

**TANTANGAN PENGELOLA HARIAN JOGJA DALAM MEMPERTAHANKAN
EKSISTENSINYA SELAMA MASA PANDEMI COVID-19 DI DAERAH ISTIMEWA
YOGYAKARTA**

Skripsi

Diajukan untuk memenuhi
Syarat Akademik Memperoleh Gelar Sarjana Ilmu Komunikasi (S. I. Kom.)



Disusun oleh:

Nama : Qorri Uyuni

NIM : K19055404

Program Studi : Ilmu Komunikasi

Pembimbing : Supadiyanto, M. I. Kom

Program Studi S1 Ilmu Komunikasi
Sekolah Tinggi Ilmu Komunikasi Yogyakarta
2023

SURAT PERNYATAAN ORISINALITAS KARYA

Yang bertanda tangan di bawah ini, saya:

Nama Mahasiswa : Qorri Uyuni
Tempat/Tgl. Lahir : Tanjung Pinang, 2 Juni 2001
NIM : K19055404
Program Studi : Ilmu Komunikasi

Dengan ini menyatakan bahwa naskah skripsi yang saya ajukan : “Tantangan Pengelola Harian Jogja dalam Mempertahankan Eksistensinya Selama Masa Pandemi COVID-19 di Daerah Istimewa Yogyakarta” adalah benar-benar merupakan hasil karya sendiri yang orisinal. Seluruh sumber referensi yang dikutip selalu tercantum dalam daftar pustaka. Karya tersebut juga telah dilakukan uji/cek plagiatisme melalui aplikasi Turnitin (hasilnya terlampir).

Jika terbukti bahwa naskah skripsi tersebut merupakan hasil jiplakan atau plagiatisme, maka saya bersedia untuk mendapatkan sanksi sesuai dengan peraturan akademik yang ada.

Yogyakarta, 31 Agustus 2023

Pembuat pernyataan



Qorri Uyuni

NIM: K19055404

HALAMAN PENGESAHAN

Judul Skripsi : Tantangan Pengelola Harian Jogja dalam Mempertahankan
Eksistensinya Selama Masa Pandemi COVID-19 di Daerah Istimewa
Yogyakarta
Nama Mahasiswa : Qorri Uyuni
NIM : K19055404
Program Studi : Ilmu Komunikasi

Telah diujikan di depan tim penguji skripsi pada:

Hari/Tanggal : Selasa, 29 Agustus 2023

Pukul : 08.00 WIB

Tempat : Ruang B. 1. 3

Dan dinyatakan: Lulus/Tidak Lulus

Tim Dosen Penguji

1. Dr. Ahmad Muntaha M. Si
NIDN: 0527056401
2. Hardoyo M. A
NIDN: 0516047201
3. Supadiyanto S.Sos.I., M. I. Kom
NIDN: 0514088102

Tanda Tangan

(.....)

(.....)

(.....)

Mengetahui,

Ketua STIKOM Yogyakarta,



(Dra. Sudaru Murti M.Si)
NIDN: 0018126002

Mengesahkan,

Kaprodi Ilmu Komunikasi,

(Dr. Ahmad Muntaha M.Si)
NIDN: 0527056401

9. Teman-teman diluar kampus terutama kak Riris yang selalu memberikan dukungan, masukan dan mendengarkan keluh kesah penulis selama masa penyusunan skripsi.
10. Jefri Nichol, idola yang selalu menghibur dengan karya-karyanya dan menjadi penyemangat bagi penulis.
11. Diri sendiri, yang sudah bertahan sejauh ini dan bertanggung jawab dengan apa yang sudah dipilih dan mampu menyelesaikan skripsi dengan baik.

Semoga Allah memberikan balasan kebaikan serta pahala kepada kalian semua. Dengan segala kekurangan dan keterbatasan yang ada pada penulis, oleh karena itu segala kritik dan saran yang membangun akan penulis terima demi perbaikan penelitian ini. Atas perhatiannya, penulis mengucapkan terima kasih.

Yogyakarta, 31 Agustus 2023

قرری

Qorri Uyuni

HALAMAN MOTIVASI

إِنَّ مَعَ الْعُسْرِ يُسْرًا إِذَا فَرَغْتَ فَانصَبْ وَإِلَىٰ رَبِّكَ فَارْغَبْ

“Sesungguhnya beserta kesulitan ada kemudahan. Maka apabila engkau telah selesai (dari suatu urusan), tetaplah bekerja keras (untuk urusan lain), dan hanya kepada Tuhanmu lah engkau berharap”.

- **Q. S Al-Insyirah : 6-8**

“Kamu paling tau apa yang ingin kamu kejar. Kamu yang paling tau segala beban yang sudah kamu lalui. Maka suara bising orang lain yang ga bener peduli padamu, tidak perlu kamu hiraukan. Kamu cukup dan layak untuk berjuang”.

- **Indra Sugiarto**

Kamu tidak tertinggal. Hanya waktunya saja yang berbeda

“tidak semua bunga mekar secara bersamaan, begitupun pula ombak tidak sampai ketepian secara bersamaan”.

- **Unknown**

HALAMAN PERSEMBAHAN

1. Dua orang yang paling berjasa dalam hidup penulis, ayah Muh Sail Stani dan ibu Lissa Sintawati tercinta. Beliau memang tidak merasakan bangku perkuliahan namun beliau mampu mendidik penulis, memberi memotivasi, dukungan serta do'a sehingga penulis mampu menyelesaikan studinya sampai sarjana.
2. Untuk Firman dan Fauzi, karena adanya kalian penulis berjuang menyelesaikan studinya untuk bisa berusaha menjadi contoh yang baik. Semoga dapat memotivasi kalian dan mengejar pendidikan atau cita-cita yang lebih tinggi. Serta dapat membanggakan kedua orang tua.
3. Teman teman yang selalu mendukung serta selalu mendengarkan keluh kesah penulis saat pengerjaan skripsi ini.
4. Diri sendiri, yang sudah mampu menyelesaikan studinya hingga mendapatkan gelar sarjana. Mampu membuktikan kepada orang orang bahwa bisa menyelesaikan skripsi ini dengan baik dan tepat waktu.

KATA PENGANTAR

Alhamdulillahirobbilalamin puji syukur kehadiran Allah SWT berkat Rahmat, Hidayah, dan Karunia-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi dengan judul "**Tantangan Pengelola Harian Jogja dalam Mempertahankan Eksistensinya Selama Masa Pandemi COVID-19 di Daerah Istimewa Yogyakarta**". Skripsi ini disusun sebagai salah satu syarat untuk menempuh Program Sarjana (S1) jurusan Ilmu Komunikasi, STIKOM Yogyakarta.

Penulis menyadari dalam penyusunan skripsi ini tidak akan selesai tanpa bantuan, dukungan, bimbingan dan nasehat dari beberapa pihak selama penyusunan skripsi. Oleh karena itu pada kesempatan ini penulis ingin mengucapkan terima kasih setulus-tulusnya kepada:

1. Allah Subhanahu Wa Ta'ala, karena telah memberikan rahmat, kesehatan lahir batin, kekuatan dan segala petunjuk-Nya sehingga dapat menyelesaikan skripsi ini dengan baik dan lancar.
2. Ayah dan ibu, selalu support doa dan kebutuhan materi selama perkuliahan sehingga penulis tetap temotivasi agar dapat membanggakan ayah ibu. Walaupun jauh tetapi kasih sayang dan perhatian tidak pernah habis.
3. Ibu Dra Sudaru Murti, M. Si selaku Ketua STIKOM Yogyakarta.
4. Bapak Drs. Ahmad Muntaha, M. Si selaku Ketua Prodi Ilmu Komunikasi STIKOM Yogyakarta.
5. Bapak Supadiyanto, M. I. Kom selaku dosen pembimbing yang selalu membimbing dengan baik dan memberikan masukan, motivasi serta nasehat ketika penulis sedang merasa tidak baik-baik.
6. Segenap Dosen Jurusan Ilmu Komunikasi STIKOM Yogyakarta yang telah memberikan ilmunya selama masa perkuliahan dan selalu memberikan support agar penulis menyelesaikan skripsinya.
7. Para narasumber dan staff Harian Jogja terutama Mba Putri, Mba Dea dan Mas Siro yang ikhlas dan senang hati membantu dan memberikan informasi guna melancarkan skripsi ini.
8. Teman sekelas, yang selalu membantu satu sama lain sejak awal perkuliahan. Semoga berkah ilmu dan dapat bermanfaat bagi lingkungan.

9. Teman-teman diluar kampus terutama kak Riris yang selalu memberikan dukungan, masukan dan mendengarkan keluh kesah penulis selama masa penyusunan skripsi.
10. Jefri Nichol, idola yang selalu menghibur dengan karya-karyanya dan menjadi penyemangat bagi penulis.
11. Diri sendiri, yang sudah bertahan sejauh ini dan bertanggung jawab dengan apa yang sudah dipilih dan mampu menyelesaikan skripsi dengan baik.

Semoga Allah memberikan balasan kebaikan serta pahala kepada kalian semua. Dengan segala kekurangan dan keterbatasan yang ada pada penulis, oleh karena itu segala kritik dan saran yang membangun akan penulis terima demi perbaikan penelitian ini. Atas perhatiannya, penulis mengucapkan terima kasih.

Yogyakarta, 31 Agustus 2023

Qorri Uyuni

DAFTAR ISI

SURAT PERNYATAAN ORISINALITAS KARYA	i
HALAMAN PENGESAHAN	ii
HALAMAN MOTIVASI	iii
HALAMAN PERSEMBAHAN	iv
KATA PENGANTAR	v
DAFTAR ISI	vii
DAFTAR GAMBAR	ix
DAFTAR TABEL	x
ABSTRAK	xi
BAB I	1
PENDAHULUAN	1
1. 1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	7
1.3 Tujuan Masalah	7
1. 4 Manfaat Penelitian.....	7
BAB II	8
KAJIAN PUSTAKA	8
2.1 Penegasan Judul/Subjudul	8
2.2 Penelitian Terdahulu.....	9
2.3 Landasan Teori	15
Komunikasi Massa.....	15
Bentuk Komunikasi Massa	18
Media Online	25
Media Sosial.....	29
Talkshow	30
Podcast	30
Coronavirus.....	30
Phsical distancing.....	32
Vaksin	32
BAB III	34
METODE PENELITIAN	34
3. 1 Jenis dan Metode Penelitian	34

3. 2 Sumber Data	34
3. 3 Teknik Analisis Data	36
3. 4 Teknik Pengumpulan Data	37
3. 5 Tempat dan Waktu Penelitian	39
3. 6 Tahapan Penelitian	40
3. 7 Keabsahan Data	40
BAB IV	43
OBJEK PENELITIAN	43
4. 1 Gambaran Umum Institusi	43
4. 2 Visi dan Misi	45
4. 4 Alamat dan Kontak Redaksi	46
4.5 Struktur Organisasi Institusi	46
4. 6 Tugas dan Tanggung Jawab	49
BAB V	55
HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	55
5. 1 Kebijakan Pemerintah saat COVID-19	55
5. 2 Kebijakan Redaksional Harian Jogja	59
5. 3 Tantangan Pengelola Harian Jogja	62
1. Berekistensi	63
2. Inovasi Baru	77
BAB VI	87
PENUTUP	87
6. 1 Kesimpulan	87
6. 2 Saran	88
DAFTAR PUSTAKA	89
LAMPIRAN	

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. 1 jumlah penerbit dan oplah media cetak di Indonesia Tahun 2019-2022	5
Gambar 4. 1 logo Harian Jogja	43
Gambar 4. 2 struktur organisasi PT. Aksara Dinamika Jogja.....	46
Gambar 5. 1 ARMADA BARU	65
Gambar 5. 2 BERSEPEDA BERSAMA	65
Gambar 5. 3 LIPUTAN DARING	67
Gambar 5. 4 hasil liputan Sunartono 30 Agustus 2020	69
Gambar 5. 5 hasil liputan Sirojul Khafid 9 Agustus 2021	69
Gambar 5. 6 MASA PEMULIHAN.....	74
Gambar 5. 7 visualisasi siklus kerja wartawan dan tim redaksi	76
Gambar 5. 8 TALKSHOW ONLINE	79
Gambar 5. 9 TALKSHOW ONLINE	79
Gambar 5. 10 LIVE PODCAST	80
Gambar 5. 11 LIVE PODCAST	80
Gambar 5. 12 tampilan koran digital Harian Jogja	83
Gambar 5. 13 rekap penurunan media cetak di Indonesia	84
Gambar 5. 14 tampilan media sosial Harian Jogja	86

DAFTAR TABEL

Tabel 3. 1 tahapan penelitian	39
Tabel 5. 1 daftar wartawan yang mengikuti UKW	70
Tabel 5. 2 daftar karyawan Harian Jogja yang mengikuti UKW.....	71
Tabel 5. 3 daftar wartawan yang belum mengikuti UKW	72

ABSTRAK

Qorri Uyuni (K19055404). Tantangan Pengelola Harian Jogja Dalam Mempertahankan Eksistensinya Selama Masa Pandemi COVID-19 Di Daerah Istimewa Yogyakarta. Skripsi, Jurusan Ilmu Komunikasi, STIKOM Yogyakarta 2023. Penelitian ini dilatarbelakangi oleh fenomena pandemi COVID-19 yang membuat banyak perubahan sosial maupun ekonomi. Pandemi COVID-19 membawa pengaruh untuk perusahaan media cetak. Rumusan masalah penelitian ini adalah bagaimana tantangan pengelola Harian Jogja dalam mempertahankan eksistensinya selama masa pandemi COVID-19 di D. I Yogyakarta? Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui tantangan pengelola Harian Jogja dalam mempertahankan eksistensinya selama masa pandemi COVID-19 di Daerah Istimewa Yogyakarta. Metode penelitian yang digunakan adalah deskriptif kualitatif. Teknik pengumpulan data menggunakan observasi, wawancara dan dokumentasi. Tantangan pengelola Harian Jogja selama masa pandemi yaitu perubahan pola liputan karena *sosial distancing* dan melakukan liputan daring. Langkah wartawan saat situasi *lockdown* dalam mendapatkan berita. Kualitas berita selama pandemi mengalami penurunan dikarenakan kurang efektif saat melakukan rapat *online*. Inovasi baru hadir untuk menjaga eksistensinya selama pandemi seperti Talkshow dan Podcast, memudahkan narasumber untuk memberikan informasi, koran versi digital, menyesuaikan kebiasaan masyarakat zaman sekarang. Platform digital, mengikuti perkembangan era digital.

Kata kunci : tantangan, media cetak, eksistensi, pandemi COVID-19

ABSTRACT

This research is motivated by the phenomenon of the COVID-19 pandemic which has made many social and economic changes. The COVID-19 pandemic has had an impact on print media companies. The formulation of the research problem is what are the challenges of Jogja Darily management in maintaining its existence during the COVID-19 pandemic in D. I Yogyakarta? This research aims to determine the challenges of Jogja Darily management in maintaining its existence during the COVID-19 pandemic in the Special Region of Yogyakarta. The research method used is a qualitative descriptive approach. Data collection techniques using observation, interviews, and documentation. The challenge for the Jogja Darily manager during the pandemic was changing the pattern of coverage due to social distancing and carrying out online coverage. Steps of journalists during the lockdown situation in getting news. The quality of news during the pandemic has decreased due to the ineffectiveness of conducting online meetings. Innovations are here to maintain their existence during the pandemic, such as talk shows and podcasts, making it easier for resource persons to provide information and digital versions of newspapers, adapting to the habits of today's society. Digital platform, following the development of the digital era.

