

STRATEGI KOMUNIKASI BISNIS KORAN HARIAN RIAU POS DALAM MEMPERTAHANKAN EKSISTENSI DI ERA DIGITAL

Emalika Fijasya¹, Ikhma Zurani²

^{1,2}Universitas Riau, Pekanbaru, Indonesia

Email: ikhma.zurani@lecturer.unri.co.id

ABSTRAK

Media massa konvensional di era digital mulai mengembangkan konvergensi media untuk mempertahankan eksistensi termasuk Koran Harian Riau Pos yang telah mengembangkan website RiauPos.co untuk menyelaraskan diri di era digital. Penelitian ini dimaksudkan untuk mengetahui bagaimana strategi komunikasi bisnis Koran Harian Riau Pos mempertahankan eksistensi di era digital setelah melakukan konvergensi media. Tahapan dalam penelitian ini dibagi menjadi 3 bagian yaitu (1) bagaimana dimensi konvergensi Koran Harian Riau Pos di era digital, (2) bagaimana penerapan konvergensi sebagai strategi Koran Harian Riau Pos dalam mempertahankan eksistensi di era digital, (3) bagaimana peluang dan tantangan Koran Harian Riau Pos di era digital. Penelitian ini menggunakan metode penelitian kualitatif deskriptif. Data diperoleh dengan melakukan wawancara mendalam, observasi dan dokumentasi. Hasil dari penelitian ini menunjukkan Koran Harian Riau Pos berhasil mempertahankan eksistensinya di era digital dengan adanya dinamika yang terjadi dan penerapan konvergensi media sebagai strategi media cetak Riau Pos tetap bertahan di era digital. RiauPos.co lahir sebagai bentuk konvergensi dari Koran Harian Riau Pos. Kemudian disusul dengan media sosial dan e-paper sebagai pelengkap multiplatform Koran Harian Riau Pos sehingga pembaca bisa menjangkau informasi lebih mudah.

Kata kunci: Konvergensi, Strategi Komunikasi, Bisnis, Koran, Eksistensi, Digital

ABSTRACT

Conventional mass media in the digital era began to develop media convergence to maintain existence, including the Riau Pos Daily Newspaper, which developed a RiauPos.co website to align itself in the digital era. This research is intended to determine how the business communication strategy of Riau Pos Daily Newspaper maintains its existence in the digital era after media convergence. The stages in this study are divided into 3 parts, namely (1) how the convergence dimension of Riau Pos Daily Newspaper in the digital era, (2) how to apply convergence as a strategy of Riau Pos Daily Newspaper in maintaining existence in the digital era, (3) how are the opportunities and challenges of Riau Pos Daily Newspaper in the digital era. This study used a descriptive qualitative research method. Data were obtained by conducting in-depth interviews, observations, and documentation. The results of this study show that Riau Pos Daily Newspaper has managed to maintain its existence in the digital era with the dynamics that occur and the application of media convergence as a strategy for Riau Pos print media to survive in the digital era. RiauPos.co was born as a form of convergence from the Riau Pos Daily Newspaper, followed by social media and e-paper to complement the multiplatform Riau Pos Daily Newspaper so that readers can reach information more easily.

Keywords: Convergence, communication strategy, business, newspaper, existence, digital

Pendahuluan

Di era digital saat ini proses mendapatkan informasi berubah dari konvensional ke arah yang lebih praktis. Informasi lebih mudah didapatkan lewat *New Media* yang berbentuk digital dengan bantuan jaringan internet. Pada masa pandemi Covid-19 penggunaan media baru semakin meningkat sedangkan jumlah pembaca media cetak menurun. Menurut Perusahaan Informasi dan Pengukuran Global Nielsen dikutip dari Suara.com, mengeluarkan hasil risetnya yaitu di Indonesia pembaca media online lebih banyak ketimbang media cetak. Di dalam survey tersebut, pembaca media online sebanyak 6.000.0000 orang, sedangkan pembaca media cetak yang hanya sebesar 4.500.000 orang (Saptoyo 2022). Ini membuktikan bahwa era digital membawa perubahan besar terhadap literasi.

Hal tersebut tentu berdampak terhadap media cetak yang harus berinovasi mengkonvergensi ke platform digital agar dapat menyesuaikan diri dengan cara publik mendapatkan informasi. Media cetak perlu merubah strategi mulai dari cara kerja, proses produksi hingga strategi bisnis yang akan diterapkan. Strategi bisnis dan struktur organisasi media harus menyesuaikan dengan model media massa yang sedang banyak bermunculan saat ini yaitu media online.

Beberapa media cetak yang sudah beralih ke konvergensi media salah satunya ialah Kompas, menyesuaikan diri dengan mengembangkan Kompas.com. Di Kota Pekanbaru sendiri, terdapat juga media yang sudah melakukan konvergensi yaitu Koran Harian Riau Pos yang merupakan media cetak terbesar dan tertua di Kota Pekanbaru, masih memproduksi surat kabar hingga hari ini di tengah era digital. Berdiri selama 32 tahun dengan jumlah oplah cetak koran berdasarkan surat pernyataan yang didapat peneliti dari Nasir bagian pemasaran Riau Pos yaitu sebesar 50.000 eksemplar per 5 Januari 2022 dengan jumlah 500.000 pembaca. Dalam waktu tersebut, menjadikan Riau Pos sebagai “Market Leader” media cetak se-Sumatera. Hasil riset ini turut menyebutkan bahwa Riau Pos memegang posisi kedua terbesar pembacanya di luar pulau Jawa, yang pertama koran Waspada (Medan). AC Nielsen dan SPSI mengeluarkan survey tahun 2016, koran dengan pembaca paling banyak di Sumatera adalah Riau Pos.

