

Strategi Transformasi Media Cetak Suara Merdeka Menghadapi Tantangan Era Digital

Annora Zoebella Nugrahita Herlambang¹, Lisa Mardiana²
Ilmu Komunikasi /Fakultas Ilmu Komputer/ Universitas Dian Nuswantoro
zoebella942002@gmail.com¹, lisa.mardiana@dsn.dinus.ac.id²

Abstract

The occurrence of the revolution 4.0 phenomenon has greatly influenced the media industry, including Suara Merdeka. This research aims to find out the strategic transformation implemented by Suara Merdeka as the oldest media company in Central Java in the digital era based on Roger Fidler's theory of mediamorphosis. This research carries out an in-depth study through the concept of mediamorphosis, namely the process of coevolution, convergence and complexity of the transformation of Suara Merdeka in the digital era. The method used in this research is a case study with a qualitative approach, in order to understand and reveal in depth the cases that occur in Suara Merdeka through qualitative data. The results of this research are that in the co-evolution process Suara Merdeka has computerized and adopted digital language by giving birth to suaramerdeka.com, Suara Merdeka TV on YouTube, and e-paper. In the convergence process, Suara Merdeka has implemented digital convergence and journalistic convergence. Meanwhile, the complexity that occurred at Suara Merdeka was experiencing predictions of company bankruptcy and less than optimal adoption of digitalized journalistic products, e-paper. However, this is an opportunity for Suara Merdeka to extend the life of the Suara Merdeka Daily newspaper and maintain its existence.

Keywords: Media Transformation, Mediamorphosis, Coevolution, Convergence, Complexity

Abstrak

Terjadinya fenomena revolusi 4.0 sangat memengaruhi industri media, termasuk Suara Merdeka. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui transformasi strategis yang diterapkan oleh Suara Merdeka sebagai perusahaan media tertua di Jawa Tengah pada era digital berdasarkan teori mediamorfosis gagasan Roger Fidler. Penelitian ini melakukan kajian secara mendalam melalui konsep mediamorfosis, yaitu proses koevolusi, konvergensi, dan kompleksitas terhadap transformasi Suara Merdeka di era digital. Metode yang digunakan pada penelitian ini ialah studi kasus dengan pendekatan kualitatif, agar dapat memahami dan mengungkap secara mendalam kasus yang terjadi pada Suara Merdeka melalui data kualitatif. Hasil dari penelitian ini bahwa pada proses koevolusi Suara Merdeka telah melakukan komputerisasi dan mengadopsi bahasa digital dengan melahirkan suaramerdeka.com, Suara Merdeka TV pada Youtube, dan e-paper. Pada proses konvergensi, Suara Merdeka telah mengimplementasikan konvergensi digital dan konvergensi jurnalistik. Sedangkan kompleksitas yang terjadi pada Suara Merdeka, yaitu mengalami prediksi kebangkrutan perusahaan dan kurang maksimalnya pengadopsian produk jurnalistik hasil digitalisasi, e-paper. Namun, hal tersebut dijadikan peluang bagi Suara Merdeka untuk dapat memperpanjang usia koran Harian Suara Merdeka dan mempertahankan eksistensinya.

Kata Kunci: Transformasi Media, Mediamorfosis, Koevolusi, Konvergensi, Kompleksitas

PENDAHULUAN

Industri 4.0 mengantarkan era digital yang berdampak pada berbagai bidang kehidupan, termasuk pada industri komunikasi yang di dalamnya juga termasuk media massa. Fenomena serba digital yang terjadi hampir di seluruh belahan dunia, termasuk di Indonesia ini memaksa industri komunikasi massa melakukan perubahan mulai dari struktur hingga penyajian pesan. Kehadiran internet menekan dan mendorong media massa, seperti media cetak ataupun media penyiaran untuk mengadopsi teknologi berbasis digital dengan memanfaatkan jaringan atau yang biasa disebut online. media cetak seperti surat kabar merasa dituntut untuk memiliki layanan berita secara daring apabila ingin industri medianya terus berjalan. Upaya ini dilakukan seiring berkembangnya zaman akibat terjadinya peningkatan pengguna internet di kalangan masyarakat. Berdasarkan survei yang dilakukan oleh Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia (APJII) mengenai Penetrasi dan Perilaku Pengguna Internet tahun 2023 menghasilkan bahwa tingkat penetrasi internet di Indonesia tahun 2023 sebesar 78,19%. Sedangkan, apabila ditarik mundur satu tahun sebelumnya tingkat penetrasi internet di Indonesia tahun 2022 sebesar 77,02%. Sehingga dapat disimpulkan bahwa setiap tahunnya terjadi peningkatan persentase penetrasi internet di Indonesia, seperti peningkatan penetrasi internet dari tahun 2022-2023 sebesar 1,17%.

Perkembangan teknologi tidak hanya informasi yang terbatas dari surat kabar dan majalah, melainkan informasi juga dapat diperoleh masyarakat melalui internet (Muchtar & Ghalia, 2018). Perubahan teknologi informasi dan komunikasi berlangsung sangat cepat hingga berdampak pada perubahan bentuk pilar korporasi media cetak, termasuk transformasi dalam bentuk situs berita untuk harus selalu adaptif dan inovatif agar tidak tertinggal oleh tren dan kemungkinan terburuknya mengakibatkan industri-industri media gulung tikar. Sebagaimana Roger Fidler menjelaskan fakta bahwa surat kabar dan juga majalah telah mencapai akhir penerbitan tinta di atas kertas bukan berarti publikasi-publikasi cetak dan kata tertulis sudah punah (Puspita, 2019).

Saat ini penggunaan media menjadi salah satu dampak terjadinya perubahan budaya dalam mengonsumsi media. Hal ini mengakibatkan pamor dari surat kabar menurun drastis karena audiens telah beralih ke internet. Berbagai jenis media, seperti surat kabar, majalah, tabloid, radio, hingga televisi memperlihatkan grafik penurunan. Sebaliknya, jumlah pengguna media berita online yang meningkat apabila dibandingkan dengan pengguna media berita lainnya dalam beberapa tahun terakhir. Dewan Pers tahun 2023 meng-*update* data terkait jumlah perusahaan media yang telah terverifikasi di Indonesia hingga Agustus 2023 sebanyak 1.766 perusahaan media dan diketahui bahwa media digital mendominasi sebanyak 941 perusahaan serta masih akan terus bertambah.

