



Tren Pola Konsumsi Media di Indonesia Tahun 2015

Call for Paper

The 2nd Indonesia Media Research
Awards & Summit **(IMRAS)** 2015



292

The 2nd Indonesia Media Research
Awards & Summit (IMRAS) 2015

TREN POLA KONSUMSI MEDIA DI INDONESIA TAHUN 2015

Reviewer

Prof Dr Sasa Djuarsa Sendjaja (*Universitas Indonesia*)
Nasihin Masha (*Pengurus SPS Pusat/Pemimpin Redaksi Harian Republika*)
Dr Eriyanto (*Penulis & Peneliti LSI*)
Arief Prabowo (*VP Corporate Communication PT Telkom*)
Dr Irwa Zarkasi, M.Si (*Universitas Al-Azhar Indonesia*)

Editor

Asmono Wikan – Editor.
L Hadi Pranoto – Vice Editor.

Desain & Layout

Komunitas Pejaten Mediatama

Diterbitkan oleh

Serikat Perusahaan Pers (SPS) Pusat
Gedung Dewan Pers Lantai 6
Jl. Kebon Sirih 32-34, Jakarta 10110
T: 021 - 345 9671 ; 021 - 381 1228
F: 021 - 386 2373
E: spspusat@spsindonesia.or.id
W: www.spsindonesia.org

ISBN: 978-602-96140-4-6

Cetakan I, Oktober 2015

Hak cipta dilindungi oleh undang-undang
Dilarang memperbanyak karya tulis ini dalam bentuk dan
dengan cara apapun tanpa ijin tertulis dari penerbit

Daftar Isi

Kategori Media Cetak

Yuli Nugraheni & Maria Yuliasuti

Prodi Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Katolik Widya Mandala Surabaya.
Menjadikan Surya Korannya Orang Jawa Timur (Studi Kasus Strategi Pengembangan Bisnis Harian Surya)

1

Virgitta Septyana & Rustono Farady Marta

Prodi Ilmu Komunikasi – Fakultas Ilmu Sosial dan Humaniora, Universitas Bunda Mulia, Jakarta.
Konstruksi Brand Value Melalui Sign Berupa Layout Berita Dan Iklan Dengan Topik Ibadah Haji Sebagai Marketing Communication Strategy Dalam Menghadapi Persaingan Surat Kabar (Studi Marketing Semiotics Oswald pada Harian Pos Kota dan Harian Rakyat Merdeka Edisi Jumat, 15 Mei 2015)

16

Turnomo Rahardjo

Program Studi Magister Ilmu Komunikasi FISIP Universitas Diponegoro
Jurnalisme Etis Media Cetak Lokal

38

Taufik Suprihatin

Konstruksi Media Atas Pemberitaan Kekerasan Terhadap Perempuan (Kasus TKI Satinah di Harian Suara Merdeka)

59

Surokim

Program Studi Ilmu Komunikasi, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Budaya, Universitas Trunojoyo Madura
Inovasi Halaman Berita Prosumer Yang Muda-Kreatif Berbasis Citizen Reporter Koran Surya Jawa Timur Sebagai Strategi Meraih Dan Memperkuat Pembaca Muda

72

Supadiyanto

Dosen Tetap Akademi Komunikasi Indonesia (AKINDO) dan Akademi Komunikasi Radya Binatama (AKRB) Yogyakarta.
Strategi Kreatif Koran Lokal (Kedaulatan Rakyat/KR) Menggaet Pembaca Muda di DIY-Jateng

92

Sunarto

Program Studi Magister Ilmu Komunikasi – FISIP Universitas Diponegoro Semarang
Wartawan Mencari Iklan: Etika Jurnalistik Baru?

113

Sumarjo

Universitas Negeri Gorontalo
Implikasi Kebijakan Kontrak Halaman Koran Gorontalo Post Terhadap Loyalitas Dan Independensi Wartawan

125

Restiawan Permana

Fakultas Ilmu Sosial dan Humaniora, Universitas Bunda Mulia, Jakarta
Refleksi Pembaca Surat kabar Di Era Digital Dan Tantangannya Bagi Industri Media Cetak

148

Ni Made Ras Amanda Gelgel

Program Studi Ilmu Komunikasi, FISIP Universitas Udayana, Bali
Peran Media Sosial dalam Proses Agenda Setting Media Cetak di Bali (Studi Kasus : Pemberitaan Kasus Pembunuhan Angeline di SuaraBali dan TribunBali)

162

SERTIFIKAT

Diberikan Kepada

Surokim

Universitas Trunojoyo Madura

Sebagai Penyaji
dalam

The 2nd Indonesia Media Research
Awards & Summit **(IMRAS)** 2015

Tren Pola Konsumsi Media
di Indonesia Tahun 2015

Jogjakarta, 7 Oktober 2015

Serikat Perusahaan Pers (SPS) Pusat


Dahlan Iskan
Ketua Umum

INOVASI HALAMAN BERITA PROSUMER YANG MUDA-KREATIF BERBASIS CITIZEN REPORTER KORAN SURYA JAWA TIMUR SEBAGAI STRATEGI MERAH DAN MEMPERKUAT PEMBACA MUDA

Surokim

Program Studi Ilmu Komunikasi, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Budaya,
Universitas Trunojoyo Madura Email: surochiem@gmail.com, No. Hp 081330683681
Koresponden: Prodi Ilmu Komunikasi, Fisib, Universitas Trunojoyo Madura
Jln. Raya Telang, PO. Box. 2 Kamal, Bangkalan, Madura 69162