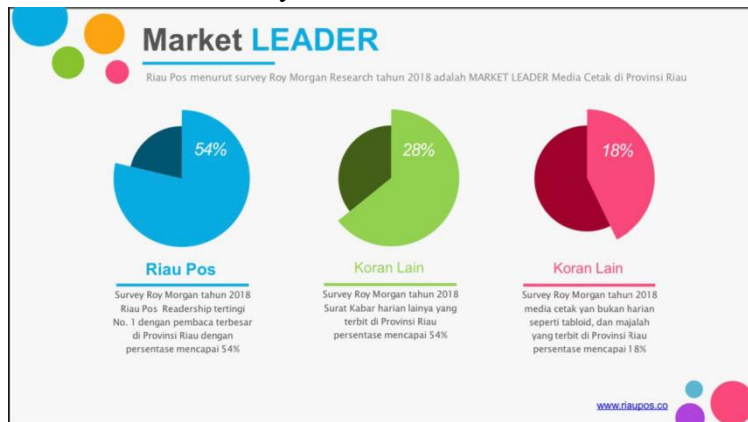


Sumber: (Survey AC Nielsen, 11 Januari 2022)

Gambar 1. Koran Riau Pos Terbanyak dibaca di Sumatera

Kemudian, menurut Survey Roy Morgan Research tahun 2018, Riau Pos adalah Market Leader di Provinsi Riau menjadi koran Nomor 1 dengan pembaca terbesar di Provinsi Riau dengan Persentase mencapai 54%. Data tersebut merupakan data yang didapat dari profil Riau

Pos dan dikonfirmasi langsung oleh Pemimpin Redaksi Koran Riau Pos, Firman Agus. Ia mengatakan bahwa survey tersebut dilakukan tiap 2 tahun sekali dan untuk tahun 2020 dan 2022 Riau Pos belum melakukan survey kembali.



Sumber: (Profil Riau Pos, 2022)

Gambar 2. Survey Roy Morgan

Dengan adanya dinamika yang terjadi di era digital dan telah dilakukannya konvergensi media pada Koran Harian Riau Pos membuktikan Riau Pos tetap bisa mempertahankan eksistensinya di era digital. Maka dari itu Peneliti tertarik untuk meneliti strategi komunikasi bisnis yang dilakukan Koran Harian Riau Pos dalam mempertahankan eksistensi di era digital. “Strategi komunikasi merupakan perpaduan yang paling baik dari seluruh elemen komunikasi, yaitu komunikator, pesan, saluran, penerima sampai pengaruh atau efek yang dirancang untuk mencapai tujuan komunikasi yang optimal” (Cangara 2017). Koran tidak akan bisa bertahan jika tidak memiliki strategi dalam pengelolaannya. Tentu saja ini membutuhkan strategi dalam mempertahankan eksistensi.

Eksistensi merupakan suatu proses yang dinamis, dapat diartikan suatu yang ‘menjadi’ atau ‘mengada’. Eksistensi berasal dari kata *existere*, berarti ‘melampaui’ atau ‘mengatasi’. Sehingga eksistensi memiliki sifat dinamis (Pransiska, Duku, and Pohan 2023). Dengan kata lain eksistensi harian Riau Pos harus siap berdaya saing ditengah persaingan era digital saat ini yang semakin pesat sehingga mampu mengelola dan membuat sebuah strategi yang dapat menjadi senjata di masa digitalisasi saat ini. Kehadiran media baru ini menjadi faktor penting penyebab menurunnya eksistensi media cetak. eksistensi media cetak terhadap media konvensional turun karena kebutuhan mereka sudah berbeda dibanding generasi sebelumnya. Banyak surat kabar nasional yang sudah beralih menjadi media online keseluruhan, salah satunya yaitu Republika, koran ini terbit perdana pada 4 Januari 1993 menjadi total digital pada 31 Desember 2022 lalu. Koran Riau Pos masih bertahan dari benturan media digital.

Tantangan terbesar bagi Harian Riau Pos edisi cetak (*print*) bukan melawan media online itu sendiri atau melawan media cetak lainnya, melainkan bagaimana menyelaraskan diri di tengah perkembangan era digital, karena informasi yang disebarkan melalui internet dan media sosial dapat diketahui secara cepat. Dalam media online, kejadian yang terjadi pada hari itu, langsung dapat disebar dan diketahui masyarakat luas. Namun dengan koran harian semacam koran Riau Pos baru dapat dicetak dan tersampaikan ke masyarakat di hari berikutnya.

Karena itulah, Harian Riau Pos dituntut memiliki strategi untuk mempertahankan eksistensi medianya sekalipun telah muncul media online pada Riau Pos tersebut. Peneliti akan

melihat konvergensi yang dilakukan Riau Pos melalui teori konvergensi media. Riau Pos telah melakukan konvergensi media. Konvergensi media muncul disebabkan media harus merespon perubahan teknologi jika ingin tetap bertahan ditengah masyarakat. Konvergensi media yaitu penggabungan teknologi dengan internet. Konsep Konvergensi berdasarkan pada model Broder, Lawson (2006) dapat didefinisikan sebagai pemusatan atau penggabungan berbagai jenis media cetak dan elektronik dalam pengiriman atau pesan melalui computer. Konten bisa berbentuk teks, audio, video yang dikonvergensi pada satu teknologi media internet dengan jaringan satelit (Ramansyah & Syaiful, 2022). Ada lima Dimensi Konvergensi menurut Quinn (Quinn, 2004) yang nantinya akan melihat bagaimana pengelolaan Koran Harian Riau Pos dapat mempertahankan eksistensinya selaku media cetak. Lima dimensi konvergensi tersebut yaitu 1) *Ownership Convergence* 2) *Tactical Convergence* 3) *Structural Convergence* 4) *Information Gathering Convergence* dan 5) *Storytelling Convergence*. Penelitian ini berjudul “Strategi Komunikasi Bisnis Koran Harian Riau Pos Dalam Mempertahankan Eksistensi di Era Digital”.