Melihat teknologi yang semakin berkembang, mengakibatkan hampir semua perusahaan media cetak telah memiliki versi media digital. Upaya itu dilakukan dengan bertransformasi bentuk yang semula hanya media cetak, saat ini juga merambah ke media digital. Fenomena transformasi media ini juga terjadi pada Suara Merdeka. Suara Merdeka yang berawal sebagai salah satu perusahaan media cetak, salah satunya koran terbesar di Jawa Tengah yang lahir di Kota Semarang pada tahun 1950. Nama Suara Merdeka tidak asing terdengar di telinga masyarakat Jawa Tengah, sebab Suara Merdeka adalah salah satu *brand* media dengan pangsa terbesar di Jawa Tengah dan telah berdiri selama puluhan tahun yang

sedang menghadapi arus perubahan pasar media. Penurunan jumlah pembaca koran Suara Merdeka membuat perusahaan media ini terus memutar otak untuk bertransformasi secara strategis agar dapat meraih *goals* dan mempertahankan eksistensinya. Akhirnya kini Suara Merdeka tidak hanya berfokus pada media cetak, tetapi telah mengalami perkembangan menjadi media digital agar dapat dikonsumsi oleh masyarakat luas.

Penelitian ini sangat berkaitan dengan transformasi strategis dalam proses pendigitalisasian pada media massa, khususnya media cetak. Penelitian serupa mengenai mediamorfosis dengan subjek dan objek penelitian yang berbeda telah dilakukan. (Marcelina et al., 2020) melakukan penelitian yang berjudul *Mediamorfosis Radar Bandung*, penelitian ini menyimpulkan koevolusi Radar Bandung telah mengimplementasikan bahasa digital dan melahirkan media online radarbandung.id dan bandung.pojoksatu.com. Kemudian Radar Bandung juga menghasilkan konvergensi teknologi dan jurnalistik, serta kompleksitas dengan mengadopsi scan QR code. (Suryawati & Irawan, 2022) melakukan penelitian serupa dengan judul *Transformasi Media Cetak ke Platform Digital (Analisis Mediamorfosis Harian Fajar Makassar ke Fajar.co.id)*. Penelitian ini menunjukkan bahwa Harian Fajar berusaha bertransformasi (mediamorfosis) ke laman daring, yaitu fajar.co.id dengan tidak memberhentikan Harian Fajar. Hal ini bertujuan untuk memenuhi kebutuhan informasi masyarakat, baik di wilayah Sulawesi Selatan maupun di luar Sulawesi Selatan.

Penelitian (Suryawati & Alam, 2022) berjudul *Transformasi Media Cetak ke Platform Digital (Analisis Mediamorfosis Harian SOLOPOS)*. Penelitian ini menunjukkan bahwa Harian Solopos bertransformasi mendirikan solopos.com. Konvergensi media Solopos mengintegrasikan Harian Solopos (media cetak), solopos.com (media online), Solopos FM (radio), dan Solopos TV (TV Streaming). Solopos menerapkan strategi atau tata kelola *single newsroom* untuk memaksimalkan pengelolaan Harian Solopos, solopos.com, dan Solopos TV. Menghadapi kompleksitas media ini melakukan gagasan-gagasan inovasi, seperti memperkuat produksi koran, menerbitkan anak Harian SOLOPOS, menjual produk koran digital, dan berinovasi melengkapi produk koran dengan produk dalam bentuk audio, video, online, dan digital.

Beberapa penelitian seputar transformasi media massa yang telah dilakukan sebelumnya seperti di atas memiliki beberapa perbedaan dengan penelitian yang akan dibahas ini. Beberapa penelitian di atas hanya terfokus pada bagaimana mediamorfosis yang terjadi pada suatu media massa. Sedangkan penelitian ini memiliki fokus membahas transformasi strategis menggunakan teori mediamorfosis gagasan Roger Fidler. Penelitian ini juga memiliki objek dan subjek penelitian yang berbeda. Tulisan ini diharapkan dapat memberikan kontribusi sebagai upaya memperbaiki dan menyempurnakan strategi dalam mempertahankan eksistensi Suara Merdeka pada era digital.

Transformasi strategis merupakan suatu proses yang dilakukan oleh perusahaan media guna menyesuaikan dirinya dengan lingkungan bisnis yang dinamis dan juga kompetitif (Oliver, 2018). Pada penelitian yang dikemukakan oleh (Oliver, 2018) menerangkan Pettigrew, Thomas dan Whittington menganjurkan bahwa dalam memahami transformasi strategis suatu perusahaan media di lingkungan yang dinamis perlu memahami strategi perusahaan tersebut dan juga literatur kemampuan. Pentingnya merancang strategi perusahaan dapat memandu berlangsungnya proses transformatif sehingga mampu memberikan keberhasilan adaptasi strategis suatu perusahaan media. Diketahui bahwa adaptasi tambahan dari strategi perusahaan,

sumber daya, dan kemampuan jangka panjang dapat menghasilkan transformasi strategis suatu perusahaan.

Telah dijelaskan sebelumnya bahwa landasan dalam penelitian ini adalah teori mediamorfosis dari gagasan Roger Fidler. Mediamorfosis muncul berdasarkan gabungan dua kata, yaitu media dan metamorfosis. Media merupakan medium atau sarana komunikasi, sedangkan metamorfosis merupakan perubahan suatu bentuk. Sehingga dapat diketahui secara singkat bahwa mediamorfosis berarti perubahan bentuk dari suatu sarana komunikasi ke sarana komunikasi lainnya. (Fidler, 1997) memandang mediamorfosis sebagai suatu metode untuk mengintegrasikan perkembangan teknologi ke dalam media komunikasi. Ia memandang bahwa fenomena kemunculan media baru tidak selamanya akan mempercepat terjadinya kehancuran terhadap media lama. Ia juga memberikan pandangan mengenai gambaran teknologi yang akan datang dan nasib dari media lama yang akan terjadi kedepannya. Sehingga para praktisi media, khususnya media cetak dapat menyusun strategi dalam bermetamorfosis. Dengan begitu, Roger Fidler memperkenalkan sebuah proses cara berpikir mengenai transformasi media beserta adaptasinya yang dinamakan mediamorfosis.