ABSTRAK

Koran cetak di daerah menghadapi tantangan yang semakin berat seiring dengan kemajuan teknologi informasi, konvergensi media, dan era prosumer. Pembaca koran, khususnya pembaca muda saat ini lebih memilih informasi cepat dan instan melalui media sosial dan media digital daripada media versi cetak. Akibatnya, keberadaan media cetak seperti koran cetak semakin ditinggalkan oleh pembaca muda. Dalam kondisi seperti itu media cetak dituntut untuk mampu beradaptasi, berbenah dan melakukan perbaikan sehingga bisa bertahan dan berkembang. Selama ini pengembangan halaman isi media cetak hanya terfokus pada aspek geografis yakni halaman nasional, regional, dan lokal. Sementara pembaca muda kini amat cair dan tidak lagi mendasarkan atas aspek geografis tersebut dan lebih mendasarkan atas psikografis yakni minat, keterlibatan, dan partisipasi. Koran Surya Jawa Timur melakukan inovasi untuk meraih pembaca muda dengan membuka halaman dan kolom Prosumer berbasis Citizen Journalism seperti *yougen, creativa, coolschool, digimaz, citizen reporter*. Selain itu, Koran Surya juga menerima usulan liputan kategori *lifestyle* berbasis *family* dan *community* seperti *travelling, female, hangout, parenting, selebstyle, smartwoman, autotrend, music & movie, home & garden, health & beauty, gadget, culinary, community, female* dengan tips and bahasa yang ringan, khas anak muda, dan tidak mengurui. Kolom ini diterbitkan secara bergantian setiap hari dan merupakan hasil kerjasama antara redaktur dan pembaca. *Sharing* berbagai pengalaman yang menginspirasi ini berhasil menjaring pembaca muda dan keluarga sehingga mampu meningkatkan distribusi dan oplah koran versi cetak fisik. Strategi ini bisa menjadi salah satu terobosan bagi koran daerah untuk tetap bisa bersaing pada era prosumer. Penelitian ini menggunakan paradigma konstruktivis dan metode yang digunakan dalam riset ini adalah *descriptive* dengan analisis kualitatif. Data primer diperoleh melalui wawancara mendalam, dokumen sekunder, dan observasi. Riset ini bisa memberi model bagi inovasi halaman koran cetak sekaligus dapat memperkaya asas dan strategi media cetak. Asasnya adalah *inspiratif, nyata, dekat, interaktif, muda, dan berkelanjutan*. Adapun strategi pengembangan media cetak dapat dilakukan melalui inovasi hal dengan kolom *lifestyle* dan *entertainment* berbasis *family, community* melalui partisipasi *citizen reporter*.

Keywords: koran daerah, inovasi, citizen reporter, prosumer, pembaca muda

Pendahuluan

Koran Surya kini tengah memasuki masa transisi dan regenerasi pembaca sejak didirikan pada 10 November 1989. Koran ini mengalami pasang surut dalam perjalanannya baik dalam raihan oplah maupun jangkauan wilayah pembaca. Sebagai koran daerah, media ini pernah berjaya dalam meraih pembaca hingga ke luar daerah Jawa Timur. Bahkan, distribusi koran Surya pernah mencapai hingga Indonesia timur yakni Timor Timur, Bali, dan Sulawesi Selatan. Koran Surya yang terbit dengan format halaman besar pada saat itu memiliki format yang hampir sama dengan koran nasional yakni lebih memberikan bobot kepada berita politik, kriminal, dan olahraga. Tiras koran Surya relatif stabil pada angka 70.000 - 90.000 dan mampu bertahan hingga 2005.

Seiring dengan hadirnya berbagai koran lokal di daerah, khususnya ekspansi Radar Jawa Pos, koran Surya menghadapi tekanan dan persaingan yang ketat. Ketatnya persaingan antarkoran lokal membuat koran Surya pernah mengalami penurunan oplah yang drastis yakni hanya mencapai 23.000. Kondisi ini membuat koran Surya melakukan rasionalisasi karyawan, wartawan dan berupaya meningkatkan oplah dan akhirnya mampu bangkit kembali pada saat menjelang reformasi tahun 2008 dengan menghadirkan format politik sebagai unggulan dan mampu mencapai tiras hingga 100.000.

Pascareformasi 1998, seiring dengan semakin menurunnya tensi politik, keberadaan koran Surya terus menghadapi tekanan dari para pesaing khususnya di Jawa Timur. Kendati masih bisa menjadi koran nomor dua berada di bawah oplah koran Jawa Pos, tetapi keberadaan koran Surya terus menghadapi tekanan dari para pesaing seiring dengan munculnya berbagai koran baru dan suplemen daerah dari koran nasional. Situasi ini membuat koran Surya terus melakukan evaluasi isi media dan membuat terobosan baru agar masih tetap bisa bertahan dan berkembang.

Selama ini, menurut penilaian dan hasil evaluasi dari manajemen, koran Surya lebih identik sebagai koran laki-laki dan terkesan jantan (macho). Hal ini dapat dicermati dari kolom berita yang lebih banyak memberi porsi pemberitaan untuk pembaca dan konsumen media laki-laki. Seiring dengan menurunnya tensi berita politik pascareformasi, berita koran Surya mulai mengalami kejenuhan dan berakibat kepada menurunnya oplah. Koran Surya sebagai koran politik kemudian berubah format seiring dengan masuknya manajemen tribun-kompas gramedia grup.

