan negara besar yang jumlah penduduknya berada di posisi ke-4 terbanyak di dunia dengan jumlah 269 juta jiwa. Namun, posisi tersebut ternyata tidak selaras dengan jumlah minat baca penduduknya. Berdasarkan hasil survey Unesco pada tahun 2016, Indonesia berada di posisi ke 61 dari 62 negara yang diikuti sertakan pada survey minat baca. Melihat dari realita tersebut tentu menjadi

tantanganyang berat bagi media cetak untuk menarik minat masyarakat Indonesia yang dominan tidak memiliki ketertarikan membaca.Survey Nielsen menunjukkan jumlah pembaca media cetak yang setiap tahun mengalami penurunan. Jumlah pembaca media cetak pada tahun 2013 berjumlah 9,5 juta orang namun pada tahun 2017 menurun drastis menjadi 4,5 juta orang pembaca. Jumlah pembaca koran pun didominasi oleh masyarakat yang berusia 20 tahun ke atas sedangkan jumlah pembaca dari 10-19 tahun hanya berjumlah 10%.

Hal serupa juga terjadi pada media konvensional Harian Pagi Sumatera Ekspres. Berdasarkan hasil wawancara bersama Ibu Nrs selaku pimpinan Sumeks Pada tanggal 25 Maret 2021, Harian Pagi Sumeks telah melakukan survey jumlah pembaca berdasarkan rentan umur pada tahun 2020 yang hasilnya menunjukkan bahwa anak muda khususnya pelajar jumlah persentasenya hanya 1%.Berdasarkan jumlah tersebut membuat Media Harian Pagi Sumeks harus dapat membuat solusi yang tepat agar bisa menambah jumlah pasar dari kalangan anak muda sehingga tercipta estafet pembaca yang akan menggantikan para pembaca dominan dari usia di atas 49 tahun ke atas.

Berbagai inovasi telah dilakukan agar anak muda tertarik untuk membaca koran Sumeks, salah satunya Sumeks menghadirkan edisi khusus remaja bernama Zetizen yang letak laman ini berada di halaman tengah koran. Zetizen merupakan edisi khusus yang diperuntukan bagi kalangan generasi Z. Zetizen hadir sabtu dan minggu yang isi kontennya dominan membahas kehidupan para remaja milenial saat ini. Selain itu juga Zetizen sebelumnya rutin mengadakan *event* bagi remaja di kota Palembang, seperti *event* pelatihan jurnalistik, *roadshow Z art Goes to school*, kompetisi Zetzen Nasional *Challege*. Namun, euforia remaja dalam menyambut edisi Zetizen ini nampaknya tidak seantusias saat pertama kali rilis di koran

Sumeks. Hal ini bisa dilihat dari *event* besar yang diadakan terakhir kali yaitu pada tahun 2017 tema “Jadilah Duta Pelajar Zetizen Sumatera Selatan 2017” dan akun sosial media di *instagram* nya pun sudah tidak aktif. Oleh karena itu Sumeks dalam usaha mengikat hati anak muda kembali yaitu dengan mengikuti zaman dan kebiasaan anak muda saat ini yaitu senantiasa mencari informasi melalui media online sehingga Sumeks pula berinovasi dengan menghadirkan berita *online* pada berbagai *platform* dan sosial medianya.



## **1.2 Rumusan Masalah**

Berdasarkan latar belakang yang telah peneliti paparkan di atas maka rumusan masalah yang dapat diambil untuk penelitian ini, yaitu “Bagaimana konvergensi media yang berlangsung di Harian Pagi Sumatera Ekspres?”

## **1.3 Tujuan**

Tujuan dari penelitian merupakan gambaran dari hasil penelitian yang ingin diteliti oleh peneliti. Tujuan dari penelitian ini yaitu “Mengetahui bagaimana konvergensi media yang berlangsung di Harian Pagi Sumatera Ekspres.”

## **1.4 Manfaat Penelitian**

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat teoritis dan praktis kepada pembaca.