Keywords: *challenges, print media, existence, COVID-19 pandemic*

BAB I

PENDAHULUAN

1. 1 Latar Belakang

Manusia adalah makhluk sosial yang artinya memiliki ketergantungan terhadap orang lain yang membutuhkan interaksi dengan lingkungan. Interaksi ini salah satunya melalui komunikasi. Komunikasi adalah hal yang sangat dibutuhkan dalam kehidupan sehari-hari. Komunikasi sangat penting dalam menunjang suatu kegiatan. Tanpa adanya komunikasi yang baik, kegiatan tidak akan berhasil sesuai dengan tujuan yang ingin dicapai. Setiap orang tentunya selalu melakukan kegiatan komunikasi.

Dengan adanya kemajuan teknologi, komunikasi antar-manusia semakin lama akan terus berkembang. Semakin kekinian, proses komunikasi menjadi lebih praktis. Mengirim atau menyampaikan informasi pun menjadi lebih mudah untuk dilakukan. Sejarah Teknologi Informasi menggambarkan perkembangan peradaban manusia yang diiringi melalui perkembangan cara penyampaian informasi (Ari Kuncoro, 2021).

Pada akhir abad ke-19 beberapa media cetak seperti surat kabar, buku, dan majalah mulai digunakan secara luas oleh masyarakat. Menurut ahli Sosiologi Amerika Charles Horton Cooley, menyatakan ada beberapa faktor yang membuat media baru lebih efisien daripada proses-proses komunikasi pada masyarakat sebelumnya. Faktornya adalah mengembangkan gagasan dan perasaan, mempersingkat waktu dan ruang, serta penyebaran ke lapisan masyarakat (Firmanto, 2021).

Media cetak adalah media yang menguasai dalam hal penyebaran informasi dan berita. Pers cetak juga menjadi media yang sudah tidak asing lagi dalam dunia informasi. Tetapi bersamaan dengan berkembangnya teknologi, kekuasaan industri media cetak mulai krisis. hadirnya internet yang melahirkan pers digital dan multimedia ini merubah seluruh industri media massa. Dalam 10 tahun setelah

media cetak mulai tersingkirkan dengan adanya kehadiran internet, sebagian besar perusahaan media cetak juga menciptakan produk baru berbentuk media *online*. Media *online* ini menyajikan pemberitaan yang cepat (*running news*). Berita terus mengalir yang setiap waktunya, dan terus memperbarui pemberitaan sesuai dengan perkembangan objek beritanya.

Usaha untuk membuat media *online* sebagai suatu yang hangat dalam dunia pers di Indonesia itu dilakukan setelah manajemen industri cetak mengetahui ancaman kehadiran media *online*. Media *online* membawakan berita yang terus mengalir merupakan strategi agar media cetak bisa bertahan di tengah gempuran ketat dengan media *online*. Penggabungan antara media cetak dengan media *online* ini, di lingkungan dunia pers disebut sebagai konvergensi media atau menggabungkan berbagai media beberapa media berbeda menjadi satu (Setiawan, n.d.).

Beriringan dengan pergerakan zaman, media massa beralih ke ranah *online* termasuk media cetak. Di masa revolusi industri 4. 0, pemakaian internet merupakan suatu langkah bijak yang dapat menghemat tenaga dalam mencari materi di internet yang cenderung lebih maju. Internet yang tidak memiliki batas geografis menjadikannya sebagai sarana yang sempurna untuk penyebaran informasi. Internet saat ini sangat mudah diakses kapan saja dan di mana saja. Dengan dukungan gawai yang semakin canggih memungkinkan orang untuk mendapatkan akses internet dengan mudah.

Tren ini tidak hanya membawa pengaruh pada inovasi teknologi dan perkembangan pasar elektronik, tapi juga pada perkembangan bisnis media. Sejak sekitar awal tahun 2000, media *online* sudah banyak bermunculan. Menghadirkan berita-berita yang aktual dan keberadaan media *online* pelan-pelan menggeser eksistensi media cetak.

Media cetak akan tetap ada, namun tingkat persaingan akan semakin ketat. Industri media cetak harus berusaha untuk melakukan terobosan dengan tujuan untuk dapat memajukan penjualan jasa/barang seperti konten audio visual untuk menambah pemasukan dan agar tetap bisa eksis mengikuti perkembangan zaman. Beragam trik dilakukan dalam bentuk penyesuaian dan inovasi dengan kemajuan

teknologi. Perusahaan media cetak perlu melakukan perubahan agar dapat tetap eksis ditengah perkembangan kemajuan informasi yang hadir dengan begitu pesat. Koran harus mampu mendefinisikan dirinya. Koran harus berkembang dengan tidak mengandalkan media cetaknya saja. Selain itu koran juga perlu untuk menjadikan dirinya sebagai media yang harus bisa memenuhi kebutuhan masyarakat yang pada masa ini lebih “*mobile*” ditengah-tengah kehadiran media *online*.

Pada awal tahun 2020 dunia dilanda pandemi COVID-19 yang membuat banyak perubahan, baik itu sosial maupun ekonomi. Pandemi COVID-19 juga mengakibatkan pengaruh buruk untuk perusahaan media cetak yang pada akhirnya terjadi pengurangan karyawan dan turunnya pendapatan masyarakat. Masyarakat semakin memanfaatkan internet untuk menggali informasi dan terutama meminimalisir bersentuhan fisik dengan benda karena adanya COVID-19. Berdasarkan data SPS pusat yang melakukan peninjauan ke 434 media massa dan dewan pers mengatakan bahwa sebanyak 71 perusahaan terjadi penurunan omset lebih dari 40% dibanding tahun 2019. Penurunan omset juga berdampak ke pemotongan gaji karyawannya, sebanyak 50 perusahaan memotong gaji karyawan kisaran 20-30% dan beberapa karyawan juga dirumahkan.

Pandemi COVID-19 menciptakan batasan dalam berinteraksi termasuk bagi jurnalis. Dalam bencana lain seperti banjir, gempa bumi dan lainnya jurnalis masih bisa bergerak bebas dalam mengumpulkan data dan informasi. Tetapi saat terjadi pandemi COVID-19 sebagian kebebasan jurnalis menjadi terbatas seperti harus wawancara via telepon hingga diskusi atau seminar dengan menggunakan aplikasi Zoom ataupun WA . Sementara itu, pemerintah menjadi sumber utama informasi dasar terhadap perkembangan pandemi COVID-19 dan menjadi satu-satunya sumber data resmi yang harus dikutip media. Demikian juga di daerah, data resmi menjadi tempat yang sepenuhnya dikendalikan pemerintah daerah.

Penularan kasus COVID-19 pun turut menimpa belasan awak media massa yang bertugas diberbagai pos peliputan. Dari informasi yang dipeoleh, ada sekitar 13 wartawan media cetak, *online* dan eletronik baik dari lokal maupun nasional yang saat itu terpapar COVID-19 dan harus menjalani isolasi di *shelter* yang

tersebar. Akibat banyak jurnalis yang terpapar COVID-19, pemda DIY juga menutup sementara ruang media center Komplek Kantor Gubernur DIY Kepatihan pada Jum'at 25 Juni 2021 dan juga membatasi wawancara secara langsung dengan narasumber guna menghindari lebih luas penularan.

Ketua Aliansi Jurnalis Independen (AJI) Yogyakarta, Shinta Maharani menyampaikan hasil pendataan AJI Indonesia sejak Maret 2020 – Juni 2021 terdapat 381 pekerja media yang terinfeksi COVID-19 dan 9 diantaranya meninggal. AJI pun menganjurkan agar institusi pemerintah dan swasta untuk berpartisipasi menjaga keselamatan jurnalis dalam menghadapi pandemi COVID-19, dengan cara mengadakan konferensi pers secara daring dengan tetap mengutamakan prinsip keterbukaan informasi karena keberadaan jurnalis dibutuhkan masyarakat untuk memperoleh informasi yang valid dan untuk dapat mengambil keputusan yang tepat dalam menghadapi pandemi COVID-19 (Wicaksono, 2021).

Menurut Yuliani (2022), beberapa perusahaan media cetak tak mampu bersaing dan akhirnya gulung tikar. Pada bulan Desember 2022 ada 5 media cetak yang menyatakan untuk berhenti terbit seperti Majalah Bobo Junior, Majalah Bombi SD (21 Desember 2022), Tabloid Nova (22 Desember 2022), Majalah Bombi (28 Desember 2022) dan Koran Republika (31 Desember 2022).

Menurut Tempo. co yang menyatakan dilansir dari data SPS, berikut beberapa media cetak di Indonesia yang tutup ataupun beralih ke media digital di tahun 2020-2021 diantaranya ada Indopos tutup pada 24 Desember 2020, Koran Tempo beralih ke digital pada 31 Desember 2020 dan Suara Pembaruan tutup pada 1 Februari 2021.

Berdasarkan data yang di himpun oleh Serikat Perusahaan Pers (SPS) Pusat, oplah media di Indonesia kini tidak sampai 5 juta eksemplar per harinya. Ditahun 2019 surat kabar harian bisa menyentuh 5,7 juta eksemplar per hari namun di tahun 2022 hanya 2,8 juta. Angka-angka ini memperlihatkan penurunan yang cukup signifikan dibanding tahun sebelumnya.

Dalam catatan SPS Pusat, masa kejayaan media cetak terjadi sekitar tahun 2012-2014. Saat itu oplah media cetak diseluruh Indonesai ini bisa mencapai 21 juta eskemplar. Gejala penurunan ini memang bukan hal baru di dunia media cetak, situasi ini berlangsung secara global karena kehadiran media digital yang lebih mudah di akses membuat pembaca media cetak berpindah haluan.

Pandemi COVID-19 yang belangsung sejak Maret 2022 menjadi faktor pemicu lainnya setelah digitalisasi yang menyebabkan penurunan oplah dan jumlah penerbit media cetak di Indonesia. Pemasukan iklan adalah sebagai penunjang yang dapat membantu media cetak untuk bertahan

NO	JENIS PENERBITAN	2019		2020		2021/2022	
		Media	Oplah	Media	Oplah	Media	Oplah
1	Suratkabar Harian	383	5.713.910	360	4.059.834	327	2.882.482
2	Suratkabar Mingguan	77	140.715	69	101.548	72	73.977
3	Majalah	111	4.286.701	86	2.041.976	66	1.375.892
4	Tabloid	73	2.727.530	78	1.222.296	73	611.178
	Jumlah	644	12.868.856	593	7.425.654	538	4.943.529

Sumber : Serikat Perusahaan Pers (SPS) Pusat 2022

Gambar 1.1 jumlah penerbit dan oplah media cetak di Indonesia tahun 2019-2022

Menurut Asmono Wikan sebagai Jendral SPS Pusat 2019-2023, media cetak tampaknya masih ada harapan. Pertama, pasar media cetak akan berfokus pada kelompok baca (komunitas) tertentu saja. Kedua, media cetak yang sudah memiliki tempat (terbit cukup lama) cenderung bisa memiliki pasar lebih besar karena sudah dikenal. Ketiga, ukuran bisnis media cetak akan berubah mengikuti kemauan pasar. Bisa mengecil atau setidaknya tidak bertumbuh secara eksponensial.

Ada kekhususan di sejumlah merk media cetak yang mampu tumbuh diatas rata-rata, kerena kepercayaan masyarakat yang sangat tinggi. Keempat, perpaduan format cetak dan digital ampuh membuat target pasar semakin fokus. Kelima, kreatifitas dan inovasi dari manajemen dan pengelola. Hanya dengan kreatifitas dan inovasi yang akan membuat bisnis media cetak tetap eksis dan tumbuh secara

berkelanjutan. Tinggal kemampuan dan kecerdikan manajemen dalam melihat perubahan pasar serta lebih jeli terhadap peluang yang ada.

Kompetisi dunia media cetak di Indonesia khususnya di D. I Yogyakarta bisa dibilang cukup ketat karena beberapa perusahaan media cetak yang telah gulung tikar. Perusahaan media cetak di wilayah D. I Yogyakarta untuk saat ini yang masih memproduksi koran cetak ialah Harian Jogja, Tribun Jogja, Kedaulatan Rakyat, Radar Jogja, Koran Merapi dan Minggu pagi untuk edisi surat kabar mingguan.

Pemanfaatan teknologi pada industri media cetak di era digitalisasi ini harus dimanfaatkan sebaik mungkin guna dapat meningkatkan jumlah pembaca dari berbagai produk berita yang dihasilkan oleh perusahaan media cetak. Tetapi bisa juga menjadi ancaman karena pembaca lebih memilih media *online* yang gratis dan praktis untuk diakses kapanpun daripada koran yang harus mengeluarkan biaya tertentu.

Proyeksi jumlah penduduk D. I Yogyakarta saat ini diperkirakan sebanyak 4. 073. 907 jiwa (Survei Penduduk Antar Sensus 2015, sumber: BPS Prov. DIY) yang memiliki berbagai potensi budaya, intelektual, alam dan wisata yang menjanjikan. Peran media massa disini mengelola dan mengatasi persoalan tersebut dan menjadi jembatan untuk berbagai pihak (Supadiyanto, 2014).

Perusahaan surat kabar Harian Jogja yang tetap eksis dan mampu bertahan meskipun berada di masa pandemi COVID-19. Kantor media cetak ini melakukan beberapa perubahan yang menghasilkan program baru seperti mengadirkan konten audio visual, lebih aktif di media sosial untuk bertahan di era yang serba digital. Berdasarkan fakta dari beberapa kasus diatas, maka penulis mengambil judul skripsi tentang “Tantangan dan Pantangan Pengelola Surat Kabar Harian Jogja dalam Mempertahankan Eksistensinya Selama Masa Pandemi COVID-19 di Daerah Istimewa Yogyakarta”.

1.2 Rumusan Masalah

Rumusan masalah dalam skripsi ini memuat masalah yang diteliti dan dinyatakan dalam bentuk kalimat tanya. Berdasarkan latar belakang masalah yang telah diuraikan maka dapat dirumuskan masalah dalam penelitian ini adalah “bagaimana tantangan pengelola Harian Jogja dalam mempertahankan eksistensinya selama masa pandemi COVID-19 di D.I Yogyakarta?”

1.3 Tujuan Masalah

Menurut Locke, Spirduso dan Silverman (Creswell: 2016) tujuan penelien adalah untuk menunjukam serangkaian pertanyaan mengenai “mengapa anda ingin melakukan riset dan apa yang ingin anda dapatkan?”. Ada pun tujuan dari penulisan skripsi ini adalah “mengetahui tantangan pengelola Harian Jogja dalam mempertahankan eksistensinya selama masa pandemi COVID-19 di D. I Yogyakarta”.

1. 4 Manfaat Penelitian

Secara akademis, memberikan sebuah kontribusi dalam pengembangan ilmu komunikasi. Terutama pada bidang media cetak di kalangan mahasiswa STIKOM Yogyakarta khususnya mahasiswa prodi S1 Ilmu Komunikasi dan menjadi sumber referensi bagi penelitian selanjutnya

Secara praktis, penelitian ini diharapkan bisa memberikan partisipasi dan masukan dalam mempertahankan eksistensi Harian jogja setelah masa pandemi serta bisa menjadi contoh bagi media cetak lainnya.