Perubahan ini membawa pada perubahan logo yang semula berwarna merah menjadi logo baru yang lebih simple berwarna biru. Masuknya manajemen tribun membuat koran Surya tergabung dalam jaringan bisnis media dengan penyesuaian pada isi dan perubahan pada format dan penamaan beberapa halaman.

Koran Surya diawal tahun 2006 juga sempat membuat terobosan dengan menjual koran berharga Rp.1000,-. Strategi banting harga ini dilakukan untuk meningkatkan oplah dan pembaca di Jawa Timur. Upaya memertahankan pembaca dan pelanggan baru juga dilakukan melalui berbagai cara termasuk pelatihan citizen reporter ke berbagai sekolah sebagai strategi untuk mendorong warga mengenal koran surya dan mengirim liputan berita komunitas sekaligus sebagai upaya untuk memperluas dan meregenerasi pembaca, khususnya pembaca muda. Kini, tantangan koran daerah semakin berat seiring dengan kemajuan teknologi informasi dan perubahan konsumsi media yang ada di masyarakat. Media dituntut untuk bisa menemukan model dan cara baru sehingga koran cetak masih tetap bisa bertahan dan berkembang baik seiring dengan perubahan teknologi dan habit baru konsumen media.

Rumusan Masalah

1. Bagaimana strategi koran surya untuk melakukan regenerasi pembaca koran Surya ditengah perubahan teknologi media dan perilaku konsumen media saat ini?
2. Bagaimana inovasi yang dilakukan koran Surya dalam meraih pembaca muda untuk menghadapi persaingan koran di Jawa Timur?

Tujuan

Riset ini bertujuan untuk mendeskripsikan strategi koran surya sebagai koran yang terbit dari daerah dalam melakukan regenerasi dan transisi pembaca guna mempertahankan, berkembang, dan memperluas pembaca baru. Riset ini secara khusus juga mendeskripsikan strategi inovasi halaman yang dilakukan oleh Koran Surya dalam meraih pembaca baru, khususnya muda. Melalui riset ini juga akan disuguhkan asas dan strategi media cetak dalam menghadapi persaingan media di era konvergen dan prosumer saat ini sehingga bisa menjadi model bagi pengembangan media cetak diberbagai daerah di Indonesia.

Perspektif Teori

Prosumer

Prosumer pada dasarnya adalah konsumen yang sekaligus mampu bertindak menjadi produser dalam waktu bersamaan. Mereka tidak saja menjadi penerima (konsumen), tetapi juga menjadi pengirim dan bisa berbagi peran dalam menentukan isi media. Ciri khas prosumer adalah kemampuan untuk bisa mengirim, berbagi, dan berpartisipasi dalam distribusi informasi. Setiap konsumen media bisa bertindak menjadi konsumen sekaligus menjadi produser dan sumber informasi yang bisa diteruskan dan dibagi kepada pihak lain secara berkelanjutan. Dalam konteks prosumer, konsumen media bisa bertindak menjadi pengevaluasi, pelengkap sekaligus pengevaluasi isi media dalam waktu yang bersamaan. Partisipasi menjadi ciri penting hingga isi media dan validitasnya akhirnya menjadi kerja bersama, kesepakatan dan hasil sharing bersama. Dalam konteks ini ciri interaktif dan saling dialog akhirnya bisa menjadi penentu perkembangan isi media. Dalam konteks ini isi media juga memungkinkan menjadi ajang kolaborasi pengetahuan antarkonsumen media sepanjang waktu, dimanapun, dan kapanpun.

Ruang Publik

Ruang publik media mengacu pada pemikiran Habermas (1993) adalah ruang bertemunya gagasan dan kepentingan berbagai kalangan untuk diabdikan kepada kepentingan dan kebaikan publik. Ruang ini diharapkan dapat menjadi ruang perdebatan kritis tentang kepentingan publik, khususnya menyangkut isu-isu apa yang sepatutnya diperbincangkan dan didiskusikan bagi kepentingan bersama. Ruang ini memungkinkan masyarakat berpartisipasi aktif terlibat dalam diskusi dan arena perjuangan atas kepentingannya. Partisipasi menjadi kata kunci dan ini merupakan wujud kemampuan masyarakat untuk membebaskan diri dari segala bentuk dominasi dari kekuatan lain dan mensejajarkan diri tanpa hegemoni. Proses emansipatoris ini akan terbentuk manakala akses publik terhadap komunikasi terbuka dan mereka terlibat sebagai subyek dalam proses komunikasi.

Media dalam posisi ini diharapkan dapat menjadi jembatan antara ruang privat individu masyarakat, negara dan industri. Bentuk ruang publik media yang diharapkan adalah ruang publik autentik. Akses dan partisipasi publik sebagai subjek atau produser pesan menjadi ukuran keberhasilannya. Media publik memungkinkan situasi komunikasi yang ideal, ruang tempat warga berbicara secara bebas, rasional,

objektif dan bertanggungjawab dalam kedudukan setara serta akses yang terbuka bagi siapa saja yang ingin terlibat. Media termasuk koran lokal dapat menjadi ruang publik lokal, tempat masyarakat menyampaikan aspirasi dan pendapatnya secara bebas dan bertanggungjawab.