### **1.4.1 Manfaat Teoritis**

- 1) Hasil penelitian ini diharapkan mampu memperkaya bidang studi Ilmu Komunikasi khususnya yang berbasis pada pengembangan kajian broadcasting terkait bidang media.
- 2) Penelitian ini diharapkan dapat digunakan sebagai acuan referensi untuk penelitian selanjutnya.

### **1.4.2 Manfaat Praktis**

- 1) Penulis berharap penelitian ini mampu menambah wawasan pengetahuan mengenai konvergensi pada industri media.
- 2) Penelitian ini diharapkan dapat menambah wawasan tentang konvergensi media dalam meningkatkan minat baca.

## DAFTAR PUSTAKA

### SUMBER BUKU

- Bungin, Burhan. 2015. *Penelitian Kualitatif; Komunikasi, Ekonomi, Kebijakan Publik, dan Ilmu Sosial lainnya*. Edisi Kedua. Cetakan Keenam. Jakarta: Kencana Prenada Media Group.
- Baran, Stanley J. 2012. *Pengantar Komunikasi Massa Jilid 1 Edisi 5*. Jakarta: Erlangga
- Creswell, J W. 2016. *Pendekatan Metode Kualitatif, Kuantitatif, dan Campuran*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.
- Effendhie, Machmoed. 2020. *Teori Organisasi. Organisasi Tata Laksana dan Lembaga Kearsipan (ASIP209/Modul 1)*.
- Herdiansyah, Haris. 2012. *Metodolog Penelitian Kualitatif Untuk Ilmu-Ilmu Sosial*. Jakarta: Salemba Humanika.
- Jampel, I N. 2016. *Komunikasi Massa*. Buleleng: Universitas Pendidikan Ganesha.
- Kansong, Usman. (2009). *Ekonomi Media: Pengantar Konsep dan Aplikasi*. Bogor: Ghalia Indonesia
- McQual, Denis. 2012. *Teori Komunikasi*. Jakarta: Salemba Humanika.
- Moleong, Lexy J. 2018. *Metode Penelitian Kualitatif*. Edisi Revisi. Bandung : PT Remaja Rosdakarya.
- Morissan., Wardhani, A,C., Hamid, F. 2010. *Teori Komunikasi Massa*. Jakarta: Galia Indonesia.
- Quiin, S & Filak, V, F. 2005. *Convergent Journalism an Introduction*. New York: Focal Press.
- Rifa'i, Muhammad & Fadhli, Muhammad. 2013. *Manajemen Organisasi*. Bandung: Citapustaka Media Perintis
- Santoso, D, H & Lestar, R, D. *Jurnalisme Online (Menyoal Etika Jurnalistik di Media Online)*. Yogyakarta: Mbridges Press.
- Soeharso, Sonny Y. 2020. *Psikologi Bisnis-Paradigma Baru Mengelola Bisnis*. Yogyakarta: Lautan Pustaka
- Sugiyono. 2013. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta.

Wardhani, D & Putra, A,M. 2012. *Reposisi Komunikasi dalam Dinamika Konvergensi*. Jakarta: Kencana Prenada Media Group.

Winardi, J. 2009. *Teori Organisasi dan Pengorganisasian*. Jakarta: RajaGrafindo Persada

### **SUMBER JURNAL**

Arista, Budi Romadhoni. 2018. Meredupnya Media Cetak, Dampak Kemajuan Teknologi Informasi. *Jurnal An-Nida*.10 (1):13-19.

Asiati, Devi & Nawaw.2016. *Kemitraan di Sektor Perikanan Tangkap: Strategi Untuk Kelangsungan Usaha dan Pekerjaan*. Jurnal Kependudukan 11(2)

Derviana, Annisa dan Rana Akbari Fitriawan. 2019. Konvergensi Pada Media Massa (Studi Deskriptif Kualitatif Mengenai Konvergensi Media di Republika).*Prosiding Comnews*.

Gemiharto, Ilham. 2015. Teknologi 4G-LTE dan Tantangan Konvergensi Media di Indonesia. *Jurnal Kajian Komunikasi*.3 (2):212-220.

Hakim dan Kustiawan, Winda. 2019. Perkembangan Teori Komunikasi Kontemporer. *Jurnal Komunika Islamika* 1(6): 15-31.