Teori mediamorfosis yang dikemukakan oleh Roger Fidler mengungkapkan bahwa terjadinya perkembangan media tidak dapat menggantikan keberadaan media cetak dengan begitu saja. Kemunculan *New media* atau media baru dipastikan tidak akan kuat atau awet. Sebab berbarengan dengan datangnya bentuk-bentuk media komunikasi baru, media yang lebih dahulu tidak hilang tetapi justru selalu berkembang dan beradaptasi (Fidler, 2003). Disimpulkan secara ringkas bahwa mediamorfosis merupakan suatu bentuk transformasi media sehingga media massa lama tidak akan mati dan tersingkirkan oleh media massa baru. Roger Fidler memaparkan bahwa terdapat tiga konsep pada teori mediamorfosis, antara lain koevolusi, konvergensi, dan kompleksitas. Pada setiap konsep tersebut mencirikan transformasi media komunikasi akibat perkembangan teknologi komunikasi.

Menurut (Fidler, 1997) prinsip dari koevolusi yaitu segala bentuk komunikasi manusia yang berhubungan dengan budaya dan berkembang. Koevolusi merupakan suatu perubahan penggunaan bahasa lisan dan juga tulisan yang digunakan sebagai bahasa keseharian dalam mengoptimalkan jenis baru yang dikenal dengan sebutan bahasa digital. Bahasa digital ini ialah *lingua franca* komputer yang terdiri dari jaringan-jaringan komunikasi global. Kode-kode komunikator sebagai perwujudan sifat-sifat dasar media yang membantu dan mendukung komunikasi. Kode-kode komunikator inilah yang disebut dengan istilah Bahasa.

Proses koevolusi terbagi menjadi tiga tahapan mediamorfosis (Marcelina et al., 2020) Bahasa lisan sebagai Tahap pertama dimana mediamorfosis besar pertama yang diidentifikasi dengan kelahiran bahasa lisan manusia. Selanjutnya tahapan kedua ialah bahasa tulisan dimana kemunculan komunikasi lisan yang didapati tidak dapat memfasilitasi kembali kebutuhan komunikasi manusia sehingga bahasa tulisan menjadi pilihan dalam upaya pemenuhan keterbatasan aspek komunikasi manusia. Tahap ketiga ditandai dengan pemakaian listrik dalam berkomunikasi di awal abad kesembilan belas. Maka dari itu, dapat dikatakan bahwa berkenaan dengan berjalannya proses koevolusi pasti melahirkan satu bentuk media komunikasi manusia.

Pada era sekarang bahwa media massa yang lahir berbentuk dalam media elektronik seperti radio, televisi, dan juga media digital atau online. Saat ini yang dimana berada pada abad ke-21 telah berkoevolusi mengalami tahap ketiga yang mana penggunaan listrik dan

komputer sangat berkaitan erat dengan komunikasi manusia atau yang juga dikenal dengan *cyberspace*. Menurut Howard Rheingold dalam (Nasrullah, 2018) bahwa *cyberspace* adalah ruang konseptual dimana semua kata, hubungan, data, kesejahteraan, dan juga kekuatan terwujudkan melalui teknologi CMC atau *Computer Mediated Communication* (komunikasi yang dimediasi komputer).

Proses penggabungan bentuk-bentuk media komunikasi baru dengan media komunikasi yang sebelumnya telah ada disebut konvergensi. Jenkins dalam (Marcelina et al., 2020) menyatakan terdapat gabungan unsur 3C dalam konvergensi media, yaitu *computing* (penginputan data melalui komputer), *communication* (komunikasi), dan *content* (materi/isi konten). Pandangan bagi dirinya terhadap konvergensi teknologi manusia saat ini yang dapat memperoleh semua jenis informasi mulai dari format audio, gambar hingga kata-kata digital menjadi konten terstruktur yang dapat digunakan pada suatu platform. Platform yang dimaksud tersebut seperti komputer, tablet, ponsel, dan lain sebagainya.

Konsep konvergensi berfokus pada bentuk media yang lebih campuran. Konsep ini menciptakan metamorfosis dari pertemuan setiap entitas yang saling bertemu sehingga menjadi sebuah transformasi dan menciptakan entitas baru. (Severin & Tankard, 2011) juga mengklaim bahwa konvergensi atau penggabungan layanan yang sebelumnya terpisah yang diwujudkan, seperti internet, televisi, kabel, dan juga telepon. Salah satunya ialah masalah teknis dimana lebih banyak konten media dimasukkan dalam format digital yang berbentuk bit.

Seiring berjalannya zaman, terdapat banyak perubahan pada segala aspek, seperti teknologi, budaya, dan lainnya. Selama perubahan-perubahan itu terjadi, tentunya tidak mungkin jika keadaan akan baik-baik saja. Pasti akan mengalami suatu situasi yang kacau atau *chaos*. Pada masa perubahan yang besar seperti yang sedang dialami saat ini, bahwa segala sesuatu di sekitar kita seolah-olah berada dalam keadaan kacau balau. Situasi ini disebut sebagai konsep kompleksitas yang lahir sebagai akibat dari proses konvergensi. Konsep ini muncul dari situasi dan keadaan yang memaksa untuk bergerak melakukan perubahan.

Chaos ini dinilai sebagai elemen perubahan yang penting. Melalui situasi kacau inilah memunculkan ide-ide baru yang mengubah atau mentransformasikan dan memberi energi pada sistem (Fidler, 2003). Diperkirakan bahwa kepunahan media cetak akan terjadi seiring zaman yang akan selalu berkembang sebab mempunyai sifat yang saling memiliki keterkaitan dengan ketersediaan medium kertas sebagai sarana untuk mencetak informasi atau materinya. Namun ternyata disanggah oleh realita pada abad ke-20, dimana surat kabar telah bermetamorfosis menjadi suatu medium (Marcelina et al., 2020). Transformasi yang terjadi kemudian menjadi sebuah bentuk medium yang populer dan terbaru jika dibandingkan dengan media cetak sebelumnya. Ditemukannya bahasa digital dan komputer digital pun mendorong media cetak untuk melakukan perubahan atau bertransformasi ke medium media baru atau yang disebut media online.