Terdapat penelitian yang menjadi kajian literature bagi peneliti. Penelitian sejenis dengan tema penelitian yang sama pernah dilakukan oleh Muliadi Susanto (2018) dengan judul skripsi “Penerapan Analisis Swot Pada Surat Kabar Harian Riau Pos Dalam Mempertahankan Eksistensi Di Era Persaingan Online”. Hasil dari penelitian ini memperlihatkan Riau Pos mempertahankan eksistensi dengan cara mempertahankan verifikasi kebenaran dalam menulis dan menyebarkan berita. Informasi yang lebih mendalam di media cetak daripada media online merupakan cara mempertahankan kepercayaan masyarakat. Melakukan inovasi dengan konvergensi media serta kombinasi produk cetak dan produk digital. Perbedaan penelitian yang dilakukan Muliadi Susanto dengan penelitian ini adalah model analisis, Muliadi Susanto menggunakan analisis SWOT sedangkan penelitian ini menggunakan model konvergensi media.

Penelitian sejenis yang kedua yaitu skripsi oleh Kuswanto (2020) “Eksistensi Surat Kabar Di Era Media Online (Studi Surat Kabar Metro Jambi)”. Penelitian ini memperlihatkan Surat kabar harian pagi Metro Jambi melakukan konvergensi media sebagai salah satu langkah yang tepat untuk mempertahankan eksistensi. Perbedaan dari penelitian Kuswanto dengan penelitian ini adalah objek penelitian, objek penelitian Kuswanto adalah Studi Surat kabar Metro Jambi sedangkan penelitian ini strategi Koran Harian Riau Pos dalam mempertahankan eksistensi.

Metode

Menurut Moleong (Rasyid 2019) “penelitian kualitatif adalah suatu penelitian ilmiah, bertujuan untuk memahami suatu fenomena dalam konteks sosial secara alamiah dengan mengedepankan proses interaksi komunikasi yang mendalam, antara peneliti dengan fenomena peneliti.” Metode penelitian ini adalah analisis deskriptif kualitatif. Teknik Pengumpulan data yang dilakukan peneliti adalah wawancara langsung, observasi, dan dokumentasi.

Dalam penelitian ini yang menjadi subjek penelitian adalah Pimpinan Redaksi Koran Riau Pos, Wakil Pemimpin Redaksi Koran Riau Pos, Manajer Pemasaran Koran Riau Pos, Wartawan Riau Pos dan Pembaca Koran Riau Pos. Penentu subjek penelitian ini menggunakan teknik *purposive*. Objek pada penelitian ini yaitu strategi komunikasi bisnis Koran Harian Riau

Pos. Penelitian dilakukan di Kantor Riau Pos lantai 3 Gedung Gaha Pena, Pekanbaru. Data yang terkumpul kemudian disajikan dalam bentuk narasi.

Hasil Dan Pembahasan

RiauPos.co merupakan perusahaan media penerbitan group Jawa Post di Riau yaitu Koran Harian Riau Pos. ini merupakan konvergensi yang hadir ditengah-tengah perkembangan teknologi informasi sehingga masyarakat yang belum bisa mendapatkan koran bisa memperoleh berita melalui website RiauPos.co. Sejak melakukan konvergensi, beban kerja wartawan pun bertambah untuk memenuhi kebutuhan. Wartawan Koran Riau Pos secara otomatis merangkap menjadi wartawan media RiauPos.co. namun karena keterbatasan karyawan yang belum bisa multitasking maka di beberapa bidang dibentuklah tim tersendiri seperti tim editor dan fotografer khusus. Koran Harian Riau Pos dan RiauPos.co dipimpin oleh satu Pemimpin Redaksi yaitu Firman Agus.

Dimensi Konvergensi Koran Harian Riau Pos di era digital

Peneliti merujuk pada lima dimensi konvergensi menurut Quinn untuk melihat dan menjelaskan dimensi konvergensi Koran Harian Riau Pos di era digital. 5 dimensi tersebut yakni: 1) *Ownership Convergence*, Dimensi mengacu pada kepemilikan besar media atas beberapa jenis media. Media massa ialah wujud dari konvergensi media Riau Pos dalam hal ini adalah website RiauPos.co yang merupakan anak perusahaan dari JawaPos Group. Media online ini hadir menjadi pelengkap Koran Harian Riau Pos di tengah-tengah perkembangan informasi di era digital. Dalam hal ini koran Riau Pos pun mengembangkan cara digital namun masih melihat kelemahan melalui saluran berupa website namun dilihat belum ada keuntungan dalam menjalankan ini. Firman Agus selaku Pemimpin Redaksi Riau Pos memaparkan bahwa strategi pengelolaan media sosial Riau Pos adalah dengan membuat tim khusus yang mengelola media sosial Riau Pos.

“Kami buat tim sendiri, ada tim digital namanya, ya tapi, kami garap tapi belum seserius orang menggarap yang media nya hanya digital aja. kami punya redpel online, korlip online punya, editor, grafis punya. cuma standar punyanya itu masih minimalis. jadi digital itu kerjanya, kayak si Eka itu, KL di cetak, KL juga di online, uploader juga upload berita harian. kenapa belum serius menggarapnya karena kami tidak ingin memaksa ini maju kencang, tapi cetaknya tinggal. makanya kantor itu redpelnya cuma satu, saya kan, untuk menjaga keseimbangan itu,” (Wawancara dengan Firman Agus selaku Pemimpin Redaksi Riau Pos, 4 Januari 2023).