Secara sosial, penelitian ini diharapkan dapat menjadi referensi informasi dan dapat membantu memecahkan persoalan serta menyempurnakan penelitian sebelumnya bagi media cetak yang masih mempertahankan keberadaannya di era digital.

BAB II

KAJIAN PUSTAKA

2.1 Penegasan Judul/Subjudul

Pada bagian ini penulis akan menjelaskan maksud dari judul skripsi yang telah dipilih agar tidak menimbulkan kesalah pahaman bagi pembaca yang memahami judul ini. Skripsi ini berjudul “Tantangan dan Pantangan Pengelola Harian Jogja dalam Mempertahankan Eksistensinya Selama Masa Pandemi COVID-19 di Daerah Istimewa Yogyakarta”. Berikut beberapa istilah yang mesti dijelaskan antara lain:

Tantangan, adalah hal atau objek yang membangkitkan tekad untuk meningkatkan kemampuan dalam mengatasi masalah dan mendapatkan hasil. (KBBi edisi V, Kemendikbud)

Pengelola media, merupakan 2 suku kata yang dimana pengelola berasal dari kata dasar kelola. Pengertian pengelola ialah orang yang mengelola. Sedangkan Media adalah perantara atau sarana komunikasi seperti majalah radio, koran, televisidan lain lain. Pesan oleh pengirim pesan kepada penerima pesan (KBBi edisi V, Kemendikbud). Bisa disimpulkan bahwa pengelola media adalah orang yang mengelola alat komunikasi agar pesan yang disampaikan dapat diterima dengan baikoleh penerima pesan seperti pembaca koran, pendengar radio atau audiens.

Harian Jogja, sebuah surat kabar lokal yang beredar di provinsi Daerah Istimewa Yogyakarta. Koran ini menyediakan berita seputar DIY dan berita nasional lainnya. Harian Jogja disusun agardapat lebih dekat dengan karakter Jogja. Dimulai dari gaya penulisan, penerapan tata warna, begitu menonjol dengan aspek lokal budaya Jogja sehingga membentuk koran ini sebagai bagian dari Jogja. Harian Jogja diterbitkan perdana oleh kelompok penerbit Bisnis Indonesia pada 20 Mei 2008. (Harian Jogja)

Pandemi COVID-19, dikutip dari detiknews menurut WHO definisi pandemi ialah situasi ketika populasi seluruh dunia ada kemungkinan akan terkena infeksi dan berpotensi sebagian dari mereka jatuh sakit (Yasmin, 2020). Kemudian untuk definisi COVID-19 WHO mengartikan sebagai penyakit menular yang disebabkan oleh jenis coronavirus yang baru ditemukan. Virus baru dan penyakit ini tidak dikenal sebelumnya awalnya wabah di Wuhan, Tiongkok bulan Desember 2019 dan menjadi sebuah pandemi yang terjadi di banyak negara diseluruh dunia.

2.2 Penelitian Terdahulu

Penelitian terdahulu adalah maksud peneliti mencari perbandingan antara penelitian yang sudah pernah dikaji dan yang sedang dikaji. Kemudian untuk selanjutnya bisa menjadi inspirasi bagi penelitian lainnya. Penelitian terdahulu juga membantu penelitian ini menunjukkan orsinalitas dari penelitian. Berikut beberapa penelitian terdahulu yang masih mempunyai tema yang sama dengan penelitian yang sedang dikaji.

1. Hasil penelitian Supadiyanto (2020)

Penelitian Supadiyanto (2020), berjudul “*(Opportunities) Death of Newspaper Industry in Digital Age and COVID-19 Pandemic*”. Paradigma penelitian ini merupakan postpositivistik, dengan menggunakan metode penelitian kualitatif. Hasil dari penelitian ini adalah dampak COVID-19 memiliki sisi positif dan negatif, positifnya melonjaknya pengguna internet di dunia terutama di Indonesia yang telah mencapai 175,4 juta dengan pengguna media sosial aktif 160 juta. Negatifnya adalah menggeser kedudukan media cetak yang digantikan oleh media *online*, rendahnya minat baca masyarakat media cetak di Indonesia, perpindahan pengiklan media cetak ke media *online* dan biaya produksi surat kabar yang relatif tinggi. Peluang matinya media cetak terbuka setiap saat jika tidak diantisipasi dengan baik.

2. Hasil Penelitian Dwi et al (2020)

Penelitian Dwi et al. (2020), berjudul “*Eksistensi Media Cetak pada Masa Pandemi COVID-19*”. Dalam penelitian ini peneliti menggunakan pendekatan deskriptif kualitatif. Hasil dari penelitian ini adalah keadaan industri media cetak mengalami penurunan yang signifikan bahkan sebelum adanya pandemi dikarenakan adanya persaingan dengan industri teknologi global yang merebut bagian lebih banyak dari iklan digital dan semakin mengalami penurunan lebih dratis yang disebabkan oleh pandemi COVID-19. Eksistensi media cetak mengalami penurunan di masa pandemi COVID-19 seperti 50 perusahaan pers media cetak melakukan pengurangan jam siaran, pemotongan gaji dan merumahkan beberapa karyawan karna minimnya pendapatan agar tetap bisa bertahan dimasa krisis.

3. Hasil penelitian Made Ayu et al (2023)

Penelitian Made Ayu et al. (2023), berjudul “*Media Massa Cetak pada Masa Pandemi COVID-19: Hidup atau Mati*”. Dalam penelitian ini menggunakan metode kualitatif deskriptif dan pengambilan data berupa kuesioner pertanyaan terbuka sebagai data primer dan data hasil studi pustaka sebagai data sekunder. Hasil penelitian ini adalah ada beberapa kelebihan media cetak dibandingkan media *online*, sehingga kelebihan ini digunakan media cetak untuk tetap hidup. Salah satu kelebihan media cetak adalah kredibilitas muatan berita. Reporter media cetak biasanya menggunakan 3 narasumber yang kredibel sebagai referensi beritanya. Dengan seperti itu tanggung jawab sebagai reporter sudah sesuai dengan kode etik jurnalis yang di atur undang-undang (UU Pers No 40 Tahun 1999. ,n. d.) dengan adanya 2 sudut pandang tau lebih, membuat berita semakin kuat dan valid. Media massa cetak yang bertahan menerapkan strategi khusus agar dapat bertahan di masa pandemi virus COVID-19 yaitu dengan melakukan efesiensi, digitalisasi koran, konvergensi media dan melakukan modifikasi desain visual yang menarik perhatian pembaca.

4. Hasil penelitian Ritayani et al (2022)

Penelitian Ritayani et al (2022), berjudul “*Strategi Harian Serambi Indonesia dalam Mempertahankan Eksistensi Surat Kabar di Era Media Baru*”. Penelitian ini menggunakan metode analisis deskriptif kualitatif dengan informan satu orang. Hasil dari penelitian ini adalah strategi yang dilakukan media cetak Harian Serambi Indonesia ialah memilah konten berita yang akurat sehingga tidak menimbulkan ironi atau *hoax*, ikut serta dalam *tibun group*, dan bergabung dengan kelompok surat kabar lokal yang ada diseluruh Indonesia. Harian Serambi Indonesia juga melakukan konvergensi media seperti membuat platform media *online*, radio dan media sosial. Kehadiran Harian Serambi Indonesia sebagai surat kabar tertua di Aceh ini masih dibutuhkan oleh masyarakat terutama yang daerahnya masih belum cukup akses internet dan sebagian dari mereka memilih membaca koran dengan harga yang masih terjangkau.

5. Hasil penelitian Hartina (2020)

Penelitian Hartina (2020), berjudul “*Tantangan Media Cetak Di Era Digitalisasi (Studi Kasus Pada Surat Kabar Harian Rakyat Sulsel Makassar)*”. Penelitian ini menggunakan jenis penelitian deskriptif kualitatif yang penelitiannya langsung turun kelapangan untuk memperoleh data yang valid. Ada beberapa tantangan Harian Rakyat Sulsel Makassar di era digitalisasi seperti teknologi canggih yang membuat harus bersaing dengan media *online* lainnya. Tetapi bisa diupayakan dengan melakukan konvergensi media berupa website Rakyarsulsel.com untuk mengimbangi pesaing dan selalu mengutamakan kecepatan berita di website daripada versi cetaknya dengan tetap memberikan informasi yang aktual serta menarik. SDM dituntut terus berbenah untuk teknologi yang semakin canggih ini. Strategi yang dilakukan dengan memberikan pelayanan maksimal kepada pembaca dengan menghadirkan koran digital untuk mempermudah pembaca dalam mengakses berita, menciptakan ide baru dengan membuat akun youtube serta memanfaatkannya media sosial, kemudian

menghadirkan topik diluar politik misal entertainment, ekonomi dll dan melakukan promosi yang tepat melalu digital marketing.

6. Hasil Penelitian Rahardi R (2021)

Penelitian Rahardi, R (2021), berjudul “*Pola Adaptasi Kerja Jurnalis Media Cetak Radar Madiun pada Masa Pandemi COVID-19*”. Penelitian ini menggunakan metode kualitatif dengan pendekatan kualitatif deskriptif dan menggunakan paadigma konstruktivisme. Koran harian Radar Madiun mengalami perubahan pola kerja yang disebabkan oleh pandemi COVID-19. Kesulitan jurnalistik dalam beradaptasi memberikan pengaruh terhadap hasil kinerja media. Para jurnalistik juga diminta aga lebih kreatif dan mengoptimalkan pengetahuan digital agar mempermudah komunikasi kerja. Tetapi adanya perubahan kerja ini menjadi tidak efesien dan sering terjadi *failed communication and failed coordination* saat diperlakukannya WFH.

7. Hasil penelitian Jadhav (2020)

Penelitian Jadhav (2020), berjudul “*Impact of COVID-19on Indian Print Media*”. Penelitian ini menggunakan sumber sekunder dan menganalisis informasi berdasarkan sumber sekunder yang telah diperoleh. Media cetak India memiliki peran yang penting dalam mengamankan kemerdekaan. Setelah kemerdekaan, begitu banyak media cetak yang turut serta memberikan kontribusi dalam menanamkan nilai-nilai demokrasi. Masyarakat umum lebih mempecayai media cetak daripada media elektronik dan web. Saat pandemi COVID-19 menerpa, media cetak pun menghadapi banyak tantangan. Menteri Perhimpunan Informasi dan Penyiaran telah mengumumkan bahwa COVID-19 tidak menyebar melalui surat kabar, tetapi pembaca tidak percaya. Ini merupakan penurunan besar bagi media cetak India. Kendala lain seperti para karyawan dan wartawan yang terpapa COVID-19, krisis keuangan karena kurangnya pemasukan iklan, mengurangi halaman surat kabar, pemotongan gaji dan pengurangan

karyawan. Ini adalah situasi yang tidak pernah terjadi sebelumnya di dunia media cetak India. Asosiasi jurnalis dan beberapa partai politik telah menuntut pemerintah turun tangan dan membantu. Masa depan industri media cetak tergantung bagaimana pemerintah menanggapi tuntutan dari berbagai kelompok surat kabar dan lainnya.

8. Hasil Penelitian Kandiero (2017)

Penelitian Kandiero (2017), berjudul “*The Viability Of The Print Newspaper In The Digital Era In Zimbabwe: A Digital Strategy Perspective*”. Penelitian ini menggunakan metode penelitian kualitatif dan kuantitatif karena beberapa aspek seperti tingkat migrasi pembaca surat kabar ke berita *online* bersifat statistik maka juga menggunakan kuantitatif. Meskipun penetrasi penggunaan internet meningkat dan juga berita *online* lainnya, tetapi surat kabar masih dapat bertahan. Konflik kenaikan harga dibawah penurunan preferensi yang secara teoritis akan memaksa surat kabar di Amerika Serikat gulung tikar tapi tampaknya tidak untuk Zimbabwe (Pattabhiramaiah et al. 2014). Faktor-faktor yang mempengaruhi berpindahnya pembaca surat kabar ke media *online* meliputi usia, jenis kelamin, tingkat pendidikan, dan biaya. Tidak ada perubahan yang signifikan dalam pendapatan iklan dari surat kabar *online* maupun cetak. Ini menunjukkan bahwa migrasi media cetak ke *online* tidak dapat dihindari maka dari itu perusahaan media cetak harus mengembangkan kehadiran media *online* yang kuat agar tetap relevan. Kemudian perusahaan media cetak mengatur strategi untuk menghadapi tantangan dari sumber berita *online*. Strategi itu bisa dengan mengejar penerbitan *online* khusus, restrukturisasi organisasi surat kabar, lokalisasi berita dan diverifikasi ke platform media lain.

9. Hasil penelitian Vikram V (2022)

Penelitian Vikram V (2022), berjudul “*A Study on Newspaper Industry Supply Chain Risk, Challenges and Control Needed to Sustain in the Digital Era*”. Penelitian ini bersifat eksplorasi dan deskriptif. Peneliti juga

melakukan studi pendahuluan manajemen rantai pasokan 2 organisasi yaitu The Printers Mysore Pvt Ltd (Koran Prajavani & Deccan Herald) dan grup VRL (Vijayavani) sebagai metode kasus untuk memiliki wawasan tentang perusahaan koran. Perusahaan koan harus ramah pembaca dalam pendekatan mereka. Dua masalah utama menantang dalam industri media cetak adalah persaingan antar surat kabar dan persaingan dari media *online*. Persaingan ini dapat membuat mereka menjadi sangat aktif, waspada dan selalu siap memberikan berita terkini dan terpercaya kepada massa dan juga mencoba menaik pelanggan baru. Keberadaan surat kabar masih sangat diperlukan. Perannya begitu signifikan tidak hanya dalam menyampaikan berita kepada masyarakat, tetapi juga mengawasi penyelenggaraan sistem. Dengan demikian penting untuk mengkaji masalah yang dihadapi industri surat kabar dan mengambil langkah untuk mengatasi hambatan tersebut.

10. Hasil penelitian Gao & Deng (2012)

Penelitian Gao & Deng (2012) berjudul “*The Study on the Marketing Mode of China's Newspaper Industry in the Digital Era*”. Penelitian ini menerapkan teori pemasaran 4Ps (4Ps – product, price, place and promotion) yang dikemukakan Jerome McCarthy untuk menganalisis mode pemasaran industri surat kabar China. Industri surat kabar China harus siap sepenuhnya untuk meningkatkan mode pemasarannya. Bagaimanapun surat kabar China harus melepaskan diri dari media komunikasi tradisional dan mengikuti perkembangan ilmu teknologi yang pesat. Dengan peningkatan media baru, pangsa pasar surat kabar telah terbagi dengan media baru. Surat kabar akan terganti sesuai dengan prediksi Philip Mayer. Tetapi peneliti meragukan pendapat tentang “hilangnya surat kabar” dan mendesak agar industri surat kabar mampu beradaptasi dengan era digital. Peneliti juga menyarankan ide sebagai referensi seperti membangun platform omnimedia, memanfaatkan tenaga luar dan meningkatkan kepercayaan masyarakat.