METODE PENELITIAN

Berdasarkan tujuan penelitian untuk mengungkap, mempelajari sekaligus menguasai sebuah kasus permasalahan yang terjadi secara mendalam mengenai transformasi strategis yang dijalankan Suara Merdeka dalam mempertahankan eksistensinya di era digital, maka

metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah kualitatif dengan jenis pendekatan studi kasus. Metode kualitatif menurut David Williams dalam (Fajriana, 2023) merupakan upaya peneliti dalam mengumpulkan data yang didasari latar ilmiah sehingga menghasilkan penelitian yang ilmiah dan dapat dipertanggungjawabkan. Sedangkan studi kasus diartikan sebagai suatu metode pemahaman individu yang dilakukan secara integratif dan komprehensif hingga mampu memperoleh pemahaman secara mendalam dengan tujuan dapat mengungkap permasalahan tersebut dan terciptalah perkembangan yang baik (Rahardjo & Gudnanto, 2022).

Penelitian ini menggunakan data primer dan data sekunder. Data primer pada penelitian ini dikumpulkan dari pemimpin redaksi, general manager marcomm & socmed, dan jurnalis Suara Merdeka. Sedangkan data sekunder pada penelitian ini diperoleh dari literatur yang dikeluarkan Suara Merdeka, jurnal dengan topik yang sesuai penelitian ini dan sudah terdahulu, website resmi Suara Merdeka, buku dengan teori terkait, media digital resmi milik Suara Merdeka, dan penyajian konten serta berita Suara Merdeka.

Teknik pengumpulan data pada penelitian ini melakukan kegiatan wawancara secara langsung kepada para informan. Sedangkan data pelengkapannya melalui data observasi dan dokumentasi sebagai upaya pengumpulan data. Analisa dan interpretasi data pada penelitian ini akan menggunakan metode dari (Miles & Huberman, 1994) yang membagi analisis data kualitatif dalam beberapa tahap, antara lain: 1) reduksi data; 2) penyajian data; 3) penarikan kesimpulan.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Transformasi Suara Merdeka melalui Proses Koevolusi

Pada konsep koevolusi, bahasa menjadi unsur yang paling dominan karena bahasa menjadi simbol atau kode-kode komunikator sebagai evolusi dalam komunikasi (Corrie, 2018). Dijelaskan oleh Roger Fidler bahwa selama peradaban manusia telah mengalami tiga tahap koevolusi, yaitu bahasa verbal, bahasa nonverbal, dan tahap terakhir bahasa digital. Bahasa digital menjadi faktor yang paling memengaruhi dalam perkembangan media hingga berhasil mentransformasikan bentuk-bentuk media komunikasi yang ada. Hal ini karena bahasa digital berkaitan erat dengan teknologi dalam menciptakan komunikasi yang efektif, cepat dan efisien. Sehingga dalam pembahasan ini akan membahas tahap ketiga koevolusi, yaitu bahasa digital dan atau mediamorfosis ketiga yang telah digunakan hampir seluruh industri termasuk perusahaan industri media Suara Merdeka.

Suara Merdeka dalam mengadopsi bahasa digital tentunya telah melakukan komputerisasi terlebih dahulu untuk memproduksi kejournalistikannya. Bahasa digital ialah *lingua franca* komputer yang terdiri dari campuran bahasa yang digunakan sebagai alat komunikasi dalam bidang komputer. Bahasa ini biasanya dipergunakan untuk mengedit, mengakses data, maupun pemrograman komputer. Sebagaimana disampaikan oleh pemimpin redaksi Suara Merdeka terkait pemanfaatan komputer maupun laptop bersifat wajib.

...sejak awal produksi saya masuk sini juga sudah menggunakan komputer. Internet wajib, bahkan semua temen-temen berkewajiban berbekal laptop...Paling tidak menggunakan smartphone yang itu bisa digunakan untuk mengoreksi ketika suatu saat harus mengedit secara darurat. Dia berada di suatu tempat, di tempat itu ada peristiwa nah itu kan harus segera tidak memungkinkan untuk membuka laptop harus dengan gadget.

Penggunaan komputer dan *smartphone* membantu praktisi dalam hal produksi produk jurnalistiknya, mulai dari membantu mengolah informasi hingga proses editing karena menjadi lebih efisien. Hal ini sesuai dengan pernyataan (Fidler, 2003) bahwa komputer berkontribusi besar dalam mengurangi tahapan produksi pada media cetak sehingga produksi dapat lebih cepat, efisien, dan murah. Selain itu, juga sesuai dengan penjelasan Fidler dalam bukunya yang berjudul *Mediamorphosis: Understanding New Media* bahwa *smartphone* merupakan suatu perangkat komunikasi yang terdiri dari gabungan fungsi telepon, komputer, dan juga media (Fidler, 1997). Sehingga perangkat elektronik ini mampu diandalkan oleh para praktisi Suara Merdeka dalam meningkatkan keefektifan kinerjanya.

Internet merupakan salah satu luaran atau *output* dari bahasa digital. Dijelaskan oleh (Firmanto, 2020) bahwa sejak koevolusi tahap pertama dimana lahirnya bahasa verbal hingga saat ini, berbagai bentuk media terus mengalami koevolusi pada tiga jalur yang berbeda yang disebut domain. Begitu juga terjadi pada internet yang berada pada era domain *www* atau *world wide web*. Domain *www* ini sangat populer menjadi penamaan website hingga sekarang. Sebagaimana perusahaan media Suara Merdeka yang awalnya hanya berfokus pada media cetak juga turut menggunakan internet sebagai *output* dari bahasa digital. Suara Merdeka mengimplementasikan bahasa digital melalui penggunaan internet demi penguatan produk jurnalistiknya. Pemimpin redaksi Suara Merdeka menerangkan Suara Merdeka telah melakukan implementasinya dalam bahasa digital dengan melahirkan media online yaitu www.suaramerdeka.com.

Kita berdiri tahun 14 September 1996 sesuai data yang kita miliki waktu itu... Suara Merdeka terdapat peningkatan pembaca, khususnya pada media suaramerdeka.com...