Sejalan dengan yang disampaikan Firman Agus selaku Pemimpin Redaksi Riau Pos, Mario Kisaz selaku Wakil Pemimpin Redaksi Riau Pos juga memaparkan bahwa strategi pengelolaan media sosial Riau Pos adalah dengan membuat tim khusus yang mengelola media sosial Riau Pos. Abdul Kadir Bey Manajer Pemasaran Koran Harian Riau Pos juga menuturkan hal yang sama seperti dalam hasil wawancara berikut ini.

“Kalau media sosial itu ada tim khususnya, yang khusus mengelola website, media sosial, tapi tetap bersinergi dengan cetak, dengan koran begitu. Strateginya tidak jauh beda dengan koran, yang terpenting itu kita selalu menjaga trust atau kepercayaan pembaca Riau Pos, selalu memberikan informasi teraktual dan menghindari hoax-hoax.” (Wawancara dengan Abdul Kadir Bey Manajer Pemasaran Koran Harian Riau Pos, 6 Desember 2022).

2) *Tactical Convergence*

Konvergensi yang dilakukan Koran Harian Riau Pos merupakan bentuk trik atau cara kerjasama dengan melakukan *Cross Promotion* (promosi silang) serta pertukaran informasi yang diperoleh dari media-media yang berkonvergen. Koran Harian Riau Pos dan RiauPos.co saling berkolaborasi dan bekerjasama dalam pembuatan konten. Namun terdapat perbedaan dalam penulisan berita yaitu pada berita di media cetak akan dibuat lebih rinci dan mendalam dibanding di media online yang ringkas dan padat. Riau Pos tetap menggunakan pakem koran dalam penulisan berita di media online, yaitu berita harus aktual, terpercaya dan dapat dipertanggungjawabkan. Berdasarkan hasil penelitian Koran Riau Pos memiliki scan barcode yang mengarah ke website Riau Pos. Berdasarkan hasil yang didapat peneliti dari wawancara bersama Abdul Kadir Bey selaku Manajer Pemasaran Koran Harian Riau Pos, ia menuturkan bahwa saluran komunikasi yang digunakan oleh Koran Harian Riau Pos adalah cetak dan digital.

“Salurannya kita ya tadi, ada cetak dan online, ee tapi tentu tidak saling mematikan nah kita atur pola jam tayang misalnya seperti itu misalnya harus cetak dulu baru kita upload di online, tapi ketika misalnya suatu informasi itu memang betul betul lagi viral lagi banyak dibicarakan orang mungkin kita pertimbangkan untuk Mendahulukan online, tapi dari Sisi bisnis kita atur itu kan teknis di pengolahan bisnisnya, tetapi kita selalu menyiapkan apa namanya, menyiapkan langkah langkah untuk kuat di digital nya cuma kan tidak boleh saling mematikan nah itu tadi tidak ada yang saling mematikan saling menjaga lah gitu tetap tumbuh korannya.” (Wawancara dengan Abdul Kadir Bey Manajer Pemasaran Koran Harian Riau Pos, 6 Desember 2022).

Media sosial merupakan bentuk konvergensi Koran Harian Riau Pos dalam menghadapi era digitalisasi. Ancaman era digital bagi media cetak ini tidak bisa dihindari. Sebagai cara menghadapi era ini, media-media dituntut aktif melakukan survey dan adaptif agar tidak tertinggal pada kemajuan teknologi. Ciri khas pada media cetak adalah dengan berita yang jelas, mendalam, dan lengkap. Disamping itu, media cetak telah hadir selama ratusan tahun lalu dan menyertai peradaban manusia, maka dari itu sulit untuk ditinggalkan begitu saja. Walaupun media digital lebih fleksibel dan cepat, tetapi di beberapa situasi belum semua masyarakat dapat mengaksesnya karena keterbatasan berbagai hal.

Dengan dilakukannya konvergensi media membuat koran tetap bisa bertahan di era digitalisasi, hal ini juga disampaikan oleh Abdul Kadir Bey selaku Manajer Pemasaran Koran Harian Riau Pos seperti yang disampaikan dalam hasil wawancara, “Koran dan media sosial tetap bersinergi walaupun sudah konvergensi ya, kita tidak mengutamakan atau mengenyampingkan salah satu, tetapi tetap kita beriringan, saling dukung.” (Wawancara dengan Abdul Kadir Bey Manajer Pemasaran Koran Harian Riau Pos, 6 Desember 2022)

3) *Structural Convergence*

Penataan tugas kerja dalam struktur organisasi setiap media menjadi bagian konvergensi. Firman Agus pada 2020 dipercaya menjadi pimpinan redaksi di koran dan RiauPos.co. Hal ini bertujuan untuk memudahkan konsolidasi dan menggarap konten agar sampai ke masyarakat. Wartawan Koran Harian Riau Pos pus juga harus menyesuaikan diri dengan perkembangan era digital dengan memiliki kemampuan multitasking pada koran dan media online.

Dalam hasil wawancara peneliti bersama Firman Agus selaku Pimpinan Redaksi Riau Pos, ia memaparkan bahwa pada komunikasi internal seluruh tim Riau Pos harus memiliki pola pikir digital, sejalan dengan zaman dan adaptif dalam mengerjakan koran. Tim Koran Riau Pos harus mampu beradaptasi dengan perkembangan zaman dalam berkomunikasi. Dengan memiliki pola pikir digital untuk mengerjakan media cetak.