Hamna, Dian Muhtadiah. 2018. Konvergensi Media Terhadap Kinerja Jurnalis (Studi Kasus: Fajar TV dan Fajar FM). *Jurnal Tabligh* 19 (1): 58-83.

Karman. 2014. *Monopoli Kepemilikan Media & Lenyapnya Hak Publik*. Jurnal Masyarakat Telematika dan Informasi 5(1)

Khadziq. 2016. Konvergensi Media Surat Kabar Lokal (Studi Deskriptif Pemanfaatan Inteerpet Pada Koran Tribun Jogja dalam Membangun Industri Media Cetak Lokal. *Jurnal UIN Suman Kalijaga* 10 (1): 5-19.

Khoiri, Alfiah Asyir & Siti Nurbaya.2019. Konvergensi Media dan

Mediamorfosis: Strategi Digitalisasi Majalah *Moeslim Choice* dalam proses transformasi Basis Kerja. *Jurnal Studi Jurnalistik* 1(1):52-67.

Nasrullah, Ruli. 2018. Riset Khalayak Digital: Perspektif Khalayak Media dan Realitas Virtual di Media Sosial. *Jurnal Sositologi*, 17(2):271-287.

Nurliah. 2018. Konvergensi dan Kompetisi Media Massa dalam Memenangkan Pasar di Era Media Digital di Makasar. *Jurnal Tabligh* 19(1): 106-118.

Resmadi, Idhar & Sonny Yuliar. 2014. Kajian Difusi Inovasi Konvergensi Media di Harian Pikiran Rakyat. *Jurnal Sositologi* 13(2): 110-118.

Sumual, A K. 2013. *Pengaruh Knowledge Management dan Corporate Culture Terhadap Inovasi (Inovasi Pada Bank Sulut Cabang Utama Manado)*. Jurnal Emba 1(3).

Wahyu, Anton Prihartono. 2016. Surat Kabar dan Konvergensi Media (Studi Deskriptif Kualitatif Model Konvergensi Media Pada Solopos). *Jurnal Channer* 4(1): 105-115.

### **SUMBER SKRIPSI**

Naripati, Rahmadina. 2019. Skripsi. Strategi Komunikasi Persuasif Kantor Pelayanan Pajak (KPP) Pratama dalam Meningkatkan kepatuhan Wajib Pajak Badan. Universitas Sriwijaya.

### **SUMBER LINK WEB**

Ada 800.000 Situs Penyebar Hoax di Indonesia

[http://kominfo.go.id/content/detail/12008/ada-800.000-situs-penyebar-hoax-di-indonesia/0/sorotan\\_media](http://kominfo.go.id/content/detail/12008/ada-800.000-situs-penyebar-hoax-di-indonesia/0/sorotan_media)

Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia (APJII) :  
<https://apji.or.id/content/utama/39>

Jawa Pos

<http://www.jawapos/about-us/>

Media Cetak Mampu Mempertahankan Posisinya

<https://www.nielsen.com/id/en/press-released/2017/media-cetak-mampu-mempertahankan-posisinya/>

Jumlah Penduduk Indonesia 269 Juta Jiwa, Terbesar keempat di Dunia

<http://databoks.katadata.co.id/datapublish/2019/04/29/jumlah-penduduk-indonesia-269-juta-jiwa-terbesar-keempat-dunia>

Jumlah Pengguna Internet di Indonesia Capai 196,7 Juta

<https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2020/11/11/jumlah-pengguna-internet-di-indonesia-capai-1967-juta>

Situs Resmi BPKP 2021

<http://www.bpkp.go.id/sumsel/konten/III/profil-Provinsi-Sumatera-Selatan.bpkpp>

Teknologi Masyarakat Indonesia

[http://www.kominfo.go.id/content/detail/10862/teknologi-masyarakat-indonesia-malas-baca-tapi-cerewet-di-medsos/0/sorotan\\_media](http://www.kominfo.go.id/content/detail/10862/teknologi-masyarakat-indonesia-malas-baca-tapi-cerewet-di-medsos/0/sorotan_media)