Implementasi bahasa digital ini berhasil dengan dibuktikan terjadinya peningkatan jumlah pembaca yang diperoleh dari pembaca media online suaramerdeka.com. Selain itu, keberhasilan Suara Merdeka dalam pengimplementasian bahasa digital juga dibuktikan dengan penghargaan yang didapatkan media online suaramerdeka.com dari Museum Rekor Dunia Indonesia (MURI) sebagai Media Daring Koran Daerah dengan Persentase Pertumbuhan Pembaca Tercepat. Tidak sampai di situ saja, dinyatakan oleh pemimpin redaksi Suara Merdeka bahwa perusahaan media Suara Merdeka memulai inovasi berikutnya melalui Suara Merdeka TV di Youtube dan kini juga telah bertambah *channel* Youtube Baca Suara Merdeka.

Nah kemudian kita juga mengembangkan diri di Suara Merdeka TV itu platform Youtube kita bisa mengemas informasi dalam video. Kemudian pada 2010 kita men-declare sebagai media new, kalau sebelumnya kita benar-bener 100% sama dengan cetak nah setikar tahun sebelum 2010 mungkin tahun 2000 kita men-declare sebagai media new.

Suara Merdeka juga merambah ke media sosial dengan melahirkan beberapa akun. Bahasa digital yang diterapkan pada media sosial Suara Merdeka, seperti emoji, dialek hingga hashtag. Perkembangan pengadopsian bahasa digital yang dilakukan Suara Merdeka bertujuan untuk memenuhi kebutuhan informasi masyarakat dan agar informasi yang diproduksi oleh Suara Merdeka dapat dijangkau secara merata oleh masyarakat. Pemanfaatan komputerisasi dan pengadopsian bahasa digital yang diterapkan oleh Suara Merdeka terus berlanjut.

Perusahaan media ini memaksimalkan pengimplementasian dan inovasinya dengan menciptakan digitalisasi koran.

Adanya *e-paper* ini menunjukkan bahwa Suara Merdeka menerapkan teknologi CMC atau *Computer Mediated Communication* (komunikasi yang dimediasi komputer). Hal ini dikarenakan hasil dari digitalisasi koran atau *e-paper* yang diciptakan oleh Suara Merdeka ini selain dipublikasi pada platform aplikasi Baca Suara Merdeka, juga rutin dibagikan di grup WhatsApp internal Suara Merdeka dan diunggah oleh masing-masing media sosial para karyawannya. Sehingga sesuai dengan pernyataan (Nasrullah, 2018) mengenai *cyberspace* sebagai ruang konseptual dimana semua kata, hubungan, data, kesejahteraan, dan juga kekuatan terwujudkan melalui teknologi CMC. Dengan begitu, dapat diketahui bahwa pengoptimalisasian Suara Merdeka dalam menjalin komunikasi sesama internal menggunakan *cyberspace* atau CMC.

Proses Konvergensi Suara Merdeka dalam Bertransformasi

Disampaikan oleh (Fidler, 1997) konvergensi ialah proses penggabungan bentuk-bentuk media komunikasi baru dengan media komunikasi yang sebelumnya telah ada. Konsep mediamorfosis ini bermaksud bahwa media lama dapat beradaptasi dengan kehadiran media baru. Proses jurnalistik yang diterapkan oleh Suara Merdeka mengacu pada konsep konvergensi yang dijelaskan oleh Roger Fidler bahwa media cetak dan media online mampu beradaptasi dan bekerja sama dengan baik. Terdapat dua proses konvergensi yang dialami Suara Merdeka, yaitu konvergensi digital dan konvergensi jurnalistik.

Suara Merdeka telah menerapkan teknologi CMC yang sesuai pada konsep konvergensi digital. Dijelaskan Jenkins dalam (Marcelina et al., 2020) terdapat gabungan unsur 3C dalam konvergensi media, yaitu *computing* (penginputan data melalui komputer), *communication* (komunikasi), dan *content* (materi/isi konten). Unsur *computing* diimplementasikan Suara Merdeka dengan penggunaan komputer sejak awal memproduksi jurnalistiknya, baik media cetak, media online maupun media sosial. Dengan begitu, unsur *computing* yang diimplementasikan Suara Merdeka tidak terdapat perbedaan yang signifikan hanya bentuk publikasinya yang terkonvergen.

Unsur kedua yaitu *communication* pada komunikasi massa dimana suatu proses penyampaian informasi ataupun berita dari suatu media massa konvensional kepada khalayak melalui bentuk media cetak, elektronik, online, maupun media sosial. Teknologi komunikasi yang digunakan pada konvergensi digital ini sama dengan yang digunakan di konsep koevolusi, yaitu CMC atau *Computer Mediated Communication*. Pada konvergensi digital ini terjadi suatu transformasi penggunaan bahasa digital melalui komputer, sehingga pengkodean dan penerjemahan bahasa digital dapat terkomunikasikan dengan baik oleh Suara Merdeka yang pada awalnya hanya terpusat di koran saja saat ini dapat dikomunikasikan melalui media online dan media sosial. Unsur *content* ini adalah penggabungan dari unsur-unsur multimedia pada suatu konten Suara Merdeka. Akan tetapi, unsur *content* akan dibahas lebih lanjut pada pembahasan konvergensi jurnalistik. Sehingga konvergensi digital yang dilakukan oleh Suara Merdeka sebatas medium yang digunakan untuk produk jurnalistiknya saja.

Tahap konvergensi jurnalistik juga dilakukan oleh Suara Merdeka. Dipaparkan oleh Grant dan Wilkinson dalam (Karunianingsih, 2021). bahwa terdapat tiga model konvergensi jurnalistik, antara lain konvergensi *newsroom*, konvergensi *newsgathering*, dan konvergensi konten. Pembahasan konvergensi jurnalistik yang pertama ialah konvergensi *newsroom*,

dimana jurnalis dari platform yang berbeda berada di satu ruang produksi berita. Konvergensi newsroom fokus pada integrasi alat dan juga platform pada proses produksi serta distribusi produk jurnalistiknya. Newsroom ini terbagi menjadi empat, yaitu *newsroom 1.0*, *newsroom 2.0*, *newsroom 3.0*, dan *newsroom 4.0*. Berdasarkan keempat jenis *newsroom* tersebut, Suara Merdeka menerapkan konvergensi *newsroom 3.0*.