Metode Riset

Penelitian ini menggunakan paradigma konstruktivisme (*constructivism paradigm*) dengan jenis penelitian ini adalah kualitatif, yang mendasarkan diri pada aspek *reflective*. (Denzin, 1994). Metode penelitian yang digunakan adalah deskriptif. Metode deskriptif menitikberatkan pada observasi dan suasana alamiah (*naturalistics setting*) (Moleong, 1999). Teknik pengumpulan data dengan observasi, wawancara/*Indepth Interview* dan data sekunder. Teknik sampling yang digunakan adalah purposif (*purposive sampling*). Analisis data yang dilakukan bersamaan dengan pengumpulan data, interpretasi data dan penulisan laporan naratif. Objek riset ini adalah Koran Surya Jawa Timur

Pembahasan

Regenerasi Pembaca Menuju Media Family

Harian pagi Surya diterbitkan oleh Penerbit PT Antar Surya Jaya dengan surat izin usaha penerbitan pers berdasarkan SK Menpen No.202/SK/MENPEN/SIUPP/A.7/1986 dan terbit sejak 10 november 1989. Dengan demikian, koran ini tengah memasuki usia ke-26 tahun. Jika pembaca generasi pertama koran ini adalah usia produktif 25-45 tahun maka pada saat ini pembaca Surya tersebut tengah memasuki usia ke 51 tahun. Sebagai koran yang memiliki pembaca hampir 40% berada pada usia tersebut, maka pada saat ini koran ini membutuhkan generasi pembaca baru untuk menggantikan, memperkuat dan menambah pembaca baru.

Pada awalnya koran Surya mengambil inspirasi atas keberhasilan Koran Pos Kota. Desain pewajahan koran sebagian besar mirip dengan koran pos kota. Hal ini tidak lepas dari sejarah bahwa koran ini didirikan oleh Harmoko yang juga pemilik Koran Pos Kota. Seiring dengan perubahan kondisi sosial, ekonomi, politik dan juga teknologi informasi, koran surya melakukan sejumlah perubahan dalam pewajahan koran dan memfokuskan pembaca di Jawa Timur. Hal ini sesuai dengan tagline koran Surya saat ini ini yakni spirit Jawa Timur. Jumlah halaman koran surya saat

ini sebanyak 24 halaman yang terbagi dalam tiga bagian yakni nasional, Jawa Timur, dan Surabaya.

Guna meraih pembaca muda baru, koran Surya yang sekarang berada dibawah manajemen tribun (kelompok Kompas Gramedia) melakukan berbagai terobosan. Salah satu upaya yang dilakukan untuk regenerasi pembaca itu adalah dengan menjadikan koran Surya sebagai koran keluarga (*family media*). Koran surya mencoba untuk keluar dari anggapan yang selama ini muncul yakni terkesan sebagai koran laki-laki dan macho menjadi koran keluarga. Diharapkan setiap anggota keluarga mulai dari anak, remaja, hingga orang tua cukup membaca surya akan bisa memenuhi semua kebutuhan akan informasi.

Guna menyasar pembaca berbasis keluarga ini, koran Surya mengadopsi beberapa halaman mingguan menjadi kolom tetap harian yang diterbitkan secara bergantian secara selang seling. Fokus utama kepada pembaca keluarga ini diberikan titik berat kepada pembaca muda dengan membuat kolom anak muda yang permanen terbit setiap hari diantaranya halaman YouGen, Citizen Reporter, Creativa, dan Digimaz. Disamping itu juga *lifestyle* anak muda seperti *music and movie*, *coolschool* dan *autotrend*. Dengan demikian semua kebutuhan segmen pembaca keluarga akan bisa dipenuhi oleh koran Surya. Bagi pembaca orang tua, disediakan halaman dan kolom *parenting*, *home and gardeng*, *health dan hangout*. Bagi kalangan ibu dan wanita, koran surya juga memberi porsi lebih seperti *culinary*, *smart woman*, *health and beauty*, dan *female*. Selain itu juga tersedia kolom olahraga (sport). Bagi manajemen Surya, menjadi koran keluarga adalah pilihan yang relatif lebih aman dan belum banyak pesaing. Begitu masuk rumah, semua kebutuhan informasi anggota keluarga bisa lengkap dan terpenuhi hanya dengan membaca satu koran saja.

Perubahan perwajahan koran Surya ini juga dimaksudkan untuk membentuk citra baru sebagai koran yang akrab dan dikenal bagi semua anggota keluarga, khususnya anak muda. Logo yang semula merah disesuaikan dengan jaringan berubah menjadi warna biru. Perubahan warna logo dan juga perubahan halaman kolom ini menyesuaikan induk jaringan dan sekaligus dimaksudkan sebagai transisi pembaca Surya yang sudah terbit selama 26 tahun sejak 1989. Perubahan perwajahan juga nampak pada logo, isi, dan penambahan sejumlah halaman baru.

Sebagaimana diketahui, generasi pertama pembaca koran Surya kini tengah memasuki masa lanjut usia dan tua. Koran surya harus melakukan regenerasi jika

ingin tetap bertahan dan menambah jumlah pembaca. Guna meraih pembaca muda, Koran Surya menggunakan strategi inovasi halaman prosumer berbasis citizen reporter untuk membuka partisipasi dan akses pembaca muda.

Pembaca muda diberi akses untuk mengirim dan mengusulkan ide liputan pada halaman koran Surya. Pembukaan akses dan partisipasi Pembaca ini dimaksudkan untuk menggaet pembaca muda yang bercirikan eksis, partisipatif, dan selfis. Halaman koran Surya dibuat lebih familiar, penuh warna, dengan bahasa ringan. Selain itu, koran surya juga melibatkan pembaca untuk mengirim berbagai aktivitas baik berbasis komunitas maupun keluarga.