2.3 Landasan Teori

Komunikasi Massa

Menurut pendapat Romli, (2016) dalam bukunya yang berjudul “Komunikasi Massa” pengertian komunikasi massa paling sederhana yang disampaikan oleh Bittner (Rakhmat, 1999), yaitu: *komunikasi massa adalah pesan yang dikomunikasikan melalui media massa pada sejumlah besar orang (mass communication is messages communicated through a mass medium to a large numbe of people)*. Dari pengertian tersebut dapat dipahami bahwa komunikasi masa itu harus menggunakan media massa. Media komunikasi yang termasuk media massa diantaranya adalah radio dan televisi sebagai media elektronik, surat kabar dan majalah sebagai media cetak, serta film yang sebagai media komunikasi massa adalah film bioskop.

Definisi komunikasi massa menurut ahli komunikasi lainnya yang lebih rinci dikemukakan oleh Gebner (1967) “*Mass communication is the technologically and institutionally based production and distribution of the most broadly shared continuous flow of messeges in industrial sociates*”. (Komunikasi massa adalah produksi dan distribusi yang berlandaskan teknologi lembaga dan arus pesan yang kontinyu serta paling luas dimiliki orang dalam masyarakat Indonesia (Rakhmat, 1999).

Dari yang disampaikan Gebner tergambar bahwa komunikasi massa menghasilkan suatu produk berupa pesan-pesan komunikasi. Produk tersebut disebar, didistribusikan kepada khalayak luas secara terus menerus dalam jangka waktu yang tetap seperti harian, mingguan, dwimingguan atau bulanan. Proses produksi tidak bisa dilakukan oleh perorangan, melainkan harus oleh lembaga dan membutuhkan teknologi tertentu sehingga komunikasi massa akan banyak dilakukan oleh masyarakat industri.

Ciri-ciri Komunikasi Massa

Ciri komunikasi massa adalah komunikasi yang menggunakan media masa, baik media audio visual maupun cetak. Komunikasi massa selalu melibatkan lembaga dan komunikator yang bergerak dalam organisasi yang kompleks. Adapun ciri-ciri komunikasi massa sebagai berikut:

a) Pesan bersifat umum

Komunikasi massa bersifat terbuka, yang artinya komunikasi massa itu ditujukan untuk semua orang. Oleh karena itu bersifat umum. Pesan komunikasi massa dapat berupa fakta, peristiwa atau opini. Namun tidak semua fakta dan peristiwa dapat dimuat di media massa. Pesan komunikasi yang dikemas dalam bentuk apapun harus memenuhi kriteria penting atau kriteria yang menarik.

b) Komunikasinya anonim dan heterogen

Pada komunikasi antarpersonal, komunikator akan mengenal komunikasinya dan mengetahui identitasnya. Sedangkan dalam komunikasi massa, komunikator tidak mengenal komunikan (anonim), karena komunikasinya menggunakan media dan tidak tatap muka secara langsung. Selain anonim, komunikan komunikasi massa adalah heterogen karena terdiri dari lapisan masyarakat yang berbeda, yang dapat dikelompokkan berdasarkan faktor usia, jenis kelamin, pendidikan, pekerjaan, latar belakang budaya, agama dan ekonomi.

c) Media massa menimbulkan keserempakkan

Kelebihan komunikasi massa dibanding dengan komunikasi lainnya adalah jumlah sasaran khalayak atau komunikannya yang relatif banyak dan tidak terbatas. Komunikan yang banyak tersebut secara serempak pada waktu yang bersamaan memperoleh pesan yang sama.

d) Komunikasi lebih mengutamakan isi daripada hubungan

Salah satu prinsip komunikasi mempunyai dimensi isi dan dimensi hubungan (Mulyana, 2000:99). Dimensi isi menunjukkan muatan atau isi komunikasi, yaitu apa yang dikatakan dan apa yang dilakukan.

Sedangkan dimensi hubungan menunjukkan bagaimana cara mengatakannya yang juga mengisyaratkan bagaimana hubungan para peserta komunikasi itu.

e) Komunikasi massa yang bersifat satu arah

Ciri komunikasi massa selain ada keunggulan, juga ada kelemahan karena komunikasinya melalui media massa yang bersifat satu arah. Maka komunikandan komunikatornya tidak dapat melakukan kontak secara langsung.

f) Stimulasi alat indra yang terbatas

Kelemahan komunikasi massa lainnya adalah stimulasi alat indra yang terbatas. Dalam komunikasi massa, stimulasi alat indra bergantung pada jenis media massa. Misal pada surat kabar dan majalah pembaca hanya bisa melihat, pada radio hanya bisa mendengar, sedangkan pada media televisi dan film menggunakan indra penglihatan dan pendengaran.

g) Umpan balik tertunda dan tidak langsung

Dalam dunia komunikasi, komponen umpan balik atau lebih populer disebut dengan *feedback* merupakan faktor yang penting dalam proses komunikasi. Komunikasi seringkali dibutuhkan guna mendapat *feedback* yang disampaikan oleh komunikasinya.

Umpan balik sebagai respon mempunyai volume yang tidak terbatas artinya, komunikator komunikasi massa tidak dapat dengan segera mengetahui reaksi khalayak terhadap pesan yang disampaikannya. Tanggapan khalayak bisa diterima lewat telepon, e-mail, twitter dan facebook. Dengan demikian proses penyampaian *feedback* dalam komunikasi massa bersifat indirect.

Sedangkan waktu yang dibutuhkan untuk menggunakan telepon, e-mail dsb, menunjukkan bahwa *feedback* dalam komunikasi massa bersifat tertunda.

Bentuk Komunikasi Massa

Surat Kabar

Pekembangan teknologi dewasa ini memberikan dampak yang luas bagi masyarakat, baik dampak positif maupun negatif. Terlebih dalam hal penyampaian informasi dan berita serta kebebasan pers dewasa ini, sehingga masyarakat bisa dengan mudah memperoleh serta mencaai informasi yang mereka butuhkan.

Pers merupakan salah satu sarana bagi masyarakat untuk dapat mewujudkan pemikiran-pemikiran serta memberikan informasi dan pemberitaan bagi masyarakat. Pers yang bebas dan bertanggung jawab sangat berperan penting dalam kecerdasan masyarakat serta negara yang demokratis. Negara demokratis adalah negara yang menjamin kebebasan pers dalam kehidupan berbangsa dan bernegara. Seperti yang terkandung dalam UU Nomor 40 Tahun 1999 Pasal 33, disebutkan mengenai fungsi pers, dal hal ini pers nasional.

Adapun fungsi pers nasional adalah sebagai berikut:

- Sebagai wahana komunikasi massa
Pers nasional sebagai sarana komunikasi antar warga negara, warga negara dengan pemerintah dan antar berbagai pihak.
- Sebagai penyebar informasi
Pers nasional dapat menyebarkan informasi baik dari pemerintah atau negara kepada warga negara, begitupun sebaliknya.
- Sebagai pembentuk opini
Berita, tulisan dan pendapat yang dituangkan melalui pers dapat menciptakan opini kepada masyarakat luas. Opini terbentuk melalui berita yang disebarkan lewat pers.
- Sebagai media informasi, pendidikan, hiburan dan kontrol serta sebagai lembaga ekonomi.

Pengertian Surat Kabar

Surat kabar adalah “media komunikasi massa yang memuat serba serbi pemberitaan yang meliputi bidang politik, ekonomi, sosial budaya maupun pertahanan dan keamanan. Fungsinya sebagai penyebar informasi, pendidikan, menghibur, mengawasi atau mengatu massa”. (Gunadi 1998:83).

Adapun karakteristik dari surat kabar sebagai berikut:

1. Publisitas. Penyebaran pesan kepada publik.
2. Perioditas. Ketentuan terbit.
3. Universalitas. Menyampaikan pesan yan beragam dan dapat diakses secara umum
4. Aktualitas. Sedang atau baru saja terjadi, untuk setiap media bersifa relatif karena tergantung perioditas media. Misalnya surat kabar pagi atau surat kabar sore.
5. Terdokumentasi (dapat diarsipkan).
6. Faktualitas (sesuai dengan fakta).

Jenis surat kabar umum biasanya diterbitkan setiap hari, kecuali pada hari libur. Selain itu ada juga surat kabar mingguan (*weekly newspaper*) yang biasanya lebih kecil dan kurang prestisius. Dibandingkan surat kabar harian (*darily newspaper*) dan biasanya berisi hiburan dan lebih bersifat umum.

Adapun faktor yang menyebabkan masyarakat membaca surat kabar adalah sebagai salah satu sumber informasi dan hiburan. Terlebih lagi media informasi cetak ini mudah dibawa dan dapat dibaca pada saat waktu senggang. Surat kabar juga memiliki penyampaian yang sistematis dalam hal pembagian sub-sub pokok pemberitaan, berbagai macam surat kabar yang telah bermunculan dari berbagai macam jenis hingga surat kabar yang mengkhususkan daripada bagian gaya hidup

Radio

Radio sebagai media massa lebih mengedepankan aspek musikal dalam program-programnya, ternyata banyak program yang kini dikembangkan dalam kerangka yang lebih luas. Ini berarti tidak hanya ada musik dalam program radio, karena kebutuhan informasi yang berbeda juga dapat dikaitkan dengan program radio yang berbeda.

Penyiaran pesan radio dilakukan dalam bahasa lisan, meskipun digunakan simbol nonverbal yang jumlahnya sedikit, misalnya tanda akan dimulainya acara berita dalam bentuk audio, telegraf, atau bunyi alat musik. Asep Syamsul M. Romli dalam *Broadcast Journalism* menjelaskan tentang stasiun radio bahwa: “Radio, tepatnya radio siaran (*broadcasting radio*) merupakan salah satu jenis media massa, yakni sarana atau saluran komunikasi massa, seperti halnya surat kabar, majalah atau televisi. Ciri khas utama radio auditif, yaitu dikonsumsi telinga atau pendengaran”(Romli, 2004: 19).

Radio mendapat julukan “kekuasaan ke lima” setelah pers yang dianggap sebagai kekuasaan ke empat. Radio dijuluki sebagai kekuasaan ke lima karena 3 faktor yang mendukung (Ardianto, 2004:119).

- Radio siaran bersifat langsung
Sifat langsung radio siaran adalah bahwa suatu pesan yang akan disiarkan dapat dilakukan tanpa melalui proses yang rumit.
- Radio siaran tidak mengenal jarak dan rintangan
Bagi radio tidak ada jarak waktu, begitu suatu pesan diucapkan oleh penyiar saat itu juga dapat diterima oleh khalayak.
- Radio siaran memiliki daya tarik
Radio memiliki daya tarik yang disebabkan oleh tiga unsur yang melekat. Yakni: kata-kata lisan, musik dan efek suara.

Dengan adanya musik atau efek suara, siaran radio dapat lebih hidup dan menarik. Meskipun setelahnya muncul televisi, radio masih tetap diminati. Selain dari segi ekonomis, khalayak juga dapat lebih santai, tidak seperti

menonton televisi. Siaran radio dapat dinikmati sambil santai, bekerja bahkan saat mengemudi.

Televisi

Secara harfiah, televisi adalah melihat jauh. Karena televisi adalah sebuah alat penangkap siaran yang bergambar dan bersuara yang dipancarkan melalui gelombang elektromagnetik maka televisi merupakan alat media massa yang tampak atau dapat dilihat dari jarak jauh oleh khalayak.

Sebagai media komunikasi, televisi memiliki kemampuan penyampaian pesan yang kuat karena mampu menghadirkan pengalaman-pengalaman yang seolah-olah dialami sendiri dengan berbagai ruang lingkup dalam waktu yang bersamaan. Penyampaian badan pesan seolah-olah berlangsung secara serentak (langsung) antara komunikator dan komunikator (Sony, 2008:30).

Dengan demikian, televisi dianggap sebagai media massa yang mampu menampilkan pesan audio, visual dan animasi sehingga penonton seolah-olah mengalami sendiri suatu peristiwa dan informasi atau pesan yang disampaikan. Gambar yang disampaikan mudah dipahami oleh penonton karena mampu mendengar suara dan gambar dengan jelas. kaset video. akan mudah dilihat dengan mata telanjang.

Fungsi Televisi sebagai Media Massa

Wilbur Schramm mengatakan bahwa fungsi media massa dapat dimanfaatkan sebagai “*to sell goods for us*” yang artinya media massa dapat dimanfaatkan sebagai ajang promosi dan menurut pendapat Wilbu ini sangat menonjol karena merupakan tiang penyangga bagi kehidupan media massa itu sendiri.

Selain Wilbur, Joseph De Vito juga menjelaskan 6 fungsi dari media massa:

1. Fungsi menghibur.

De Vito menjelaskan bahwa media mendesain program-program mereka untuk menghibur khalayak.

2. Fungsi meyakinkan.

Fungsi terpenting dalam komunikasi massa adalah meyakinkan (*to persuade*), karena persuasi itu datang dalam banyak bentuk. Misalnya mengukuhkan sikap, mengubah sikap, menggerakkan seseorang untuk melakukan sesuatu dan memperkenalkan diri atau menawarkan sistem nilai tertentu.

3. Menginformasikan.

Menurut De Vito sebagian besar informasi didapatkan bukan dari sekolah melainkan media, karena salah satu cara mendidik khalayak adalah melalui pengajaran nilai, opini serta aturan yang dianggap kepada pemirsa yang artinya sebagian dari fungsi edukasi media diarahkan untuk membuat khalayak tersosialisasi.

4. Menganugerahkan status

Media menginformasikan bahwa khalayak menganggap sesuatu itu penting bagi masyarakat jika sesuatu yang dimuat pada media massa. Seperti yang diungkapkan Paul Lezerfeld dan Robert Merton dalam "*Mass Communication, Popular Taste and Organized Social Action*" (1951) yang mengatakan "jika anda benar-benar penting, maka anda akan menjadi pusat perhatian massa dan jika anda menjadi pusat perhatian masa, berarti anda memang penting".

5. Fungsi ambisius.

Apabila media menyajikan informasi tentang sesuatu, penerima pesan percaya bahwa tindakan tertentu telah diambil. Sehingga khalayak terbius kedalam keadaan tidak aktif seakan-akan berada dalam pengaruh narkoba.

6. Menciptakan rasa kebersamaan

Salah satu fungsi komunikasi massa yang tidak banyak orang menyadarinya adalah kemampuannya membuat kita merasa menjadi suatu anggota kelompok.

Kelebihan dan Kelemahan Media Televisi

Televisi juga memiliki kelebihan dan kelemahan. Meskipun televisi menjadi sebuah media yang mengena di hati masyarakat dan masih menjadi media dengan penonton terbanyak. Adapun kelebihan televisi antara lain:

1. Jangkauan sangat luas
2. Penayangan seketika
3. Gabungan gambar, suara dan warna
4. Efek demonstrasi
5. Penentuan waktu penayangan mudah
6. Pengontrolan mudah

Secanggih apapun media pasti mempunyai kekurangan sehingga antara media satu dan lainnya saling melengkapi. Adapun kekurangan televisi antara lain:

1. Cepat lewat serta berfrekuensi tinggi
2. Relatif mahal
3. Tidak ada segmentasi
4. Keterangan dan pesan harus pendek
5. Produk materi lama dan mahal

Film

Menurut Gatot Prakoso (1997:8-9) Film adalah gambar hidup, hasil tumpukan plastik, yang diputar dengan proyektor dan direkam pada layar proyeksi di bioskop. Menurut Gatot, film memiliki satu unsur, yaitu gerakan itu sendiri. Gerakan terputus-putus proyektor, gerakan yang mekanismenya menipu mata manusia, memberi kesan gerakan benda diam yang terbungkus plastik.