“Komunikasi di internal, itu tadi kami timnya harus mindset digital untuk mengerjakan koran cetak. jadi pertama Adaptasi, jadi kalau misalnya rapat kami tidak boleh ada yang bilang “kalau kami dulu” saya pantangin kalau ngomong gitu. karna berubah. Kalau dulu tahun 2017, kantor ini kayak pasar, ramai. kalau sekarang sepi, bukannya tidak kerja, kerja mereka, ada yang di kedai kopi ini, ada yang ditepi jalan, di grup sibuk. kan tinggal berubah aja. Dulu rapat tiap hari redaktur tu jam 3. setelah 2 tahun kebiasaan rapat online, dipaksakan rapat offline lagi kan susah. caranya yaudah, rapat di grup. kerjanya tetap sama, pola kerjanya yang berbeda. Harus adaptif. yang berat itu bukan merubah komuniakasinya, tapi pola mindset kerja. butuh waktu.” (Wawancara dengan Firman Agus selaku Pemimpin Redaksi Riau Pos, 4 Januari 2023).

4) *Information Gathering Convergence*

Konvergensi ini identic dengan keterampilan jurnalis atau wartawan untuk bekerja di lebih dari satu media yang mampu mencari, mengolah data dan menyajikan data dalam berbagai bentuk platform. Dari segi sumber daya manusia, wartawan Koran Harian Riau Pos dan RiauPos.co sudah siap menghadapi tantangan dan persaingan di era digital dengan memiliki keterampilan sesuai dengan *platform* masing-masing. Seperti yang disampaikan Tari selaku wartawan Riau Pos, ia mendapat tugas menjadi jurnalis koran dan online. “Kalau jabatan masih di posko kan untuk di kota dan di ekonomi, jobdesk nya ya itu sih lebih ke pemberitaan tentang kota, menulis berita tentang dinamika kota dengan tentang perekonomian di provinsi Riau, kakak di online dan koran, keduanya.” (wawancara dengan Tari, wartawan Riau Pos pada hari Minggu 09 Juli 2023)

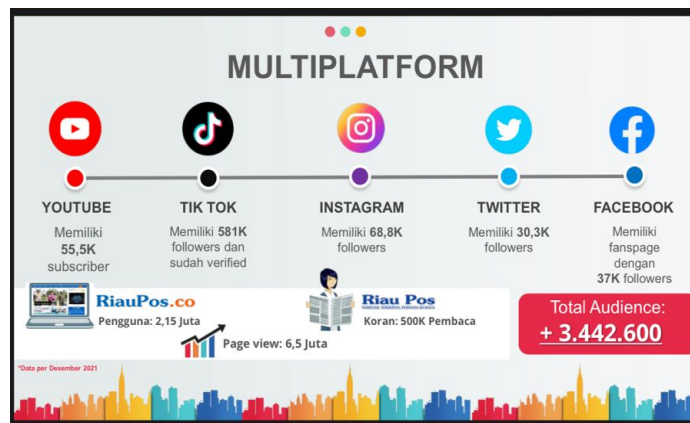
5) *Storytelling Convergence*

Bentuk konvergensi ini berkaitan dengan keterampilan jurnalis mengemas berita sesuai dengan segmen pasar media dan dilengkapi dengan foto, video maupun grafis. Jika dilihat hal tersebut sudah menjadi tugas dari seorang wartawan. Untuk menghasilkan sebuah informasi dalam bentuk grafis tentu harus melewati prosedur validasi. SDM ditunjang dengan perangkat computer dan jaringan internet yang memadai. Dengan demikian konten digital yang dihasilkan akan cepat di muat dan disebar ke khalayak luas. Wakil Pemimpin Redaksi Koran Harian Riau Pos yaitu Mario Kizas mengatakan bahwa perencanaan komunikasi yang dilakukan adalah dengan mempertahankan kepercayaan pembaca dengan menjaga penulisan berita tetap akurat dan dapat dipertanggungjawabkan.

“Nah itu dia tadi seperti yang saya sampaikan, pertama kita tetap mempertahankan aktualisasi, mempertahankan informasi informasi, karena di Riau Pos itu kita, kalau kami sebut itu kami diharamkan memberikan informasi yang hoax, makanya di kami itu filter filter sebelum publikasi ke masyarakat itu sangat banyak, karena kalau di online di media sosial, ketika berita itu salah bisa langsung diganti bisa langsung diedit, sementara kalau di koran tidak bisa, karena barang itu sudah tersebar kemana-mana, jadi dengan tanggung jawab itu memang kita harus ada jenjang filternya step by step nya sehingga setiap informasi

yang disampaikan itu sudah dapat dipertanggungjawabkan akurasi nya sudah melalui beberapa tahapan yang sudah kita lalui sesuai fase fasenya, seperti itu.”(wawancara dengan Mario Kisaz selaku Wakil Pemimpin Redaksi Riau Pos, 1 Desember 2022).

Dimensi konvergensi pada pembahasan di atas merupakan solusi yang dihadirkan Koran Harian Riau Pos di tengah era digital dan perubahan perilaku khalayak dalam meraih informasi. Selain mengakses informasi, kegiatan jual beli pun sudah beralih ke pemasaran digital. Sebelum adanya digital, para pengusaha melakukan pemasaran melalui cara konvensional seperti koran dan majalah dengan mengeluarkan biaya cukup besar dan hasil yang dirasa kurang efektif menjangkau segmentasi pasar (Zurani, Musfar, and Habibie 2022). Koran adalah sarana komunikasi yang mencakup berita terkini dari segala aspek kehidupan, mulai dari pendidikan, kesehatan, sosialpolitik, perekonomian, kejahatan, hiburan, olah tubuh, lokal hingga internasional, dan sebagainya. Koran umumnya terbit harian, namun ada juga Koran mingguan. Ada koran lokal dan koran nasional berdasarkan ruang lingkungnya (Purnamentari, Suandi, and Wisudariani 2019). Selain sebagai penyebar informasi, koran juga sebagai media hiburan. Manusia beralih mencari informasi di internet yang lebih efisien dibandingkan membaca media cetak. Pada tahun 2022, tingkat literasi media cetak hanya sebesar 4%, sedangkan media social sebesar 73%, Televisi 59,7%, Berita Online 26,7%, Situs web resmi pemerintah 13,9%, Radio 4% dan tidak mengakses informasi sama sekali sebesar 1,2%. (Reily 2017).