Kini, koran Surya menuju koran keluarga yang bisa memenuhi kebutuhan pembaca semua anggota keluarga. Ditambah lagi dengan berbagai halaman lifestyle dan tips ringan dan tidak menggrui membuat koran surya bisa diterima dan menjangkau semua kalangan pembaca dengan menitik beratkan kepada pembaca muda sebagai upaya untuk alih generasi pembaca surya baru. Pengantian wajah koran surya untuk menemukan bentuk baru dalam tiga tahun terakhir nampak jelas dengan informasi lifestyle, muda dan dinamis dengan logo yang lebih dinamis meninggalkan ciri sebagai koran kriminal dan politik yang menjadi ciri khas pada awalnya.

Interaktif, Prosumer dan Meraih Pembaca Muda

Sebagai upaya untuk meningkatkan partisipasi pembaca maka koran surya membuka akses kepada para pembaca untuk berpartisipasi dengan mengirimkan laporan sebagai citizen reporter. Langkah ini ditempuh karena koran Surya setelah menyadari bahwa saat ini perilaku konsumen media telah berubah dan pembaca ingin banyak dilibatkan. Konsumen media kini juga lebih banyak ingin berbagi. Konsumen media seiring dengan perkembangan teknologi informasi pada dasarnya mampu mengakses semua sumber informasi dan telah memiliki preferensi berita sehingga kebutuhan lanjutan konsumen media sebenarnya adalah meminta untuk mendapatkan ruang berbagi. Konsumen media kini lebih memilih untuk diberi akses dan dapat terlibat dalam menentukan isi media yang memungkinkan mereka dapat memberi tanggapan dan juga terlibat secara langsung.

Seiring dengan melubernya informasi, kini kebutuhan masyarakat tidak lagi semata-mata karena persoalan akses untuk mendapat informasi, tetapi justru tindaklanjut berbagi informasi itu yang menjadi perhatian lebih lanjut. Masyarakat

pembaca semakin menunjukkan adanya kecenderungan untuk ikut terlibat, berbagi, dan berpartisipasi dalam berbagai isi media yang dikonsumsinya. Konsumen media sudah mulai sadar bahwa mereka ingin dilibatkan dan akan memilih informasi yang memungkinkan mereka untuk memberi penilaian, tanggapan, dan juga terlibat secara langsung. Bahkan dalam banyak kejadian menyangkut pelayanan publik, masyarakat pembaca perkotaan seperti di Surabaya tidak lagi mempertimbangkan biaya sebagai pertimbangan, dan lebih menghargai keinginan untuk berbagi dan eksis di media.

Konsumen media kini juga semakin cerdas dan mandiri. Mereka pada dasarnya telah memiliki wawasan dan pengetahuan sehingga bisa memberi umpan balik secara aktif. Jika sebuah isi media dapat memberi jalan dan peluang untuk memberi umpan balik maka isi media akan semakin digemari dan mendapatkan tanggapan yang baik. Apalagi saat ini sumber informasi dan program hiburan semakin banyak, maka proses komunikasi timbal balik akan memberi manfaat bagi isi media cetak saat ini. Apalagi media cetak memiliki keunggulan dalam kedalaman bisa menjadikan ikatan yang kuat antara pembaca dan media yang bersangkutan. Media saat ini memang menciptakan untuk menjadi ruang untuk eksis, mendapat pengakuan, memererat hubungan sosial, berbagi informasi, saling terlibat dan interaktif. Pola hubungan media dan khalayak kini tidak lagi menjadi obyek konsumen media semata, tetapi juga menjadi subyek komunikasi.

Koran surya mencoba bergeser dari koran dalam kesan laki-laki menjadi koran berbasis keluarga. Setiap anggota keluarga disediakan kolom untuk memenuhi kebutuhan informasi. Guna meraih pembaca baru maka kolom surya sengaja dibuat lebih nampak segar berwarna, terlihat selalu muda, adopsi *style* muda sehingga isi media selalu nampak dinamis, penuh kejutan dan selalu ada yang baru. Kesan trendy dan akrab sengaja dimaksudkan untuk mengaet pembaca muda. Hal ini lumrah mengingat kelompok muda adalah mayoritas dalam struktur masyarakat kita. Mereka memiliki *style* yang dinamis dan selalu mengikuti trend. *Style* muda ini tidak semata-mata usia, tetapi juga kebiasaan, dan juga klaim diri.

Inovasi Halaman Basis Citizen Reporter

Munculnya halaman citizen reporter merupakan salah satu terobosan koran surya yang progresif. Disaat masyarakat mulai berkurang dalam hal kemampuan literasi, khususnya dalam menulis, koran surya membuka peluang menerima

laporan pembaca sebagai hasil liputan media. Dalam hal ini setiap pembaca koran surya memiliki peluang dan kesempatan yang sama untuk bisa mengirimkan aktivitas dan pengalaman hidup untuk dibagikan kepada pembaca yang lain.

Pembaca surya bisa mengirim naskah dan akan dipilih redaktur untuk diterbitkan. Hingga kini respons pembaca cukup signifikan. Tidak kurang dalam satu hari dalam setiap halaman prosumer berbasis citizen reporter ini kiriman naskah bisa mencapai 20 naskah perhari. Sementara usulan tema, suara konsumen, pelayanan publik bisa lebih dari angkat tersebut. Keberadaan citizen reporter ini semakin mengukuhkan Surya sebagai koran yang membuka luas partisipasi publik dalam media.