Perubahan gerak bisa berupa metamorfosis, dari sesuatu yang menghasilkan hasil akhir, bisa juga berupa jeda panjang yang berakhir menjadi satu kesatuan, antara transformasi pertama dan terakhir dari film itu. akan menjadi sesuatu yang berarti.

Sedangkan isi film akan berkembang jika mengandung makna atau simbol yang cukup, dikaitkan dengan pengertian dan memiliki konteks dengan lingkungan tempat film itu diterima. Film yang banyak menggunakan simbol, tanda, dan simbol akan menantang penonton untuk mencoba lebih memahami makna dan hakikat film tersebut.

Jenis-jenis Film

Perkembangan film sampai saat ini mempunyai beberapa jenis, diantaranya sebagai berikut:

1. Film cerita

Film cerita adalah film yang didalamnya terdapat atau dibangun dengan sebuah cerita. Film cerita mempunyai waktu penanyangan yang berbeda-beda.

Pertama, film cerita pendek, film ini berdurasi dibawah 60 menit. Biasanya diproduksi oleh mahasiswa perfilman.

Kedua, film cerita panjang, yaitu film yang berdurasi lebih dari 60 menit bahkan ada yang sampai berdurasi 120 menit. Misalnya film india (Heru Effendi, 2002: 13).

2. Film berita

Adalah film mengenai fakta atau peristiwa yang benar-benar terjadi. Film berita sangat membantu publik untuk melihat peristiwa yang sedang terjadi.

3. Film dokumenter

Yaitu sebuah film yang menggambarkan kejadian nyata, kehidupan dari seseorang, suatu periode dalam kurun sejarah atau mungkin sebuah rekaman dari suatu cara hidup makhluk. Dokumenter merupakan rangkuman perekam fotografi berdasarkan kejadian nyata dan akurat (Gatot Prakoso, 1997: 15).

4. Film kartun

Adalah film yang menghidupkan gambar-gambar yang telah dilukis. Terdapat tokoh dalam film kartun. Dalam pembuatan film kartun yang terpenting adalah seni lukis. Pada tahun 1908 film kartun pertama kali diperkenalkan oleh Emile Cohl dari Prancis (Romli, 2016).

Media Online

(Syamsul, 2018a) dalam bukunya yang berjudul *Jurnalistik Online*, secara definisi media *online* (*online media*) disebut juga *cyber media* (media siber), *internet media* (media internet), dan *new media* (media baru) yang dapat diartikan sebagai media yang tersaji secara *online* di situs web (*website*) internet. Pedoman Pemberitaan Media Siber (PPMS) yang dikeluarkan Dewan Pers menafsirkan media siber sebagai segala bentuk media yang menggunakan wahana internet dan melaksanakan kegiatan jurnalistik, serta memenuhi persyaratan Undang-Undang Pers dan standar perusahaan pers yang ditetapkan Dewan Pers.

Media *online* bisa dikatakan sebagai media “generasi ketiga” setelah media cetak seperti koran, majalah, buku dan media elektronik seperti televisi, radio dan film. Dalam pandangan studi media atau komunikasi massa, media *online* menjadi objek kajian teori “media baru, yaitu istilah yang mengarah pada pemintaan aksis

ke konten (isi/informasi) kapan saja, dimana saja, pada setiap perangkat digital serta umpan balik pengguna interaktif, partisipasi kreatif, dan pembentukan komunitas sekitar konten media serta aspek generasi “*real time*”.

Jenis-jenis Media *Online*

Secara teknis, media *online* ialah media yang berbasis telekomunikasi dan multimedia (komputer dan internet). Termasuk kategori media *online* adalah portal website (situs web, termasuk blog dan media sosial seperti Facebook dan Twitter), radio *online*, TV *online* dan email. Jenis media *online* yang dimaksud disini adalah media *online* berupa website, terlebih website berita (*news online media*), karena situs berita merupakan media *online* yang paling umum digunakan dalam praktik jurnalistik modern. Media *online* yang berupa situs berita dapat dikategorikan menjadi 5 kategori yaitu:

1. Situs berita berupa “edisi *online*” dari media cetak surat kabar atau majalah, seperti *pikiran-rakyat.com*, *tribunjabar.co.id* dan *seputar-indonesia.com*.
2. Situs berita berupa “edisi *online*” dari media penyiaran radio seperti Radio Australia (*radioaustralia.net.au*) dan Radio Nederland (*rnw.nl*).
3. Situs berita berupa “edisi *online*” dari media penyiaran televisi seperti CNN.
com, *metrotvnews.com* dan *liputan6.com*.
4. Situs berita *online* “murni” yang tidak terkait dengan media cetak atau elektronik, seperti *antaranew.com*, *deik.com* dan VIVA News.
5. Situs “indeks berita” yang hanya memuat link-link berita dari situs berita lain seperti Yahoo! News, *Plasa.msn.com*, NewsNow, dan *Google News* yang merupakan layanan kompilasi berita yang secara otomatis menampilkan berita dari berbagai media *online*.

Karakteristik Media *Online*

Karakteristik sekaligus keunggulan media *online* dibandingkan “media konvensional” (cetak/elektronik) identik dengan karakteristik jurnalistik *online*, antara lain:

- Multimedia, dapat menyajikan berita atau informasi dalam bentuk teks, audio, video, grafis dan gambar secara bersamaan.
- Aktualitas, berisi info aktual karena kemudahan dan kecepatan penyajian
- Cepat, ketika di upload atau di posting, langsung dapat diakses oleh semua orang
- Update, pembaruan informasi dapat dilakukan dengan cepat baik dari sisi konten maupun redaksional. Informasi terbaru dapat disampaikan secara terus menerus.
- Kapasitas luas, halaman web bisa menampung naskah sangat panjang.
- Fleksibelitas, pemuatan dan editing naskah bisa kapan saja dan dimana saja, pun jadwal terbit bisa kapan saja dan dimana saja.
- Luas, menjangkau seluruh dunia yang memiliki akses internet.
- Interaktif, dengan adanya fasilitas kolom komentar dan *chat room*.
- Terdokumentasi, informasi tersimpan di “bank data” (arsip) dan dapat ditemukan melalui “link”, “artikel terkait” dan fasilitas “cari” (*search*).
- Hyperlinked, terhubung dengan sumber lain (*link*) yang berkaitan dengan informasi tersaji.

Karakter media *online* juga memiliki kekurangan dan kelemahan, diantaranya:

- Ketergantungan terhadap perangkat dan koneksi internet, jika tidak ada aliran listrik, baterai habis, tidak ada koneksi internet dan tidak ada browser maka media *online* tidak dapat diakses.
- Bisa dimiliki dan dioperasikan “sembarang orang” yang tidak memiliki keterampilan menulis sekalipun menjadi pemilik media *online* dengan isi berupa “*copy-paste*” informasi dari situs lain.

- Adanya kecenderungan “mata lelah” saat membaca berita dari media *online* terlebih naskah yang panjang.
- Akurasi sering terabaikan, karena mengutamakan kecepatan. Berita yang dimuat di media *online* tidak seakurat media cetak, terutama dalam hal penulisan kata.

Kredibilitas Media *Online*

Studi *The Online News Assosiation* (2002) melaporkan, berita *online* dinilai sama kredibilitasnya dengan media tadisional. Studi Ogninova (1998) mendapatkan bahwa situs berita yang terhubung dengan jaringan surat kabar atau televisi lebih kredibel daripada situs tesebut tidak terkait dengan organisasi seperti itu.

Tetapi kedibilitas media *online* menurun dari sisi akurasi. Sebagian besar artawan yang disurvei dalam penelitian Pew Research Center (2004) mengatakan bahwa internet telah meninggalkan jumlah informasi yang tidak benar.

Arant dan Anderson (2001) bahkan menjumpai hampir separuh editor media *online* yang mengaku hanya memiliki sedikit waktu untuk mengonfirmasi berita sebelum diposting. Dengan fakta yang ada, media cetak akan habis “digulung” media *online* belum tentu terjadi. Media cetak tetap memiliki pasa tersendiri dan memiliki kredibilitas yang lebih dibanding media *online*.

Dibanding media *online*, media cetak diolah melalui proses yang lebih rumit. Tetapi karena kerumitan itu hasilnya lebih kredibel dan akuntabel dibanding media *online*. Dengan proses yang rumit inilah karya jurnalistik lebih dapat dipercaya dan dipertanggungjawabkan (kredibilitas dan akuntabilitas). Karakter lainnya, penggunaan bahasa jurnalistik cetak diberlakukan secara ketat karena keterbatasan halaman dan sangat mempengaruhi layout/tata letak. Pada akhirnya media *online* dan media cetak saling melengkapi dan saling dukung bukan saling mengalahkan.

Media Sosial

Media sosial (*social media*) telah menjadi bagian dari kehidupan manusia modern pada saat ini. Diduga yang akan menjadi tren adalah 3S yaitu *Social, Share and Speed*. *Social* adalah bagaimana seseorang terhubung dengan orang lain dan saling berbagi. *Share* adalah bagaimana seseorang membagikan pengalamannya kepada orang lain melalui teks, foto, video atau apapun itu melalui jejaring sosial. *Speed* adalah bagaimana jejaring sosial bisa memberikan informasi yang cepat melebihi kecepatan wartawan dalam menuliskan berita. (*Kompas*, 26 Desember 2011).

Menurut definisi, media sosial adalah media *online* tempat para pengguna dapat dengan mudah berpartisipasi, berbagi dan menciptakan isi meliputi blog, jejaring sosial, wiki, forum, dan dunia virtual. blog, wiki dan jejaring sosial seperti Twitter dan Facebook adalah bentuk media sosial yang paling umum digunakan oleh masyarakat diseluruh dunia. Kecepatan informasi di media sosial kini terlihat sudah menggantikan peranan media konvensional dalam menyebarkan berita. Lingkungan media konvensional pun kini menggunakan media sosial menyebarkan berita yang dikerjakan wartawannya.

“Keramaian” di media sosial adalah peluang besar untuk kalangan pebisnis. Para pengguna media sosial otomatis menjadi “pasar sangat potensial” bagi para produsen jasa dan produk. sejumlah perusahaan besar pun membuka posisi baru di struktur organisasinya yaitu pos khusus mengelola media sosial perusahaan. Nama jabatannya beragam seperti Social Media Manager, Social Media Marketing dengan tugas utama mengundang visitor sebanyak mungkin untuk pengembangan pemasaran produk, peningkatan layanan dan sebagainya (Syamsul, 2018b).

Talkshow

Menurut pendapat Wibowo (2007:8) Talkshow merupakan program pembicaraan 3 orang atau yang membahas suatu permasalahan. Dalam program Talkshow, narasumber yang diundang dapat saling berbicara dan mengutarakan pendapatnya dan dipandu oleh host sebagai moderatornya. Melalui moderator, pendapat yang dikeluarkan dapat berjalan secara sistematis

Podcast

Podcast adalah file media berbasis web yang dapat didistribusikan melalui internet dan dapat diputar di pemutar musik digital (Jham et al, 2008). Dari ringkasan beberapa literatur, podcast dapat diartikan sebagai program dalam bentuk digital (bisa berupa audio atau video) yang dapat diunduh dari Internet. Hampir seperti di radio, Podcast menampilkan acara tentang berbagai topik. Umumnya topik diskusi atau diskusi yang diberikan dalam satu volume. Dilihat dari sudut pandang pendengarnya, podcast memberikan kebebasan untuk memilih topik untuk didengarkan. Dengan kata lain, topik yang dibahas dalam podcast disesuaikan dengan kebutuhan pendengarnya (Harkandi Kencana, 2020).

Coronavirus

Menurut *World Health Organization* (WHO) coronavirus adalah suatu kelompok virus yang dapat menimbulkan penyakit pada hewan atau manusia. Beberapa jenis coronavirus diketahui menyebabkan infeksi saluran napas pada manusia mulai dari batuk pilek hingga yang lebih serius seperti *Middle East Respiratory Syndrome* (MERS) dan *Severe Acute Respiratory Syndrome* (SARS). *Coronavirus* varian baru yang ditemukan menyebabkan penyakit COVID-19 (covid19. go. id).

Pada awal Januari 2020 WHO sudah mengidentifikasi virus tersebut sebagai *Novel Coronavirus* atau 2019-nCoV dan kemudian pada Februari WHO mengumumkan nama resmi virus ini adalah COVID-19. COVID-19 menurut WHO

adalah penyakit menular yang disebabkan oleh jenis coronavirus yang baru ditemukan. Virus baru dan penyakit yang disebabkan ini tidak di kenal sebelum mulainya wabah di Wuhan, Tiongkok bulan Desember 2019. COVID-19 ini sekarang menjadi sebuah pandemi yang terjadi di berbagai negara di seluruh dunia (covid19. go. id).

Perkembangan kasus COVID-19 yang telah sembuh dilaporkan terjadinya peningkatan hingga 97,4% (16 Mei 2023), akan tetapi kasus yang terkonfirmasi juga meningkat sebanyak 6,7 juta (PHEOC Kemkes RI, n. d.). Kemkes juga mengusahakan agar pencegahan COVID-19 tidak masuk ke Indonesia dengan memasang alat pengukur suhu di 135 pintu bandara di Indonesia. Berikut beberapa gejala yang dialami apabila terkena COVID-19:

1. Batuk dan pilek
2. Demam
3. Gangguan penafasan
4. Sakit tenggorokan
5. Letih dan lesu

Masyarakat dapat mencegah penyakit ini dengan menjalankan pola hidup sehat. Berikut cara agar dapat mencegah penyebaran COVID-19:

1. Rajin cuci tangan memakai sabun.
2. Gunakan maske jika sedang batuk atau pilek.
3. Konsumsi makanan yang bergizi, perbanyak buah dan sayur.
4. Berhati hati jika kontak langsung dengan hewan.
5. Rajin berolahraga dan istirahat yang cukup.
6. Tidak mengonsumsi daging mentah.
7. Bila mengalami gejala COVID-19 segera ke fasilitas kesehatan terdekat.

Physical distancing

Menurut situs covid. go. id, upaya yang dilakukan untuk mencegah penyebaran virus corona di masyarakat. Sederhananya physical distancing adalah menjaga jarak lebih dari 1 meter dengan siapapun. Dengan kata lain tidak berdekatan dan tidak berkumpul.