Sumber: (Profil Riau Pos, 2023)

Gambar 3. Insight Multiplatform Koran Harian Riau Pos

Penerapan Konvergensi sebagai Strategi Koran Harian Riau Pos Dalam Mempertahankan Eksistensi di Era Digital

Strategi media sangat penting dalam era modern saat ini, cara paling tepat yang harus diambil oleh media konvensional seperti Koran Harian Riau Pos yaitu melakukan konvergensi atau menambah platform baru dalam penyampaian informasi terhadap audiens. Keberadaan audiens merupakan faktor penting dalam eksistensi Koran Harian Riau Pos. Dalam analisis Audiens yang dilakukan koran harian Riau Pos dalam mempertahankan eksistensi di Era digital. “Audiens hampir tidak bisa menghindari dari media massa, sehingga beberapa individu menjadi anggota audience yang besar, yang menerima ribuan pesan media massa. Audiens adalah pasar, dan program yang disajikan adalah produk yang ditawarkan” (Morrison, 2011).

Pandangan Riau Pos terhadap eksistensi audience yang tetap berlangganan koran harian Riau Pos saat ini, audiens merupakan asset yang harus dipertahankan, Maka dari itu Riau Pos

memiliki strategi untuk mempertahankan audiens. Selain menjadi penyedia informasi, Koran juga menjelma menjadi tempat penerima suara-suara keluhan masyarakat. Mario Kisaz selaku Wakil Pemimpin Redaksi Riau Pos juga menambahkan bahwa menjaga keberadaan audiens adalah dengan cara menjaga kepercayaan masyarakat. “Ya yang pertama kita harus menjaga kepercayaannya ya artinya kita tetap harus memberikan informasi yang aktual update dan dapat dipertanggungjawabkan sehingga pembaca ini tetap menjadikan kita sebagai referensi sehingga informasi informasi yang kita berikan itu tetap jadi acuan dalam baik itu mengambil kebijakan menentukan suatu keputusan segala macam, tetap menjadikan referensi kita gitu.” (Wawancara dengan Mario Kisaz selaku Wakil Pemimpin Redaksi Riau Pos, 1 Desember 2022). Mario Kisaz selaku Wakil Pemimpin Redaksi Riau Pos mengatakan bahwa bentuk analisis Audiens yang dilakukan koran harian Riau Pos dalam mempertahankan eksistensi di Era digital yaitu melakukan survey sebagai bahan evaluasi untuk menambah rubrik baru, menambahkan inovasi inovasi baru.

Sama halnya dengan yang disampaikan Firman Agus selaku Pemimpin Redaksi Riau Pos, Mario Kisaz selaku Wakil Pemimpin Redaksi Riau Pos mengatakan bahwa bentuk analisis Audiens yang dilakukan koran harian Riau Pos dalam mempertahankan eksistensi di Era digital yaitu melakukan survey, dan hasil survey menunjukkan bahwa pembaca terbanyak Koran harian Riau Pos yaitu kalangan Ibu Rumah Tangga. Menurutnya ibu rumah tangga merupakan pengambil keputusan terbesar dalam hal pembelian di rumah. Hal ini sejalan dalam (Zurani, 2020) istri mendominasi cukup besar, terutama keputusan yang berkaitan dengan bisnis dan investasi. Dengan adanya konvergensi secara tidak langsung berdampak positif kepada khalayak untuk lebih efisien dalam memperoleh informasi. Koran Harian Riau Pos telah melakukan konvergensi media berupa website RiauPos.co dan multiplatform lainnya berupa e-Paper, Tiktok, Instagram, Youtube dengan *insight* yang cukup besar.



Sumber: (Riau Pos,2022)

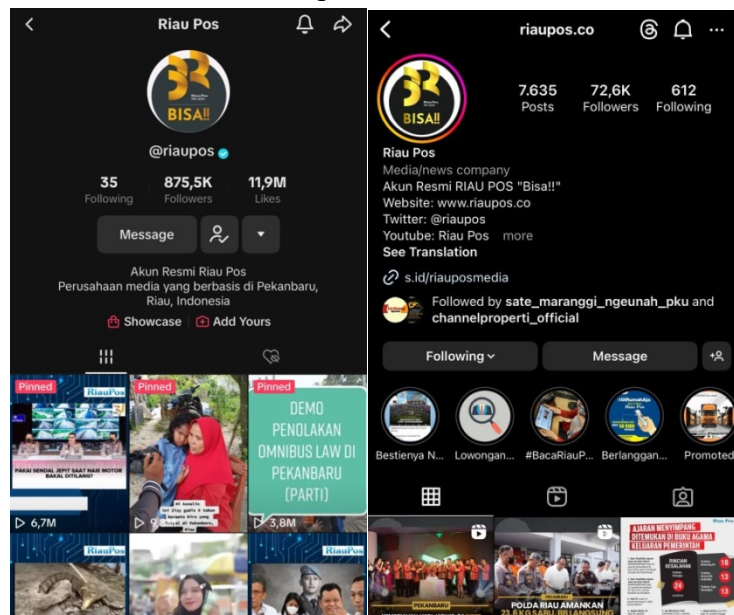
Gambar 4. Pengguna website riaupos.co tahun 2022