Halaman prosumer berbasis Citizen Journalism

Gambar 1
Hal Cipo (Citizen Reporter)



Halaman ini paling banyak menerima kiriman naskah dari pembaca. Halaman ini berisi laporan pembaca terkait dengan aktivitas individual, organisasi, dan juga masyarakat yang inspiratif. Di halaman ini juga menerima liputan pengalaman kuliner di berbagai daerah. Berbagai kalangan usia bisa mengirim naskah di halaman ini mulai dari pelajar, mahasiswa, guru, dan orang tua sering muncul. Bahkan ada pembaca yang mengumpulkan naskah dan sudah diterbitkan dalam buku.

Gambar 2
Hal Yougen (Young generation)



Halaman ini berisi tentang liputan anak muda yang berprestasi dan menjadi inspirator dilingkungannya. Liputan ini agak khas, karena mencari anak muda yang peduli dan berprestasi dalam hal hal khusus yang selama ini luput dari perhatian publik. Liputan ringan dan diharapkan bisa menjadi pemicu anak muda untuk berprestasi dari hal hal kecil yang selama ini luput dari perhatian.

Gambar 3
Halaman Creative



Halaman ini berisi liputan mengenai kegiatan kreatif yang memiliki implikasi bisnis dan ekonomis, khususnya yang dijalankan oleh anak muda. Bisnis kreatif ini juga menyasar bisnis yang selama ini kurang diketahui masyarakat sehingga bisa menjadi sumber inspirasi bagi anak muda untuk menjadi wirausahawan yang mandiri dan tangguh.

Gambar 4
Halaman Digimaz



Halaman ini pada dasarnya adalah memindahkan majalah dinding sekolah ke dalam koran. Halaman ini dipersembahkan kepada para pelajar yang selama ini memanfaatkan majalah dinding sekolah untuk dipindah kedalam berita koran. Diharapkan peluang ini dapat menarik respons para pelajar dan mengandeng para pelajar, khususnya siswa SMU/ sederajat untuk mengetahui koran surya.

Gambar 5
Halaman Coolschool



Halaman ini adalah sisi lain dari pendidikan di luar sekolah sebagai penunjang kegiatan sekolah. Berisi pengalaman para pelajar dan guru dalam menambah wawasan diluar sekolah sebagai bahan pengayaan pelajaran di sekolah. Cerita unik dan menarik serta menginspirasi menjadi sajian menarik di halaman ini.

Gambar 6
Halaman Community



Halaman ini memberi ruang kepada semua komunitas, khususnya yang baru dan unik di Jawa Timur untuk bisa berbagi pengalaman dan gagasan dengan fokus kepada kegiatan sosial.

Adapun halaman *lifestyle* berbasis family yang bisa diusulkan pembaca adalah *travelling, female, hangout, parenting, selebstyle, smartwoman, autotrend, music & movie, home & garden, health & beauty, gadget, culinary, dan female.*

Gambar 7
Halaman Travelling



Halaman ini memberi kesempatan kepada pembaca untuk membagi pengalaman saat melakukan perjalanan wisata dan rekreasi ke berbagai wilayah dan tempat yang bisa menjadi sumber inspirasi pembaca untuk ikut mengunjungi tempat tersebut. Sekaligus memberi inspirasi bagaimana dalam melakukan perjalanan wisata.

Gambar 8
Halaman Female



Halaman ini berisi tentang kegiatan perempuan dan aktivitas seputar problem perempuan. Hal ini disertai dengan berbagai tips untuk para perempuan, khususnya remaja perempuan.

Gambar 9
Halaman Hangout



Halaman ini berisi tentang aktivitas dan tempat mengisi waktu senggang sebagai alternatif nongkrong. Berbagai tempat baru disuguhkan untuk memberi informasi kepada pembaca tempat dan keunikan tempat nongkrong yang menarik untuk dicoba.

Gambar 10
Halaman Parenting



Halaman ini berisi tentang kegiatan orang tua, khususnya panduan bagi orang tua khususnya terkait dengan persoalan tumbuh kembang anak. Diserta tips dan juga konsultasi.

Gambar 11
Halaman Selebstyle



Halaman ini berisi tentang kegiatan artis yang lagi hits dan trend. Informasi selebriti ini biasanya dihubungkan dengan kegiatan yang sedang para artis dilakukan di Jawa Timur.

Gambar 12
Halaman Smartwoman



Halaman ini masih juga tentang wanita, berisi liputan mengenai sisi lain wanita dewasa dan juga seputar sisi sisi lain yang selama ini tidak dan belum mendapat perhatian publik.

Gambar 13
Halaman Autotrend



Halaman ini berisi tentang perkembangan otomotif, khususnya mobil keluarga sehingga bisa menjadi bahan rujukan bagi keluarga untuk memilih dan mengikuti trend perkembangan otomotif.

Gambar 14
Halaman Music & Movie



Halaman ini berisi tentang informasi perkembangan musik dan film. Halaman ini juga berisi liputan mengenai sisi lain dan trend dalam perkembangan musik dan film .

Gambar 15
Halaman home & garden



Halaman ini berisi liputan seputar desain rumah, aksesoris, dan taman. Berbagai trend dekorasi dalam dan luar ruangan disajikan sehingga bisa dijadikan sebagai rujukan didalam menata rumah dan taman.