Dengan menerapkan physical distancing, penyebaran virus dapat dicegah. Berikut cara melakukan physical distancing:

1. Berada dirumah sesuai panduan pemerintah
2. Bekerja, belajar dan beribadah dirumah
3. Gunakan masker jika harus berpegian penting
4. Menjaga jarak lebih dari 1 meter dengan orang lain
5. Hindari penggunaan kendaraan umum
6. Tunda kegiatan yang mengundang orang banyak dan berkerumun
7. Jika merasakan gejala seperti demam, batuk dan pilek segera lakukan isolasi mandiri

Vaksin

Adalah produk biologi yang berisi antigen berupa mikroorganisme atau bagiannya atau zat yang dihasilkan dan telah diolah sedemikian rupa sehingga aman yang apabila diberikan kepada seseorang akan menimbulkan kekebalan spesifik secara aktif terhadap penyakit tertentu. Cara bekerja vaksin dalam tubuh untuk melindungi tubuh seperti berikut:

1. Vaksin akan merangsang pembentukan kekebalan terhadap penyakit tertentu pada tubuh seseorang
2. Tubuh akan mengingat virus atau bakteri pembawa penyakit, mengenali dan tahu cara melawannya

Manfaat vaksin COVID-19

Seperti manfaat dari vaksin lainnya, vaksin COVID-19 bermanfaat untuk memberikan perlindungan agar tidak tertular atau sakit berat akibat COVID-19 dengan cara menimbulkan atau menstimulasi kekebalan spesifik dalam tubuh dengan pemberian vaksin.

Lakukan vaksinasi COVID-19 dosis lengkap dan sesuai jadwal yang dianjurkan serta menerapkan perilaku 5M (memakai masker, mencuci tangan dengan sabun dan air mengalir, menjaga jarak, menjauhi kerumunan dan mengurangi mobilitas) adalah upaya perlindungan yang bisa dilakukan agar terhindar dari virus COVID-19 (covid19.go.id, n. d.).

BAB VI

PENUTUP

6.1 Kesimpulan

Berdasarkan pembahasan diatas dapat ditarik kesimpulan bahwa ada beberapa tantangan pengelola Harian Jogja dalam mempertahankan eksistensinya selama masa pandemi COVID-19 yaitu:

1. Bereksistensi dengan melakukan perubahan pola liputan. Pandemi COVID-19 memang banyak membawa perubahan yang drastis, pola liputan Harian Jogja juga menjadi sedikit ada perubahan dari sebelum pandemi. Ketika mulai diterapkannya jaga jarak dan mengurangi aktifitas diluar rumah. Sejak April 2020, intensitas liputan dilapangan sudah mulai dibatasi. Jika wilayah yang akan diliput sedang *lockdown*, maka wartawan melakukan strategi lainnya untuk bisa mendapatkan berita dengan mencari tau kontak narasumber atau menghubungi perangkat desa seperti RT, kepala desa maupun satgas setempat untuk melakukan wawancara daring melalui WA atau Zoom. Kemudian wartawan juga memantau media sosial seperti Twitter, Instagram, Facebook dan lainnya karena seringkali informasi yang beredar di media sosial belum tentu jelas kebenarannya. Evaluasi Kinerja selama pandemi. Tim redaksi juga mengatakan bahwa pandemi COVID-19 ini menjadi tantangan dalam hal evaluasi kinerja, yang dimana semua menjadi relatif berubah karena ada kebijakan yang mengharuskan bekerja dari rumah atau WFH yang dilakukan sekitar 2-3 bulan. Hal ini menjadi kendala sekaligus tantangan yang dimana kegiatan rapat menjadi kurang efektif dan tidak seoptimal saat rapat sebelum pandemi. Untuk menjaga kualitas kontennya, redaktur harus tetap mencermati isi konten yang telah ditulis oleh wartawan.
2. Menghadirkan inovasi baru untuk terus maju mengikuti perkembangan zaman. Penurunan industri media cetak saat ini bukan hanya karena adanya pandemi namun disebabkan juga oleh kehadirannya teknologi informasi digital dan perubahan minat baca pada masyarakat yang lebih tertarik dengan digital. Harian Jogja sejak awal sudah mulai mengantisipasi akan adanya sunset industry. Namun hal ini juga menjadi tantangan bagi Harian Jogja untuk mempertahankan eksistensinya saat masa pandemi COVID-19. Adanya beberapa inovasi baru seperti Talkshow, Podcast, koran digital dan platform digital sangat membantu di masa pandemi karena medium tersebut menjadi jembatan penghubung antara narasumber dan

wartawan yang tidak bisa melakukan tatap muka untuk membahas sebuah isu atau informasi berita tertentu.

6. 2 Saran

Berdasarkan penelitian yang sudah dilakukan di Harian Jogja mengenai tantangan pengelola Harian Jogja dalam mempertahankan eksistensinya selama masa pandemi COVID-19 di Daerah Istimewa Yogyakarta, ada beberapa saran yang ingin dikemukakan terhadap penelitian ini diantaranya:

Secara akademis, untuk peneliti berikutnya diharapkan bisa melengkapi berbagai perspektif lain seperti mengembangkan platform digital sehingga Harian Jogja tetap eksis di era digitalisasi.

Secara praktis, untuk lebih fokus mengembangkan serta mempromosikan koran versi digital. Dengan demikian Harian Jogja bisa tetap menjadi wadah informasi yang baik dan aktual bagi khalayak walaupun nantinya media cetak sudah punah.

Secara sosial, untuk pembaca dan masyarakat untuk lebih pintar memilih sumber informasi yang terpercaya karena di era digital sekarang banyak bermunculan media *online* yang tidak sesuai dengan kode etik jurnalistik agar terhindar dari informasi yang masih simpang siur dan belum ada kejelasan dari sumber informasi tersebut.

DAFTAR PUSTAKA

- Ari Kuncoro, A. (2021). Perkembangan Teknologi, Informasi dan Komunikasi. *Jurnal Universitas Stekom*. <https://teknik-informatika-s1.stekom.ac.id/informasi/baca/Perkembangan-Teknologi-Informasi-dan-Komunikasi/23a0538f53ccbf131a1f79874d3805ac4ed108fc>
- covid19. go. id. (n. d.). *Definisi Vaksin*. [https://Covid19. Go. Id/Id/Tanya-Jawab/Vaksin-Covid-19?Page=2&search=](https://Covid19.Go.Id/Id/Tanya-Jawab/Vaksin-Covid-19?Page=2&search=).
- covid. go. id. (n. d.). *Physical Distancing*. [https://Covid19. Go. Id/Id/Tanya-Jawab/Pengetahuan-Umum?Page=3&search=](https://Covid19.Go.Id/Id/Tanya-Jawab/Pengetahuan-Umum?Page=3&search=).
- Dwi, B. , Ispriadi, S. , Putri, D. A. , Dewani, P. K. , Studi, P. , Komunikasi, I. , & Timur, J. (2020). *EKSISTENSI MEDIA CETAK PADA MASA PANDEMI COVID-19*. 9(2), 127. [www. publikasi. unitri. ac. id](http://www.publikasi.unitri.ac.id)
- Firmanto, R. (2021). Perkembangan Media Cetak Lengkap Sampai ke Indonesia. *Jurnal Rival*. [https://jurnal. diary. co. id/perkembangan-media-cetak/](https://jurnal.diary.co.id/perkembangan-media-cetak/)
- Gao, T. , & Deng, Y. (2012). *The Study on the Marketing Mode of China's Newspaper Industry in the Digital Era*. 1(3). [www. worldsciencepublisher. org](http://www.worldsciencepublisher.org)
- Harian Jogja. (n. d.). *About Us*. Harianjogja.com. Retrieved May 17, 2023, from [https://www. harianjogja.com/page/tentang-kami](https://www.harianjogja.com/page/tentang-kami)
- Hartina. (2020). *TANTANGAN MEDIA CETAK DI ERA DIGITALISASI(STUDI KASUS PADA SURAT KABAR HARIAN RAKYAT SULSEL MAKASSAR)*.
- Humas. (2020, May 14). *Membaca Nasib Media Cetak di Tengah Pandemi*. [https://Www. Humasindonesia. Id/Berita/Membaca-Nasib-Media-Cetak-Di-Tengah-Pandemi-286](https://Www.Humasindonesia.Id/Berita/Membaca-Nasib-Media-Cetak-Di-Tengah-Pandemi-286).
- Jadhav, S. (2020). *IMPACT OF COVID-19 ON INDIAN PRINT MEDIA*. [www. drsrcjournal. com](http://www.drsrcjournal.com)
- Kandiero, A. , Zinti Nkomo, N. , & Bigirimana, S. (2017). The Viability Of The Print Newspaper In The Digital Era In Zimbabwe: A Digital Strategy Perspective Emerging technologies in higher education institutions in Africa View project. *European Journal of Business and Innovation Research*, 5(2), 36–91. [www. eajournals. org](http://www.eajournals.org)
- liputan6. com. (n. d.). *71 Persen Perusahaan Media Cetak Terimbas Pandemi Covid-19, Seperti Apa Kondisinya?* [https://Www. Liputan6. Com/Bisnis/Read/4477130/71-Persen-Perusahaan-Media-Cetak-Terimbas-Pandemi-Covid-19-Seperti-Apa-Kondisinya](https://Www.Liputan6.Com/Bisnis/Read/4477130/71-Persen-Perusahaan-Media-Cetak-Terimbas-Pandemi-Covid-19-Seperti-Apa-Kondisinya).
- Made Ayu, S. , Rubyasih, A. , & Rahmaddin. (2023). Media Massa Cetak pada Masa Pandemi Virus Covid 19: Hidup atau Mati. *Anterior Jurnal*, 22(1), 81–85.
- PHEOC Kemkes RI. (n. d.). *Peta Sebaran Covid 19*. Covid19. Go. Id. Retrieved May 17, 2023, from [https://covid19. go. id/id/peta-sebaran](https://covid19.go.id/id/peta-sebaran)
- Rahardi, R. (n. d.). *POLA ADAPTASI KERJA JURNALIS MEDIA CETAK RADAR MADIUN PADA MASA PANDEMI COVID-19*.

- Ritayani,) *, Muzakkir,), & Doi. (2022). *Strategi Harian Serambi Indonesia Dalam Mempertahankan Eksistensi Surat Kabar Di Era Media Baru Serambi Indonesia's Daily Strategy in Maintaining the Existence of Newspapers in the New Media Era*. 2(3), 226–236.
- Romli, K. (2016a). *Komunikasi Massa* (Adipramono, Ed.). PT Grasindo.
- Romli, K. (2016b). *Komunikasi Massa* (Adipramono, Ed.). PT Grasindo.
- Supadiyanto. (2014). “IMPLEMENTASI (TEKNOLOGI) INTERNET TERHADAP KEBIJAKAN REDAKSIONAL HARIAN JOGJA (BISNIS INDONESIA GROUP OF MEDIA/BIG MEDIA) PADA ORDE REFORMASI. ” Universitas Diponegoro.
- Supadiyanto, S. (2020). (Opportunities) Death of Newspaper Industry in Digital Age and Covid-19 Pandemic. *Jurnal The Messenger*, 12(2), 192. <https://doi.org/10.26623/themessenger.v12i2.2244>
- Syamsul, A. (2018a). *Jurnalistik Online* (I. Kurniawan & M. A Elwa, Eds.). Nuansa Cendeka.
- Syamsul, A. (2018b). *Jurnalistik Online* (I. Kurniawan & M. A Elwa, Eds.). Nuansa Cendeka.
- Vikram V. (2022). A Study on Newspaper Industry Supply Chain Risk, Challenges and Control Needed to Sustain in the Digital Era. *International Journal of Research in Business Studies*, 7(1).
- Walidin, W. , Saifullah, & ZA, T. (2015). *Metodologi Kualitatif & Grounded Theory* (Masbur, Ed.). FTK Ar-Raniry Press.
- Wicaksono, P. (2021, June 25). Kasus Covid-19 di Yogyakarta Terus Meningkat, Belasan Wartawan Terpapar. *Tempo. Co*. <https://nasional.tempo.co/read/1476582/kasus-covid-19-di-yogyakarta-terus-meningkat-belasan-wartawan-terpapar>
- Yasmin, P. (2020, March 12). Ini Arti Pandemi yang WHO Tetapkan untuk Virus Corona. *Detiknews*. <https://news.detik.com/berita/d-4935658/ini-arti-pandemi-yang-who-tetapkan-untuk-virus-corona>
- Yuliani, F. (2022, December 24). 5 Media Cetak yang Berhenti Terbit Desember 2022. *Beritajatim. Com*. <https://beritajatim.com/ragam/5-media-cetak-yang-berhenti-terbit-desember-2022/>

LAMPIRAN

Pimpinan Redaksi dan Wakil Pemred

- Sejak kapan proses konvergensi media dilakukan oleh Harian Jogja?
- Apa tujuan Harian Jogja menghadirkan *e-paper* ditengah media cetak dan *website*?
- Bagaimana agar *e-paper* mendapatkan pelanggan baru diluar pelanggan media cetak?
- Apa tantangan yang dihadapi saat masa pandemi COVID-19?
- Bagaimana cara menghadapi tantangan selama masa pandemi COVID-19?
- Apakah ada peluang bagi surat kabar untuk bertahan di era yang serba digital?

Tim Digital

- Apa tantangan yang dihadapi dalam mencari inspirasi konten?
- Strategi apa yang dilakukan dalam menarik pelanggan baru saat pandemi COVID-19?
- Bagaimana proses dalam menemukan program baru?
- Apakah ada *project* yang sangat berkesan bagi tim digital selama pandemi COVID-19?
- Apa kendala yang dihadapi saat pandemi COVID-19?

Reporter

- Apakah ada perubahan pola liputan saat pandemi COVID-19?
- Apa tantangan yang dihadapi reporter saat masa pandemi COVID-19?
- Bagaimana usaha repoter dalam mencari berita yang aktual selama masa pandemi COVID-19?
- Apa kendala yang dihadapi reporter saat di lapangan?
- Adakah jaminan kesehatan dari Harian jogja untuk para reporter yang bertugas dilapangan selama masa pandemi COVID-19?

Redaktur

- Bagaimana untuk mempertahankan kualitas berita selama masa pandemi COVID-19?
- Bagaimana operasional pemberitaan selama pandemi COVID-19?
- Apa kendala dalam memproduksi berita selama masa pandemi COVID-19?
- Apa tantangan yang dihadapi selama masa pandemi COVID-19?

Transkrip wawancara (Verbatim)

Wawancara bersama Anton Prihatono sebagai Pimpinan Redaksi Harian Jogja

QORRI :

Selamat siang pak, terimakasih sudah menyempetin waktu buat di wawancara

PAK ANTON :

Ini temanya soal apa ?

QORRI :

Judul penelitian saya tu tantangan pengelola media harian cetak selama pandemi covid.

PAK ANTON :

Ya

QORRI :

Langsung pertanyaannya aja ya pak, untuk yang pertama bagaimana proses konvergensi media yang dilakukan Harian Jogja pak, sekarang udah masuk era digital nih ?