Newsroom 3.0 dijelaskan oleh Taufiqorahman dalam (Sari, 2022) yang mana proses *news gathering* dan *newswriting* terkonvergen dan diproduksi ke seluruh platform berita, seperti cetak, online, televisi maupun audio. Wartawan bertugas melakukan pencarian dan pengumpulan berita yang kemudian diberikan kepada *newsroom* untuk diolah dan digunakan seluruh platform. Hal tersebut sesuai dengan pernyataan yang diungkapkan oleh jurnalis Suara Merdeka bahwa wartawan Suara Merdeka tetap menjalankan tugasnya dalam mencari berita yang kemudian berita tersebut diolah dan diserahkan kepada redaktur cetak maupun online serta biasanya menjadi bahan jurnalistik bagi medium media sosial pula.

...di Suara Merdeka itu ada memang dibagi masing-masing, di cetak punya tim sendiri dan di online punya tim sendiri. Namun demikian, untuk cetak itu ya semuanya harus nulis di online... Jadi tulisan yang di cetak juga dimuat di online seperti itu.

Suatu produk berita dapat diproduksi ke semua platform Suara Merdeka. Akan tetapi, setiap medium yang digunakan untuk publikasi produk jurnalistik Suara Merdeka memiliki keunggulan yang berbeda-beda. Suara Merdeka menawarkan kecepatan informasi dalam media online-nya, apabila terjadi suatu kejadian jurnalis akan mengolah informasi secara cepat dan mempublikasinya secara langsung. Kemudian untuk produk berita yang dipublikasikan di media cetak ini memiliki keunggulan selangkah lebih maju dan produk jurnalistik yang dipublikasikan di media cetak merupakan hasil dari liputan eksklusif. Sedangkan untuk media sosial, Suara Merdeka memaparkan produk jurnalistiknya secara lebih kreatif dan disesuaikan dengan *trend* konten yang terjadi. Hal tersebut telah disampaikan oleh general manager socmed & marcomm serta pemimpin redaksi Suara Merdeka.

Untuk publikasi berita kita menggunakan tiga platform yang jelas andalan kita tentunya masih cetak, kebetulan yang kedua ada online jadi kita punya .com, dan yang ketiga ada sosial media... kalo yang di .com ini yang ditawarkan adalah kecepatan informasi ... kemudian yang di media sosial juga seringkali kita bersinergi... silahkan mengambil konten-konten yang ada di suaramerdeka.com untuk dijadikan produk media sosial...nah multimedia cetak ini tentu memiliki satu keunggulan lain... ada liputan eksklusif yang tidak ada di online dan di media sosial, hanya ada di temukan di media cetak pada esok hari.

Pembahasan konvergensi jurnalistik yang kedua ialah konvergensi *news gathering*, dimana dijelaskan oleh (Karunianingsih, 2021). bahwa pada model konvergensi ini menuntut jurnalis untuk dapat *multitasking*. Konvergensi *news gathering* berfokus pada penggunaan berbagai sumber dan juga teknologi dalam pengumpulan informasi. Sebagaimana yang dijelaskan oleh pemimpin redaksi bahwa Suara Merdeka menerapkan strategi sesuai dengan konvergensi *news gathering*. Suara Merdeka membagi wartawannya menjadi dua jenis, yaitu wartawan lapangan dan wartawan non lapangan.

...kebijakan kita sekarang ini ada yang namanya kita menerapkan sebagai wartawan lapangan dan wartawan non lapangan. Wartawan lapangan itu seperti halnya saya dulu berada di lapangan, ada juga wartawan non lapangan yang tugasnya adalah memantau isu-isu yang ada di media televisi, media radio, media sosial dan media online. Semuanya bisa dijadikan sumber berita sesuai dengan ketentuan yang kita berlakukan...

Diketahui terjadi perangkapan *jobdesk* pada sistem kerja Suara Merdeka dimana jurnalis dan wartawan dituntut untuk *multitasking* dapat mengerjakan tugas sebagai pewarta cetak sekaligus online dan juga melakukan edit video. *Multitasking* jurnalis disini memiliki maksud bahwa semua jurnalis media cetak juga harus menulis pemberitaan (pewarta) yang akan dipublikasikan di media online serta paham melakukan edit video walaupun hanya memiliki skill dasar saja. Jurnalis dituntut dapat menguasai skill di bidang pekerjaan yang bukan biasa digelutinya. Akan tetapi *jobdesk* jurnalis Suara Merdeka dikerucutkan kembali dengan adanya pembagian beberapa topik. *Jobdesk* tersebut disesuaikan dengan pembagian topik masing-masing, seperti menulis berita dengan topik ekonomi, pendidikan, hukum, atau topik lainnya.

Jadi otomatis kalau dari kita, kita kan kerjanya di tim cetak ya cuman kita harus tetep nulis di online... jobdesknya untuk jurnalis Suara Merdeka sesuai dengan bidangnya masing-masing... bagi wartawan kita kan rencana kedepan ya, rencana ke depan itu juga dibekali dengan skill di dalam bidang editing, video, dan lain sebagainya seperti mengambil video, editing, dan lain sebagainya.

Pembahasan konvergensi jurnalistik yang ketiga ialah konvergensi konten, dimana dijelaskan dalam (Karunianingsih, 2021) bahwa produk jurnalistik disediakan berbentuk multimedia, yakni penggabungan antara teks, gambar, video hingga audio. Model konvergensi konten ini terbukti diimplementasikan oleh Suara Merdeka. Sesuai yang dinyatakan oleh general manager socmed & marcomm Suara Merdeka bahwa konten yang disuguhkan oleh Suara Merdeka pada media sosial Instagram dan TikTok berbentuk multimedia yang mana terdiri dari penyatuan teks, audio, gambar, dan juga video sekaligus. Produk jurnalistik berbentuk konten *reels* video berita ini disajikan oleh tim Suara Merdeka Network dengan estimasi durasi kurang lebih satu menit. Sehingga terbukti bahwa Suara Merdeka juga turut menerapkan konvergensi konten dengan baik.

...konten yang kita buat ada yang berupa video yang disertai subtitle dan audio dari talent dan juga backsound.