Gambar 16
Halaman health & beauty



Halaman ini berisi seputar kesehatan, kebugaran, dan dilengkapi dengan hasil konsultasi dokter. Halaman ini juga lebih banyak ulasan kesehatan terkait dengan kecantikan wanita.

Gambar 17
Halaman culinary



Halaman ini berisi mengenai liputan kuliner, khususnya liputan kuliner tradisional dan pembukaan restoran baru yang khas dan unik.

Gambar 18
Halaman Gadget

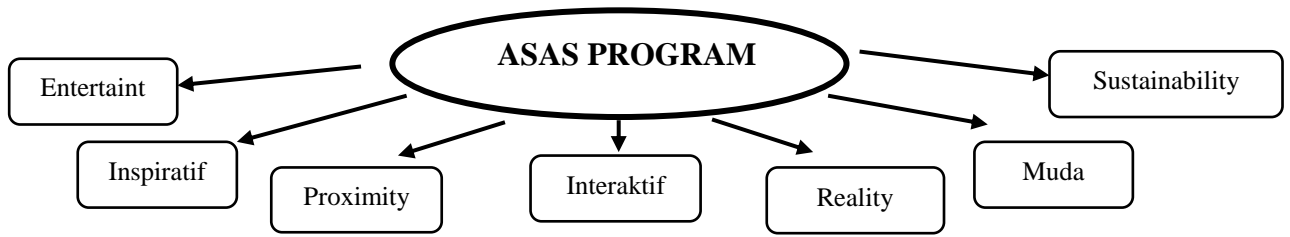


Halaman ini berisi liputan perkembangan mengenai seputar handphone dan aksesorisnya. Dalam halaman ini informasi lebih banyak ditekankan kepada pemahaman akan fungsi dan manfaat teknologi komunikasi.

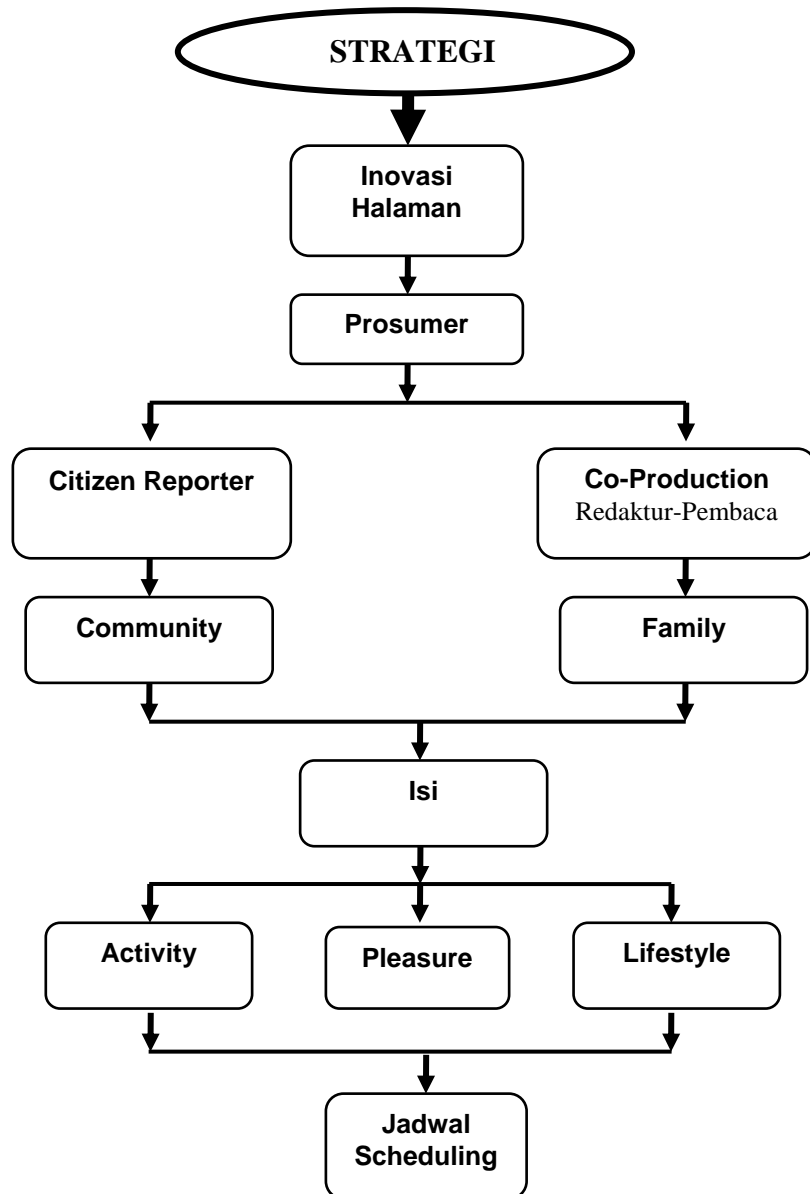
Guna menghindari kebosanan pembaca, redaktur juga menerapkan strategi pemuatan hal secara bergantian selang seling). Cara menghindari kebosanan ini juga terkait dengan pilihan tema yang ringan, tetapi jarang mendapat perhatian sehingga pembaca selalu mendapatkan sesuatu yang baru. Keberadaan redaktur kreatif penting agar isi kolom selalu ada yang baru dan selalu *up to date*. Koran surya juga membuka ruang interaktif melalui melalui sms pembaca yg dituangkan dalam kolom 'lapor cak' yang didalamnya ada suara publik dan *hotline public service*. Suara publik adalah kolom pendek kiriman sms pembaca surya terkait dengan berbagai pelayanan umum. Pengembangan halaman dan kolom baru tersebut terbukti dapat meningkatkan pembaca dan membuat manajemen berani memutuskan untuk kembali meningkatkan harga koran eceran dan berlangganan.