PAK ANTON :

Ya, jadi ini tidak hanya pandemi saja ya kovergensi ini, bahwa sejak Harian Jogja ini ada proses konvergensi ini mulai sudah dijalankan ya, jadi sejak 2008 temen-temen sudah melakukan konvergensi misalnya untuk satu reporter itu menghasilkan beberapa produk konten ya yang mungkin untuk mensupport *online*, itu dari sisi konten. Kemudian, temen-temen yang lain reporter ketika di lokasi karena kita punya radio, yang bersangkutan juga melaporkan informasi itu untuk radio ya, terus memang pada waktu itu memang belum begitu massif seperti saat ini dan itu kemudian proses itu kita masifkan beberapa tahun kemudian mulai tahun 2013,14,15, proses konvergensi itu semakin nyata dimana, bahwa reporter yang ada di Harian Jogja ini sekaligus bisa bekerja untuk platform *online* ya, platform *online* yang bersangkutan harus mulai sedikit merubah cara kerja bahwa para reporter para jurnalis ini harus mulai bekerja dengan *online* first dimana dia harus mensupport platform digital, dia harus meyampaikan informasi ke *online* secara cepat kemudian dia juga memberikan berita-berita yang lain terutama untuk mensupport cetak. Nah, dalam perjalanannya kemudian ini semakin, kebutuhan konvergensi ini memang tidak bisa dihindarkan lagi, mau tidak mau media harus melakukan konvergensi. Jadi, artinya dari sisi SDM bahwa seorang reporter ini harus bisa bekerja untuk beberapa platform, platform cetak, platform *online*, bahkan dia meghasilkan konten-konten video ya itu, itu kalau dalam sebuah konvergensi yang ada dalam interal di sini, lalu bagaimana dengan grup, grup juga melakukan konvergensi juga bahwa kita cross sharing konvergensi misalnya dengan konten-konten yang ada di Jogja ini, bisa dimanfaatkan di Solo, bisa

dimanfaatkan di Jakarta demikian juga sebaliknya, konten-konten yang ada di Jakarta bisa dimanfaatkan untuk Jogja dan Solo dan sebagainya satu grup, ini akan lebih memudahkan bahwa system pengelolaan media ini harus lebih efektif dan efisien. Jadi ketika model manajemen media dilakukan dengan sendiri-sendiri, misalnya oh ini ada tim *online*, ini ada tim cetak, ini ada tim radio, oh ini ada tim TV dan saya kira itu akan lebih mahal dari si oprasional maupun budget. Nah, maka dari itu bahwa pengelolaan media ini harus benar-bener dikelola dengan secara cermat, lebih efisien lagi, bahwa sudah saatnya konvergensi ini memang harus dilakukan dan para pekerjaa media ini tidak hanya bekerja untuk satu platform, pekerja media harus bekerja untuk beberapa platform, cetak, *online* bahkan video ini yang harus dilakukan dan saat ini mulai pasca pandemi ketika kami sudah merasakan hasilnya bahwa konvergensi menjadi salah satu jawaban atas perkembangan atau situasi media yang akhir-akhir ini cukup sulit. Jadi, beberapa media lain mungkin masih mengelola dengan system sendiri-sendiri, tim cetaknya sendiri, tim cetaknya sendiri, tim video sendiri nah itu juga akan menghadapi kendala khususnya dalam oprasional biaya, jadi kita ciptakan para pekerja yang ada di Harian Jogja ini, jurnalisnya juga bekerja untuk multitasking, multitalent harus mampu menguasai cara-cara kerja cetak, cara- cara kerja *online*, cara-cara kerja video dengan digital lainnya. Begitu juga untuk tim pemasarnya, tim pemasarnya juga tidak hanya menjual cetak saja tapi dia juga harus menjual untuk iklan cetak, iklan *online*, advertorial dan lain sebagainya dan produk-produk yang lain, bahkan menjual event itu yang kita lakukan, sehingga satu orang bekerja untuk beberapa hal.

QORRI :

Kan sekarang udah ada e-paper nih pak, untuk proses penambahan e-paper yang menjadi media digital Harian Jogja tu gimana, akhirnya memutuskan menghadirkan e-paper?

PAK ANTON :

Ya, saya kira e-paper ini juga menjadi hal yang mungkin sedang kita develop ya dari dulukan sudah ada tapi ya mungkin kita develop tapi, e-paper ini belum bisa terkapitalisasi dengan baik ya, bahwa setiap hari kita memang menghasilkan e-paper tapi memang sekali lagi e-paper jangan hanya sebatas untuk disebar-sebar sehingga kemudian mengurangi orang, mengurangi kesempatan orang untuk membeli korannya, jadi kita justru hadir dengan inovasi baru bahwa membaca koran tanpa terganggu oleh iklan-ikalan yang di dalamnya melalui platform digital. Kita sudah develop, sejak sudah kita luncurkan kurang lebih tiga bulan atau empat bulan yang lalu, ya kalau nggak salah februari ya kita luncurkan membaca Koran tanpa harus terganggu oleh iklan-ikalan yang ada dikoran. Jadi, sama seperti membaca berita *online* itu, bahwa kita

membaca artikel itu secara utuh, lengkap tapi melalui platform mobile maupun desktop, ya itu salah satu inovasi yang kita kembangkan. Apakah ini kemudian membuahkan hasil, baru kita coba, ya jadi inovasi terus dilakukan dalam situasi saat ini, bahwa kita sedang menjadi bentuk, mencari model dan ini juga terjadi di semua media ya, kita berusaha untuk menghadirkan dengan cara-cara baru dan menyesuaikan dengan cara-cara baru konsumen kita yang mungkin mereka menggunakan piramida teknologi yang berbeda, kalau dulu beli Koran kalau sekarang dengan ini ya karena kita tau bahwa kebiasaan orang sekarang juga tidak lepas dari ini. Makanya mereka juga mendapatkan informasi dari ini, mereka bisa memanfaatkan membaca Harianjogja.com meskipun disana juga banyak, ada iklannya tapi kita juga menghadirkan pilihan lain ya, Koran versi digitalnya persis ya jadi, Cuma mediumnya aja beda kalau Koran ada fisik ya tapi kalau digital mediumnya ini, tinggal klik aja oh baca halaman satu ini, halaman dua ini, halaman tiga ini gitu aja.

QORRI :

Jadi, tujuan menghadirkan e-paper itu untuk ini ya, pilihan lain sekalian Koran media cetak gitu ?

PAK ANTON :

Ya, ya ini juga dalam rangka untuk menyesuaikan kebiasaan masyarakat saja ya, semua punya karakteristik ya, kalau koran cetak ya mungkin masih membutuhkan untuk proses print, proses print ya dan ini juga ketika ada hambatan-hambatan teknis lainnya misal kalau hujan ya ada resiko Koran ini mungkin tidak terserap dengan baik, ya kan. Kemudian, tapi kalau dengan seperti ini dimanapun kita bisa mendapatkan informasi itu, misalnya anda ketika pulang ke Bintang pingin membaca Harian Jogja, tinggal anda berlangganan Koran Harian Jogja versi mobile ya, berlangganan ya harganya sangat sangat lebih terjangkau ya kalau ibaratnya anda berlangganan Koran itu satu bulan itu 70 ribu 80 ribu, lewat ini mungkin Cuma separonya atau mungkin 30% nya saja atau mungkin kalau setahun itu berlangganan Koran butuh kurang lebih 800 ribu atau 900 ribu dengan ini Cuma setahun langganan Cuma butuh 250 ribu, jadi Cuma sepertiganya atau seperempatnya saja tapi anda bisa menikmati sajian informasi Harian Jogja dimanapun kapanpun, jadi ketika anda sambil tidurpun masih bisa menikmati Harian Jogja kan, sambil anda pergi ke Amerika sekalipun masih bisa menikmati Harian Jogja versi cetaknya dan juga ada versi Harianjogja.com. Harian Jogja versi cetak dimobile dan Harianjogja.com, ada dua hal itu.

QORRI :

Kalau yang di e-paper itu ada Koran yang hari sebelum-sebelumnya gitu nggak ?

PAK ANTON :

Ada juga, tapi itu kami stop ya, kami menyetop langganan e-paper karena setelah kami teliti, kami cermati bahwa e-paper mungkin akan lebih mudah dikirim-kirimkan ke pihak-pihak lain, dan itu justru kontraproduktif dengan kami ya, kami menjual e-paper tapi faktanya e-paper ini disebar-sebarkan itu aja. Maka, kami membikin trobosan baru, baca Koran versi digital dengan berbayar tadi, itu.

QORRI :

Terus strategi yang dilakukan agar e-paper ini lebih menjual gitu pak di ?

PAK ANTON :

Ya kami tidak bicara e-paper ya, kami bicara Koran digital bukan e-papernya bukan PDFnya ya, Koran versi digital. Jadi, ketika anda baca buka yang setiap hari ada iklannya itu anda langganan kemudian anda tinggal pilih baca di halaman satu ada beberapa, tinggal pilih beberapa halaman ada pilihan kontennya, anda tidak akan terganggu oleh iklan-iklan yang ada. Visual anda sama dengan membaca berita *online* ya, jadi membaca Koran dengan experience-experience pengalaman itu loh mbak, experience yang berbeda. Kalau membaca Koran konvensional ya gini, saya bikin, baca headline halaman dua, nah anda juga disini juga bisa headline halaman dua seperti apa teksnya ada, cuman bentuknya bukan sebagai fisik gitu aja, kami menyebutnya bukan e-paper jadi kalau anda bilang e-paper itu kok rasa-rasanya bukan. E-paper ya, mungkin kami mengembangkannya, mendelovptnya dengan yang lebih berbeda lagi, bukan seperti PDF yang anda terima disebar-sebarkan itu ya, itu aja.

QORRI :

Untuk mendapatkan pelanggan gitu pak, gimana ?

PAK ANTON :

Ya, kita memang harus campaign, sosialisasi kepada masyarakat untuk bisa berlangganan Harian Jogja versi mobile ya, bukan JogjaHarian.com ya, Harian Jogja versi mobile anda bisa menikmati sajian informasi Harian Jogja melalui handphone atau melalui deskop, ya tentu saja ini harus submit dan berlangganan ya tentu saja juga biayanya pun jauh lebih murah, saya katakan tadi bahwa kalau anda langganan Koran dalam waktu setahun mungkin butuh biaya kurang lebih 800 ribu lebih ya, tapi kalau anda berlangganan Harian Jogja dengan menggunakan handphone baca artikel Harian Jogja Cetak melalui handphone anda Cuma bayar kurang lebih 250 ribu atau mungkin Cuma 200 ribu, jauh lebih murah dan ini anda tidak ribet, yak an. Anda mau pulang ke Bintan tidak perlu nenteng-nenteng Koran itu ya, nah anda

cukup dalam satu genggam ini anda bisa menikmati Harian Jogja beberapa hari yang lalu ya, informasinya anda bisa dapatkan dimanapun kapan pun, mau dimana aja lah anda bisa selagi anda langganan dan membayar itu. Itu salah satu inovasi yang kami lakukan agar untuk menyesuaikan perkembangan dan teknologi dan menyesuaikan dengan habit pembaca kami bahwa mungkin masih ada, sebentar ya kak.

QORRI :

Berarti untuk menarik pelanggan baru itu melakukan campaign-campaign gitu pak ?

PAK ANTON :

Ya pasti lah, kan produk baru pasti juga perlu sosialisasi kepada masyarakat, perlu ditawarkan kepada pihak-pihak baik melalui cetak maupun *online* dan melalui secara offline secara langsung ya dan ini adalah suatu terobosan yang barang kali teman-teman media cetak lain belum melakukannya. Ini inovasi baru, ini cara-cara baru untuk mendapatkan informasi media cetak tapi dinikmati melalui ini ya, bukan Harianjogja.com ya tapi menikmati Koran melalui mobile atau melalui desktop.

QORRI :

Tapi, media cetak versi mobile ini apakah bakal menggantikan media cetak ?

PAK ANTON :

Ya, kita belum tau kita belum pernah tau tapi ini saya kira sebuah upaya yang baik, terobosan yang baik dilakukan ketimbang tidak pernah melakukan apa-apa, jadi inovasi ini juga belum tentu ada jaminan ini akan menggantikan cetak belum tentu juga, ini sebuah inovasi bisa jadi nanti akan diterima bisa jadi nanti biasa-biasa saja, tapi kami mencoba ya. Kami berusaha untuk menyesuaikan dengan habit masyarakat kita, dimana masyarakat selalu menggunakan mobile ini untuk mendapatkan informasi bahkan apa-apa, bayar ini anu apa ini nah termasuk mendapatkan informasi, memang tantangannya tidak mudah kami harus melakukan sosialisasi mengedukasi mengenalkan cara-cara baru ini ke masyarakat ya, terus ya kami tidak ingin hanya sekedar mengeluh saja bahwa Koran sekarang olahnya turun, kemudian situasinya sulit, iklannya juga susah ya, pembacanya juga turun Koran, kami tidak hanya mau mengeluh sebatas itu saja tapi kami mau bergerak mau melakukan sesuatu melakukan terobosan, nah salah satu terobosan yang kami lakukan ini, membuat Koran versi mobile menyampaikan informasi yang ada di Koran ke mobile cuman caranya aja beda, sedikit aja, kontennya sama karena konten yang ada di Koran kita pindahkan ke mobile ini.

QORRI :

Ya, segitu aja sih pak pertanyaanya

PAK ANTON :

Wes kui tok, ya

QORRI :

Semoga bisa menjawab

PAK ANTON :

Wes cukup kui nggo skripsi

QORRI :

Cukup pak, saya ada wawancara beberapa ini sih pak, ada tim digital, pemasaran, reporter sama produksi berita redaksi

PAK ANTON :

Ya, wes oke

Wawancara tambahan bersama pak Anton

QORRI :

Bagaimana kebijakan redaksional Harian Jogja sebelum dan saat pandemi? apakah ada perubahan?

PAK ANTON :

Sebenarnya kalau kebijakan redaksi itu sama, ya artinya redaksi tetap menyajikan informasi yang akurat, actual, kemudian berimbang dan pada intinya ketika berita yang dihadirkan itu harus selalu menjadi panduan bagi masyarakat, menjadi navigasi bagi masyarakat untuk memenuhi kebutuhan informasi mereka. Berita yang dihadirkan harus informatif, edukatif dan ada sisi menghibur juga tapi ada juga sisi mengkritik kepada pemerintah ataupun masyarakat. Hal itulah yang biasa dijalankan. Dari sisi redaksi untuk kebijakan redaksi seperti itu, cuma pada saat pandemi ada yang sedikit berbeda. Pada saat pandemic itu sedikit memaksa dalam tanda kutip untuk mempercepat transformasi digitalnya. Bahwa memang transformasi ini sudah kami lakukan beberapa tahun yang lalu, mungkin sejak Harian Jogja ini ada, kita sudah punya harianjogja.com, dikembangkan. Tapi, pada saat muncul pandemi ini memaksa kita dalam tanda kutip untuk jauh lebih cepat, effortnya harus jauh lebih banyak lagi kita masuk ke ranah digital. Kenapa demikian? Ya karena memang penggunaan koran mungkin pada saat pandemi, awal awal pandemi sedikit dihindari karena koran mungkin dikhawatirkan menjadi medium penularan. Maka pada waktu itu juga ada kebijakan *Work From Home* ataupun pemerintah menganjurkan dirumah saja. Nah Ketika dirumah ini mereka cara mengakses beritanya gimana? Mereka tidak bisa lagi datang membeli koran/loper koran, mereka mengaksesnya melalui media *online*. Sedikit perubahan yang memang drastis adalah

platformnya, mediumnya. Kalau dulu kita sudah mempunyai road map untuk pengembangan digital. Tapi ketika tiba tiba pandemi muncul road map ini harus lebih dipercepat, butuh effort lebih besar lagi untuk bertransformasi lebih cepat lagi ke digital seperti media *online*, youtube dan lain sebagainya bahkan informasi itu disampaikan oleh media sosial. Sehingga informasi yang kami siapkan itu deliver ke masyarakat, cuman mediumnya berbeda. Tapi koran masih tetap kami jalankan, bahkan sampai saat ini.

QORRI :

Ketika surat edaran dari pemerintah keluar tentang covid, bagaimana sikap harian jogja?