Gambar 1. Konten Reels Instagram @suaramerdeka.com
Sumber: Instagram @suaramerdeka.com

Kompleksitas yang terjadi pada Suara Merdeka

Chaos atau kompleksitas merupakan konsep mediamorfosis yang bersifat penti. Hal ini dijelaskan oleh (Fidler, 2003) bahwa dengan adanya situasi kacau ini memunculkan ide-ide baru yang mengubah atau mentransformasikan dan memberi energi pada perusahaan, salah satunya Suara Merdeka. Perusahaan media ini mengalami situasi dimana terdesak dengan adanya kehadiran media-media baru. Kompleksitas pertama yang dialami oleh Suara Merdeka yang awalnya hanya berfokus pada media cetak mengalami suatu prediksi kebangkrutan perusahaan, dimana hampir seluruh masyarakat saat ini menggunakan *gadget* dan aktif di media sosial. Sehingga informasi-informasi terbaru akan segera muncul dan diketahui oleh khalayak melalui internet. Koran Harian Suara Merdeka sebagai produk jurnalistik utama dari perusahaan media Suara Merdeka ini berada pada posisi *chaos*. Apalagi saat ini sebagian masyarakat menerapkan *paperless* sebagai implementasinya pada kepedulian terhadap lingkungan. Tidak hanya itu saja semakin berkembangnya zaman, masyarakat semakin menyukai segala hal yang bersifat instan. Tidak heran apabila sebagian masyarakat memperoleh kebutuhan informasinya melalui pemberitaan digital melalui *smartphone* ataupun komputer. Hal ini mengakibatkan penurunan jumlah pembaca media cetak atau koran Harian Suara Merdeka seperti yang dijelaskan oleh general manager socmed & marcomm Suara Merdeka.

Suara Merdeka memutar otaknya dalam menyiapkan strategi untuk mempertahankan eksistensinya dan bersaing dengan media-media baru lainnya. Mau tidak mau, Suara Merdeka harus dapat beradaptasi dengan menerapkan konvergensi media cetak ke media online dan media sosial sekaligus. Hal ini sebagai upaya untuk mempertahankan audiensnya agar dapat meraih produk jurnalistiknya di berbagai medium. Selain itu dijelaskan oleh pemimpin redaksi bahwa Suara Merdeka juga berupaya sesuai dengan aturan yang berlaku dengan cara

memperkuat perusahaan medianya dengan mendaftarkan serta mendapatkan verifikasi di dewan pers dari segi administratif maupun faktual. Strategi ini bertujuan agar terus mendapatkan *trust* atau kepercayaan dari para audiensnya.

...saya ketemu dengan anggota dewan pers, dia bilang hanya 2 ribu artinya kalo 2 ribu hanya 5% yang terverifikasi di dewan pers dan Suara Merdeka termasuk media yang sudah terverifikasi...sisi media yang kedua, media ini sudah berbadan hukum, sudah memiliki PT yang menaungi perusahaan ini... ketiga adalah aspek manpower-nya...di sini yang menjadi editor itu sudah memiliki UKW minimal muda, kita juga sudah memenuhi pimrednya harus berstandar UKW Utama ...

Kompleksitas kedua yang dialami oleh Suara Merdeka yaitu pengadopsian e-paper yang kurang maksimal. Salah satu hasil inovasi Suara Merdeka dalam menghadapi kompleksitasnya yaitu melahirkan *e-paper*. *E-paper* ini semacam koran Harian Suara Merdeka yang dibuat secara digital dan dipublikasikan serta dapat diakses dengan internet. Akan tetapi Suara Merdeka kurang maksimal dalam mengadopsi teknologi digital ini. *E-paper* Suara Merdeka yang dipublikasikan melalui aplikasi Baca Suara Merdeka, website epaper.suaramerdeka.com, dan juga media sosial masing-masing karyawan ini masih kurang dijangkau oleh khalayak. Dilihat dari bukti gambar di bawah bahwa aplikasi Baca Suara Merdeka baru diunduh sebanyak seribu pengguna, yang apabila dibandingkan dengan aplikasi media perusahaan lain jauh lebih besar yang telah mengunduh. Hal ini dikarenakan strategi promosinya yang masih sehingga belum banyak audiens yang mengetahuinya. Sehingga perlunya strategis promosi dan kolaborasi yang lebih gencar agar audiens semakin mengenal dan berlangganan dengan Suara Merdeka.



Gambar 2. Bukti Pengunduhan Aplikasi Baca Suara Merdeka
Sumber: Play Store

Diketahui dari paparan kajian kompleksitas ini kehadiran *e-paper* belum cukup mengatasi permasalahan *chaos* yang ditimbulkan akibat keberadaan bahasa digital. Namun, lahirnya suaramerdeka.com dan media sosial Suara Merdeka mampu memperpanjang usia koran Harian Suara Merdeka. Tak hanya itu, implementasi bahasa digital yang diterapkan oleh Suara Merdeka melalui media online dan media sosial mampu mempertahankan eksistensi dari perusahaan media tersebut. Hal ini sesuai dengan pemaparan dari general manager marcomm & socmed Suara Merdeka bahwa terjadi peningkatan konsumsi produk jurnalistik dari kehadiran media online dan media sosial.

Ya, jadi secara jangkauan gini. Kalau dulu oplah kita sekitar 100 ribu, cetak, pemirsa, perhari. Sekarang turun nih cuman 50 ribu setengahnya, tapi .com kita itu 40 juta berarti sehari sekitar 1,5 juta. Sosmed kita itu sekitar 3 juta, anggaplah 3 juta berarti sekitar 100 ribu jangkauan per hari. Kalau ditotalin meningkat, jadi secara jangkauan ya meningkat karena A dan B tambah C jadi cetak tambah online tambah media sosial.

KESIMPULAN

Dihadapkan pada fenomena revolusi industri 4.0 dimana kemunculan berbagai inovasi di bidang teknologi secara terus menerus dan juga telah merubah pola hidup serta perilaku masyarakat, dimana keduanya saling berkaitan terhadap kehidupan sosial sehari-hari. Hal ini berdampak pada industri media massa, khususnya Suara Merdeka. Suara Merdeka sebagai perusahaan media tertua di Jawa Tengah berusaha bertransformasi media dengan menerapkan konsep utama mediamorfosis gagasan Roger Fidler. Berbagai strategi transformasi telah dilakukan Suara Merdeka untuk mempertahankan eksistensi perusahaannya medianya di era digital.