Inovasi koran surya dengan memberi ruang citizen reporter ini dapat memperkaya asas dan strategi yang bisa dikembangkan oleh para pengelola media cetak, khususnya yang berbasis di daerah di seluruh Indonesia sehingga bisa menjadi model yang bisa diterapkan diberbagai koran daerah di Indonesia.

Asas Isi Media Cetak Prosumer



Strategi Media



Simpulan

Koran Surya sebagai koran lokal Surabaya berkembang menjadi koran Jawa Timur dengan menggunakan strategi inovasi halaman prosumer berbasis citizen-reporter (cipo) dan pengembangan isi lifestyle berbasis pembaca muda dan keluarga (family). Inovasi untuk meraih pembaca muda dengan membuka kolom Prosumer berbasis Citizen Journalism seperti Yougen, Creativa, Coolschool, Digimaz, Citizen reporter. Selain itu, Koran Surya juga menerima usulan liputan kategori lifestyle berbasis family seperti travelling, female, hangout, parenting, selebstyle, smartwoman, autotrend, music & movie, home & garden, health & beauty, gadget, culinary, community, female, parenting, culinary, healthy-beauty, music and movie, griya-home and garden, hangout, community, dan otomotif. Kolom ini diterbitkan secara bergantian setiap hari dan merupakan hasil kerjasama antara redaktur dan pembaca yang disajikan secara dalam bahasa yang ringan khas anak muda yang bercirikan creative, inovatif, dan selalu ingin eksis. Berbagi (*sharing*) pengalaman yang menginspirasi ini berhasil menjaring pembaca muda dan berbasis keluarga sehingga mampu meningkatkan distribusi dan oplah koran versi cetak fisik. Strategi ini bisa menjadi salah satu terobosan bagi koran daerah untuk tetap bisa bersaing pada era kini. Bahkan dalam hal tema liputan, redaktur bisa menerima usulan dan kiriman berita dari pembaca. Inovasi ini bisa memperkuat model pengembangan media dengan asas entertaint, inspiratif, nyata, dekat, interaktif, muda, dan berkelanjutan. Adapun strategi pengembangan media cetak dapat dilakukan melalui inovasi hal dengan kolom lifestyle dan entertainment berbasis family dan community.

DAFTAR PUSTAKA

- Denzin, Norman K., and Yvonna S. Lincoln (1994). *Handbook of Qualitative Research*, Thousand Oaks, London
- McQuail, Dennis (1992). *Media Performance: Mass Communication and the Public Interest*, London: Sage Publications
- Moleong, Lexy J. (1999) *Metode Penelitian Kualitatif*, PT. Remaja Rosdakarya, Bandung, 1999
- Rennie, Ellie, (1997). *Community Media in the Prosumer Era*, Journal of Community, Citizen's and Third Sector Media and Communication, Issue 3, Australia
- M. Carmen García-Galera, Angharad Valdivia, (2014) *Media Prosumers. Participatory Culture of Audiences and Media Responsibility*, Journal of Comunicar Vol. 43, XXII, Spain. dalam <file:///C:/Users/user/Downloads/Comunicar-43-Garcia-Valdivia-10-13-english.pdf> diakses 2 September 2015

Indonesia Media Research Awards & Summit (IMRAS)

Indonesia Media Research Awards & Summit (IMRAS) mengusung tema "Tren Pola Konsumsi Media di Indonesia". Melalui kegiatan IMRAS ini dapat memberikan ruang dan wahana bagi civitas perguruan tinggi terutama dosen/akademisi untuk melakukan penelitian media khususnya media cetak, media online, dan media sosial di Indonesia. Sekaligus merupakan apresiasi SPS Pusat bagi para peneliti media.

Di sisi lain, hasil penelitian peserta IMRAS juga dapat digunakan oleh perusahaan pers untuk menjadi *insight* tentang tren pola konsumsi media di Indonesia. Apalagi, memang, riset tentang media dan pola perilaku konsumen media di negeri ini sungguh masih sangat langka. Sementara perkembangan media berlangsung cepat, baik dari sisi perilaku konsumsi membaca, pertumbuhan bisnis media (iklan, konten, sirkulasi, dan tingkat kepembacaan), maupun teknologi informasi yang mengikuti tren media.

SPS Pusat telah mengagendakan forum IMRAS akan menjadi forum tahunan dengan tema-tema yang sangat dinamis, mengikuti tren industri media secara universal. Kedepan SPS meyakini IMRAS bisa semakin banyak diminati para peneliti media di perguruan tinggi. Sekaligus menjadi ajang prestisius bagi pengembangan keilmuan, pengetahuan, dan teknologi industri media di Indonesia.

Serikat Perusahaan Pers (SPS) Pusat

Gedung Dewan Pers Lantai 6
Jl. Kebon Sirih Kav 32 - 34 Jakarta 10110
Telp : 021.345 9671, 381 1228. Fax 021. 386 2373

Diterbitkan oleh:
Serikat Perusahaan Pers (SPS) Pusat

ISBN 978-602-96340-4-6