Grafik di atas merupakan data pengguna yang mengakses website riau pos pada bulan Mei 2022. Terdapat 575. 126 pengguna dan jumlah tayangan halaman sebesar 1.104.109.

sedangkan untuk Koran harian riau pos, informasi terbaru yang didapatkan dari bagian pemasaran yaitu Bapak Nasir, ia mengatakan bahwa oplah Koran harian Riau Pos pada tahun 2022 berjumlah 50 ribu-an dan jumlah pembaca Koran harian Riau Pos sekitar 165 ribu pembaca. Riau Pos sebagai media yang Multi Channel saat ini memiliki akun media social yaitu Twitter @riaupos sejak September 2009 dengan jumlah pengikut 30,0 ribu dan 101,2 ribu cuitan. Pada 10 Februari 2015 Riau Pos Membuat Akun Youtube Riau Pos Media, memiliki 130 video. Akun Instagram @riaupos dengan jumlah 69,4 ribu pengikut dan 6,210 postingan. Kemudian Riau Pos juga memiliki akun Tiktok @riaupos dengan jumlah 738,4 ribu pengikut dan 7,7 juta suka.



Gambar 5. Tampilan website RiauPos.co



Gambar 6. Tampilan akun Tiktok dan Instagram Riau Pos

Peluang dan tantangan Koran Harian Riau Pos di era digital

Perkembangan teknologi informasi yang berdampak pada perubahan perilaku masyarakat dalam mendapatkan informasi yang dibuktikan dengan salah satu riset yang sudah dijelaskan oleh peneliti diatas berdampak pada pertumbuhan bisnis Koran Harian Riau Pos. Realita yang terjadi saat ini pada koran Riau Pos yang diperkuat dengan Wawancara pra riset dengan Pemimpin Redaksi Koran Riau Pos Bapak Firman Agus pada 22 Maret 2022 di Graha Pena Lantai 3 mengatakan kepada peneliti bahwa penjualan mengalami penurunan, terutama

awal awal 2020 sampai akhir 2020 sehingga mereka melakukan *campaign* dengan cara membuat video proses awal produksi koran, dari percetakan di mesin kemudian di bungkus plastik dan sampai ke konsumen, karena masyarakat parno virus Covid-19 itu menempel.

Dari sisi daring, yang paling pengaruh itu karena banyak kegiatan Work From Home (WFH) dan belajar Daring, otomatis pelanggan merasa tak bisa baca koran, karena rata-rata pelanggan Koran Riau Pos berada di sekolah, di pemerintahan, dan perkantoran, itu di luar yang eceran di kios-kios dan pedagang di lampu merah. Ketika pelanggan WFH, koran menumpuk saja tidak dibaca, akhirnya diputus (*stop*) saja dulu, tapi Koran Riau Pos tetap berusaha agar penjualan koran tidak turun dalam artian terjun bebas.

Namun walaupun demikian, Firman Agus menegaskan bahwa dua tahun bertahan ditengah Pandemi dan terbukti Riau Pos ada hingga saat ini. Dengan berbagai inovasi, Riau P63os juga hadir di media sosial seperti YouTube Tiktok Instagram, Riau pos menjamin konten itu tingkat kepercayaannya sama dengan koran. Riau pos memperjuangkan branding Riau Pos sebagai media media informasi yang terpercaya, itu yang kami pertahankan. Salah satu faktornya adalah menjaga kepercayaan pembaca itu yang dijaga selama ini dan itu butuh SDM yang banyak. Di lapangan, di keredaksian, dan di pabrik, beda dengan media online yang tidak terlalu membutuhkan banyak SDM, dan tidak banyak prosesnya.

Koran Harian Riau Pos mampu merubah tantangan menjadi peluang, terbukti dengan penjelasan diatas, ketika covid-19 menghadang, Koran Harian Riau Pos dengan sigap menggarap konten di social media, serta membuat video proses pembuatan koran yang higienis agar masyarakat tak perlu khawatir akan penyebaran virus melalui koran. Koran Harian Riau Pos juga menggandeng mitra-mitra yang terdampak Covid-19 agar tetap bisa berkarya dengan berkolaborasi bersama.

Menurut Pimpinan Redaksi Koran Harian Riau Pos, tantangan yang akan dihadapi media adalah pesatnya teknologi AI yang berkembang dan tahun pemilu di 2024 nanti. Tim Koran Harian Riau Pos diharapkan tetap menjunjung tinggi kredibilitas dan kepercayaan masyarakat. “Tantangannya ya tahun pemilu, menjaga independensi, menjaga akurasi, kan 2024 pemilu ni memang kami dah beberap tahun menghadapi pemilu, sekarang kami pakemkan lagi karena sudah agak lama terdiam karena pandemi kan. kami bilang ke kawan-kawan, ayok, pakem kita tetap sama, patokan kita masyarakat, jadi siapapun yang menang tak ada urusan dengan kita, kita tetap menyuarakan aspirasi masyarakat. Tantangan pasti ada, karena dunia digital selalu berubah, tapi dengan semangat BISA itu, kita pasti ee bisa menghadapinya. sehebat hebatnya AI, tapi dia tidak punya wise, rasa, secanggih apa pun AI itu, manusia punya itu. Itu yang kami coba sampaikan ke kawan kawan, ayok bangun ini, karena kita membangun media itu ikut membangun masyarakat juga kan. mau kita bangun media ke arah mana. begitu.” (Wawancara dengan Firman Agus selaku Pemimpin Redaksi Riau Pos, 4 Januari 2023).