Pada konsep koevolusi yang diterapkan oleh Suara Merdeka telah menggunakan komputer dan mengadopsi bahasa digital berupa internet sejak tahun 1990-an. Proses produksi kejournalistikan Suara Merdeka telah menerapkan komputerisasi sekaligus digitalisasi hingga melahirkan media online suaramerdeka.com dan Suara Merdeka TV di Youtube. Kemudian Suara Merdeka juga menerapkan konsep dasar mediamorfosis selanjutnya, yaitu konvergensi digital dan konvergensi jurnalistik. Konsep konvergensi digital telah diterapkan Suara Merdeka yang awalnya hanya fokus pada produksi jurnalistik melalui medium media cetak, setelah bertransformasi Suara Merdeka melahirkan kejournalistikannya melalui media online dan media sosial. Sedangkan konvergensi jurnalistik yang telah diterapkan Suara Merdeka, yaitu model konvergensi *newsroom*, *news gathering*, dan konten dengan menggabungkan teks, gambar, audio, dan lainnya (multimedia).

Kompleksitas yang dialami oleh Suara Merdeka dimana koran Harian Suara Merdeka menjadi fokus dan produk jurnalistik utamanya, tetapi adanya perkembangan zaman menjadikan seluruh masyarakat lebih menggunakan *gadget* dan aktif di media sosial. Sehingga terjadi kemunculan suatu prediksi kebangkrutan perusahaan media Suara Merdeka. Selain itu Suara Merdeka juga mengalami kekacauan pada pengadopsian produk jurnalistik hasil digitalisasinya, yaitu *e-paper* yang kurang maksimal. Akan tetapi setelah ditelaah lebih dalam, situasi *chaos* yang dialami Suara Merdeka menjadikan peluang bagi perusahaannya untuk terus berinovasi dan dapat mempertahankan eksistensinya. Pengadopsian bahasa digital dan

komputerisasi yang diimplementasikan melalui media online dan media sosial sangat membantu dalam meningkatkan jumlah audiens sehingga Suara Merdeka dapat tetap eksis hingga saat ini.

Adapun beberapa saran yang dapat digunakan oleh Suara Merdeka berdasarkan hasil dari penelitian ini, antara lain: 1) Suara Merdeka harus terus bertransformasi mengikuti perkembangan zaman, mulai dari medium publikasinya hingga produk kejournalistiknya; 2) Perlu meningkatkan promosi dan kolaborasi terkait produk digitalisasi *e-paper* Suara Merdeka; 3) Suara Merdeka perlu membentuk ciri khas pada medianya agar audiens semakin tertarik; 4) Penelitian terkait transformasi media atau mediamorfosis gagasan Roger Fidler mampu menghasilkan solusi yang dapat diimplementasikan bagi industri media lainnya yang sedang mengalami prediksi keterpurukan.

DAFTAR PUSTAKA

- Corrie. (2018, February 8). *Mediamorfosis dalam Komunikasi Massa – Pengertian – Sejarah – Konsep*. Pakar Komunikasi. <https://pakarkomunikasi.com/mediamorfosis-dalam-komunikasi-massa>
- Fajriana, F. (2023). *Konstruksi Sosial atas Realitas pada Program Dakwah Radio 95,5 RASFM Jelang Era Society 5.0 dalam Realitas Objektif*. Universitas Islam Negeri Syarif Hidayatullah Jakarta.
- Fidler, R. (1997). *Mediamorphosis: Understanding new Media* (B. Berenson, Ed.). Pine Forge Press.
- Fidler, R. (2003). *Mediamorfosis: Memahami Media Baru*. Yayasan Bentang Budaya.
- Firmanto, R. (2020, April 21). *Teori Mediamorfosis dan Konsepnya*. Jurnal Rival. <https://jurnal.diary.co.id/teori-mediamorfosis/>
- Karunianingsih, D. A. (2021). Konvergensi Media pada Podcast Radar Jogja Digital dalam Publikasi Berita dan Perluasan Segmentasi Audiens. *Jurnal Studi Komunikasi Dan Media*, 25(1), 61. <https://doi.org/10.31445/jskm.2021.3528>
- Marcelina, Y., Muchtar, K., & Rosyidi, I. (2020). Mediamorfosis Radar Bandung. In *Desember* (Vol. 9, Issue 1).
- Miles, M. B., & Huberman, A. M. (1994). *Qualitative Data Analysis: An Expanded Sourcebook* (R. Holland, Ed.; Kedua). Sage Publications.
- Muchtar, K., & Ghalia, F. R. (2018). *RESPON MAHASISWA TERHADAP TAYANGAN DAKWAH ISLAMIYAH KHAZANAH (TRANS 7) DAN DAMAI INDONESIA (TV ONE)* Khoiruddin Muchtar Faula Rahma Ghalia. <http://inject.iainsalatiga.ac.id/index.php/INJECT/index>
- Nasrullah, R. (2018). *Komunikasi AntarBudaya Di Era Budaya Siber* (Pertama). Kencana Prenadamedia Group.
- Oliver, J. J. (2018). Strategic Transformations in the Media. *Journal of Media Business Studies*, 15(2), 1–22.

- Puspita, R. (2019). *Mediamorfosis Surat Kabar Ke Surat Kabar Online*.
- Rahardjo, S., & Gudnanto. (2022). *Pemahaman Individu Teknik Nontes*. Prenada Media.
- Sari, F. (2022). Konvergensi dan Manajemen SDM Media Lokal. *Jurnal Komunikasi*, 16(2), 239–252. <https://doi.org/10.20885/komunikasi.vol16.iss2.art9>
- Severin, W. J., & Tankard, J. W. (2011). *Teori Komunikasi: Sejarah, Metode, dan Terapan di dalam Media Massa* (Kelima). Prenada Media.
- Suryawati, I., & Alam, S. (2022). *TRANSFORMASI MEDIA CETAK KE PLATFORM DIGITAL (Analisis Mediamorfosis Harian SOLOPOS)* (Vol. 10, Issue 2).
- Suryawati, I., & Irawan, R. E. (2022). *Transformasi Media Cetak Ke Platform Digital (Analisis Mediamorfosis Harian Fajar ke Fajar.co.id)* (Vol. 13, Issue 1). <https://ekonomi.bisnis.com>,