Selain itu tantangan lainnya adalah menjaga kesetiaan pelanggan. Untuk mempertahankan audiens tentu saja memerlukan strategi, maka dari itu penelti menanyakan mengenai strategi tertentu yang dilakukan koran harian Riau Pos untuk mempertahankan pelanggan di era digitalisasi. Berdasarkan hasil wawancara dengan Firman Agus, Riau Pos membuat kegiatan-kegiatan yang bisa diikuti oleh pelanggan Koran Harian Riau Pos, “Memberi benefit lain ada, itukan udah lama berhenti karena pandemi, jadi mau diaktifkan lagi, pelanggan dapat benefit apa, yang selama inikan kami baru ngasih benefit misalnya langganan

Riau Pos ada benefit di online, untuk program, mulai tahun ini akan di mulai lagi, buat gebyar, buat bulan ini banyak kegiatan, buat gowes, divisi EO akan diaktifkan tahun ini lagi.” (Wawancara dengan Firman Agus selaku Pemimpin Redaksi Riau Pos, 4 Januari 2023).



Gambar 6 Liputan Kegiatan Gowes Merdeka 2022

Sumber: (Hasil tangkapan layar Website RiauPos.co, 28 November 2022)

Simpulan

RiauPos.co menjadi bentuk konvergensi koran harian Riau Pos untuk mempertahankan eksistensi koran di era digital. Pelaksanaan konvergensi media ini tak lepas dari kepemilikan perusahaan, kolaborasi konten, struktur redaksi dan direksi, sumber daya wartawan dan infrastruktur yang menyatu dengan RiauPos.co. Strategi yang dilakukan koran harian Riau Pos untuk mempertahankan eksistensi di era digital adalah mempertahankan kepercayaan pembaca lewat tulisan-tulisan yang akurat, mendalam dan dapat dipertanggungjawabkan, menghindari berita hoax. koran harian Riau Pos juga hadir sebagai wadah penampung keluhan-keluhan masyarakat yang nantinya akan disuarakan melalui koran. Di bagian pemasaran koran harian Riau Pos juga memberikan reward-reward kepada pelanggan koran harian Riau Pos serta mengadakan event-event yang dapat diikuti seluruh masyarakat. Riau Pos menggunakan Google analytics untuk mengukur eksistensinya di tengah era digital. Tantangan yang dihadapi koran harian Riau Pos dalam mempertahankan eksistensi di era digital adalah perkembangan teknologi AI yang semakin pesat. Tahun pemilu di 2024 mendatang juga menjadi tantangan lainnya yang akan dihadapi koran harian Riau Pos.

Referensi

- Cangara, Hafied. 2017. *Perencanaan Dan Strategi Komunikasi*. 3rd ed. Jakarta: Raja Grafindo.
- Komunikasi, Pakar. 2015. "Strategi Komunikasi: Pengertian Dan Ruang Lingkup." Retrieved (<https://www.komunikasipraktis.com/2015/10/strategi-komunikasi-pengertian-%09dan.html>).
- Morrison. 2011. *Manajemen Media Penyiaran Strategi Mengelola Radio & Televisi "Edisi Revisi"*. Jakarta: Kencana.

- Pransiska, Yulmi, Sumaina Duku, and Hasril Atieq Pohan. 2023. "Strategi Gatra Sumbagsel Dalam Mempertahankan Eksistensi Media Informasi Di Era New Media." *Jurnal Ilmu Komunikasi Dan Media Sosial (JKOMDIS)* 3(2):421–29.
- Purnamentari, Luh Yuli, I. Nengah Suandi, and Ni Made Rai Wisudariani. 2019. "Analisis Jenis, Bentuk, Dan Fungsi Tindak Tutur Berita Utama Pada Koran Bali Post." *Jurnal Pendidikan Bahasa Dan Sastra Indonesia Undiksha* 8(1):13–22. doi: 10.23887/jppbs.v8i1.20239.
- Ramansyah, Muh. Syaiful. 2022. "Konvergensi Media Gorontalo Post Sebagai Strategi Untuk Bertahan Di Era Digital
- Rasyid, Anuar. 2019. *Buku Ajar Metode Penelitian Komunikasi*. Pekanbaru: UR Press Pekanbaru.
- Reily, Michael. 2017. "Nielsen: Pembaca Media Digital Sudah Lampau Media Cetak." Retrieved (<https://katadata.co.id/pingitaria/digital/5e9a5623eb608/nielsen-%09pembaca-media-%09digital-%09sudah-lampau-media-cetak>).
- Saptoyo, R. D. A. 2022. "Survei Reuters: 68 Persen Masyarakat Indonesia Mengakses Berita DariMedsos." Retrieved (<https://www.kompas.com/cekfakta/read/2022/06/17/153126682/survei-%09reuters-68-%09persen-masyarakat-indonesia-mengakses-berita-dari>).
- Quinn, Stephen, 2004 *Convergence: The Journal Research Into New Media Technologies*. London: Sage Publication Inc. Vol.10
- Zurani, Ikhma. 2020. "Dominasi Perempuan Pebisnis Dalam Rumah Tangga." *WACANA: Jurnal Ilmiah Ilmu Komunikasi* 19(1):72. doi: 10.32509/wacana.v19i1.1008.
- Zurani, Ikhma, Tengku Firli Musfar, and Dedi Kusuma Habibie Habibie. 2022. "Peningkatan Kapasitas Kewirausahaan Di Bidang Digital Marketing." *Management Studies and Entrepreneurship Journal* 3(5):3118–32.