PAK ANTON :

Karena surat pemerintah waktu itu ada yang mengharuskan untuk work from home, tapi untuk sebuah lembaga yang strategis memang tidak diwajibkan untuk work from home meskipun ada sedikit pengurangan ataupun pergantian. Tidak seperti lembaga lain yang harus sepenuhnya WFH. Tapi kalau di kami tidak, karena separuh WFH separuh lagi tetap ke kantor, karena kenapa? Biar tugas kami sebagai salah satu lembaga yang menyiapkan informasi untuk publik terus berjalan. Lalu bagaimana dengan WFH? Jika 100% WFH kami tidak bisa. Dalam artian kami ada beberapa divisi tetap WFH yang akhirnya kami tempuh, yang bisa kami jalankan dari rumah ya kami jalankan di rumah. Jadi kami tidak termasuk dari salah satu lembaga yang diwajibkan WFH karena media massa pasti harus tetap memberikan informasi kepada masyarakat dan ini kalau ada kebijakan WFH pasti kami tidak bisa melaksanakan dan koran tidak bisa terbit. Jadi kita cari win win solution seperti membagi beberapa divisi yang bisa WFH untuk tetap WFH seperti divisi keuangan dan pemasaran contohnya. Dan ada juga teman teman yang harus tetap kerja on the spot tapi dengan beberapa batasan. Contohnya ketika liputan tentang covid di rumah sakit, dia tidak perlu terlalu mendekat, kalau bisa via telepon ya telepon, dan lain sebagainya. Untuk pantauan pantauan secara langsung tetap dilakukan tapi tentu saja dengan SOP khusus covid seperti, yang bersangkutan harus benar benar dalam keadaan sehat, yang bersangkutan memakai masker dan hand sanitizer serta posisi duduk dan jarak tetap kita jaga sesuai SOP ketika covid.

QORRI :

Hal apa yang menjadi pantangan dalam melakukan liputan jurnalistik saat covid?

PAK ANTON :

Kalau soal pantangan tentu saja sudah diatur dalam undang undang pers no. 40 tahun 1999 dan juga sudah ada kode etik dan juga sudah diatur dalam berbagai aturan dan pedoman yang dikeluarkan oleh dewan pers. Disitu ada aturan mainnya, jelas. Disitu ada pantangan-

pantangannya, jelas. Artinya undang undang ataupun kode etik mengamanatkan kepada rekan media untuk harus akurat. Ya harus kita jalankan, pantang memberitakan berita yang tidak akurat tidak boleh, itu pantangan. Aturannya harus berimbang, ya sudah kita harus jalankan itu. Pantang untuk tidak menyampaikan informasi yang balance, yang cover both side. Aturan main itulah yang harus kita jaga dan pantang untuk diabaikan. Sebagai contoh untuk beberapa kasus asusila dibawah umur itu kita tidak diperbolehkan untuk menyebutkan nama dan data pribadi korban/pelaku yang masih dibawah umur. Intinya kita tidak boleh melanggar aturan yang sudah dijelaskan undang undang pers dan panduan dewan pers. Apa yang harus dan tidak boleh kita lakukan harus dipatuhi, itu adalah gambaran pantangan secara umum. Lalu apa pantangan yang kita hadapi selama covid? Ya tentu saja kita tidak boleh melakukan wawancara jarak dekat, tetap menggunakan masker yang bertujuan agar kita bisa saling menjaga supaya tidak tertular covid. Dan ketika masih bisa dilakukan wawancara via telepon, Zoom, atau media *online* lainnya kita lakukan wawancara dari situ. Termasuk juga kita memberikan vitamin kepada teman teman yang bertugas supaya kondisi tetap terjaga dan terhindar dari covid. Dan terakhir kita menganjurkan kepada teman teman untuk menjauhi fasilitas kesehatan yang terdapat banyak pasien jika tidak ada keperluan.

QORRI :

Apa nilai keunggulan dan kelemahan dari radar harian jogja?

PAK ANTON :

Untuk kelebihan dan kekurangan merupakan hal yang wajar, setiap media pasti mempunyai itu. Mungkin kelebihan disini bisa jadi kekurangan disana, begitu juga sebaliknya. Tapi dalam saat ini kita melihat teman teman media yang lain masih on the track. Kita juga menegaskan kepada teman teman media disini untuk tetap mematuhi undang undang pers no. 40 tahun 1999 dan juga ada kode etik dan juga sudah diatur dalam berbagai aturan atau pedoman yang dikeluarkan oleh dewan pers. Kode etik harus menjadi ruh kita dalam berjurnalisme dan berperilaku sebagai wartawan. Artinya mau tidak mau kita harus menjalankan apa yang ada pada kode etik jurnalistik tersebut. Kalau dituntut untuk akurat ya kita harus akurat. Kita harus komitmen menjalankan aturan tersebut kalau kita mau menamakan diri sebagai masyarakat pers, bagian dari pers Indonesia. Berbagai aturan dewan pers pun kita juga harus mengikutinya sebagai contoh kita tidak boleh menampilkan foto orang merokok dan foto yang mengandung minuman keras, hal itu juga harus kita jaga. Saya masih melihat teman teman media di situasi saat ini yang dimana banyak miss informasi atau hoax, harian jogja masih komitmen untuk menyajikan informasi dan berita yang aktual dan akurat. Harian Jogja menyampaikan

informasi yang benar benar terjaga bukan hoax. Kemudian Harian Jogja salah satu yang kami tanamkan jadi budaya di redaksi ini adalah konten kontennya atau berita beritanya harus bisa menjadi navigasi, harus bisa menjadi panduan informasi masyarakat sehingga konten konten yang dihasilkan harus konten yang akurat dan terpercaya. Aktual juga menjadi salah satu kunci karena kita sudah memasuki di era digital, jangan sampai kita menyampaikan informasi yang basi. Nilai aktual harus dibungkus dengan nilai akurasi, keberimbangan dan sebagainya. itu yang menjadi salah satu keunggulan harian jogja. Kenapa harian jogja yang masih berumur sekian tahun ini, harianjogja.com menjadi media *online* nomer 1 di Jogja. Ya karena kita konsisten dengan nilai nilai itu, menjalankan nilai nilai itu. Kita menjadi referensi bagi publik untuk mendapatkan informasi yang aktual, akurat, kemudian berimbang, terpercaya dan bisa menjadi panduan ya hanya di Harian Jogja. Kita tidak mau macem macem, mau clickbait lah nggak mau. Kita tidak mau menyajikan mempertaruhkan disitu. Kalau kita menjadi masyarakat persmenyatakan diri sebagai orang pers Indonesia, ya kuncinya jalankan kode etik jurnalistik, UU pers, aturan aturan yang ada di dewan pers kita jalankan secara penuh tanpa terkecuali. Pantangan yang sudah dibuat oleh dewan pers ya harus dijalankan. Itulah yang menjadikan Harian Jogja menjadi salah satu media *online* yang menjadi referensi, panduan masyarakat jogja dan sekitarnya. Kami sadar bahwa ada kekurangan itu pasti, termasuk misalnya dimana teman teman masih belum menjalankan prinsip "*online first*", belum sepenuhnya dan ini tantangan. Itu masih menjadi kekurangan kami agar kalau kita sudah menyatakan diri sebagai atau terjun didunia digital *online* ya harus cepat. Nah mungkin masih perlu akselerasi yang baik lagi agar teman teman harian jogja ini bisa lebih cepat, ini salah satu kekurangan dan kami harus perbaiki. Kemudian ada beberapa hal lain ya sama seperti yang dihadapi teman teman media lain.

Wawancara bersama Nugroho Cahyo selaku Wakil Pimpinan Redaksi Harian Jogja

QORRI :

Selamat siang mas Popon, terima kasih sudah menyempatkan waktu untuk saya wawancara

MAS POPON :

Siang, iya

QORRI :

Ini skripsi saya judulnya “Tantangan Pengelola Harian Jogja dalam Mempertahankan Eksistensinya Selama Masa Pandemi COVID-19. Langsung ke pertanyaan pertama mas

MAS POPON :

Pertanyaanya ini?

QORRI :

Iya mas

MAS POPON :

Konvergensi media ya konvergensi sih sebenarnya kalau mau dirunut dari awal Harian Jogja ini udah mulai sejak kita berdiri kita sudah langsung menyediakan harianjogja.com di tahun 2008. Cuma proses untuk seriusnya ke konvergensi itu saya lupa ya tahunnya tapi sekitar setelah 2016-2017 ketika kita mengintegrasikan konten manajemen sistemnya cmsnya untuk *online* itu jadi satu dengan bisnis. com, itu tiga grup antara Bisnis Indonesia kemudian Solopos dan Harian Jogja menyatu di satu sistem cms. Disitulah mulai beberapa kebijakan untuk konvergensi itu dilakukan. Kalau kebijakan konvergensinya sendiri untuk reporter liputan itu sekaligus dibentuknya harus multiplatform misalnya laporan radio, laporan suara, trus kemudian laporan video itu sebenarnya sudah dimulai sejak 2010-an lah ketika Merapi meletus itu temen-temen harus live report dengan ke radio terus kemudian dia juga sebelum sebelum jam 12 harus sudah mengirim berita minimal satu ya untuk menambal jam-jam namanya jam prime timenya *online* itu jam 01. 00 sampai jam 02. 00 jadi dulu asumsinya masih sebatas pokoknya harus disediakan konten baru sebelum jam 01. 00 siang itu sudah dekat sudah ada sudah bisa di publikasi berita di hari itu. Itu sudah dimulai ketika Merapi meletus jadi 2008 itu *online*-nya sudah ada tapi kebijakan untuk reporter itu tidak paradigmanya tidak bekerja ansip di media cetak itu sudah dimulai 2010, tapi untuk membiasakan ya membiasakan untuk itu kan tidak mudah dan jadi perjalanan ini panjang kemudian kita serius untuk kemudian penilaian untuk *online*-nya menyeter ke *online* terus kemudian ketepatan waktu untuk menyeter ke *online* itu baru dimulai tahun 2017 jadi serius tersistem sebagai bagian dari penilaian di

performan indexnyateman-teman reporter di lapangan dan juga redaktur itudimulai di tahun 2017 seinget saya 2017 ya pas ketika ada integrasi Itu.

QORRI :

Kemudian e-paper

MAS POPON :

E-paper itu juga sudah disediakan sejak awal ya sejak awal Harjo berdiri karena memang tidak semua Mitra itu bisa mendapatkan koran secara fisik kalau saat itu awalnya sih itu ya awal-awalnya itu dan mulai terjadi peralihan gaya mendapatkan informasi dari semula basic cetak dan kemudian di ketika 2013-an lah ya, 2010 mulai ke sini sudah mulai Android di pakai secara masif oleh masyarakat itu kita sudah sadar bahwa kita tidak bisa bergantung pada satu platform cetak saja gitu dan platform cetak ini harus bisa dinikmati secara digital. Jadi disediakan dulu ada e-paper, epaper. harianjogja.com itu bentuknya masih dalam bentuk ya seperti file digitalsebelum cetak gitu, jadi file pra cetak itu dipindahkan ke situ tapi dalam bentuk bukan pdf ya dalam bentuk jpeg gitu dalam bentuk file image, terus kemudian ada satu menu untuk mendownload itu. Tapi dalam perjalanan model-model e-paper seperti ini justru malah menjadi kanibal untuk korannya sendiri. Jadi orang Langganan 1 akun nanti dibagi bagiin ke banyak orang gitu jadi kemudian mereka sudah mendapatkan pdfnya karena kami memang menyediakan Satu menu untuk mendownload pdf-nya, pdf kan ukurannya besar ya bisa di printbisa dibaca secara jeli gitu terbaca nanti besarkan di Zoom di handphone sekalipun masih bisa membaca gitu. Dan pengalaman membaca koran di peranti itu kan berbeda ya Kalau koran itu kan dipegang terus posisi bacanya juga bisa disesuaikan lekukan kertasnya. Kalau di peranti di digital itu ya tetap layarnya kecil enggak mungkin layarnya gede terus baca koran pdf harjo itu segede itu ya layarnya monitornya. Jadi dengan pertimbangan itu yang pertama dapat menyebabkan secara bisnis itu bisa menjadikan kanibal yang baru untuksirkulasi korannya karena orang pagi-pagi udah dapet kiriman pdf koran ngapain kita harus langganan koran. Jadi seolah-olah nanti bisnis koran ini hanya bisnis jualan kertas modelnya. Padahal yang kita jual bukan kertasnya tapi informasi dan kertasnya gitu, karena koran diterima pagi, sore hari sebenarnya sudah tidak bernilai. Dia hanya bernilai kertas saja kayak gitu nah ini masih juga tergnaggu dengan adanya pdf ini makanya pdf kita hilangkan terus kita luncurkan pdf baru, bukan pdf ya tapi e-paper gaya baru. E-paper gaya baru itu membaca dengan habitnya orang membaca secara digital. Membaca secara digital ya teksnya harus menyesuaikan lebar layar, jadi kayak itu dengan power kemudian terganggu lihat dari titik lebih makai video kita hilangkan terus kita lanjutkan video saya bukan pdf ya nih sip apa apa namanya eh tipsnya

orang membaca satu juta tadi ya media eh tipsnya orang membaca satu juta ya Membaca secara digital ya teksnya harus menyesuaikan lebar layar kayak membaca media ciber pada umumnya. Jadi bentuknya dalam teks tidak dalam bentuk layout an, bentuk koran gitu, kalo dulunya kan e-paper begitu ya konsepnya ya seperti koran di digitalkan. Kalau sekarang engga, sekarang teksnyadi pindahkan. Terus kemudian bedanya apa dengan harianjogja.com yang disini tidak dijual secara komersil, harianjogja.com kan gratis untuk pembacanya tapi kalo yang e-paper inikan memang berbayar. Bedanya ya karena konten-konten ini akan berbeda dari segi kedalamannya, dari segi editing ya dari gaya bahasa juga berbeda gitu. Kita tidak bergantung apapun dengan SIO, kita tidak peduli dengan SIO. Kalau harianjogja.com karna dia dalam rimba kompetisi dengan media siber yang lain otomatis harus menyesuaikan dengan pilihan kata yang digunakan, terpengaruh dengan adanya kata-kata kunci subtiondimantion. Kalau di e-paper ini engga, kita ini hasil dari ide redaksi dan kemudian flashing-flashing informasi apa yang kita sampaikan itu adalah berita-berita yang sudah terkurasi seperti halnya koran, koran itukan terkurasi ya karena spacenya sebatas, hanya terbatas pada satu halaman jadi berita yang disitu tuh harus benar-benar berita yang memang menurut redaksi adalah penting diketahui pembaca. Kalau *online* kan engga gitu, mau penting mau engga ya yang penting itu disukai pembaca gitu walaupun itu kami tidak suka gitu tapi di *online* behavior pembacanya kayak gitu kan kami menyesuaikan dengan beberapa algoritma diseonya dan segala macem. Nah ini yang berbeda dari produk ini disitu.

QORRI :

Tujuan Harjo menghadirkan e-paper? Tadi Pak Anton bilang ini sih media cetak versi mobile. Ditengah adanya media cetak dan media *online*

MAS POPON :

Ya betul, Cuma ini dalam bentuk e-paper yang kami iklankan, inikan jalan 3 bulan yang kami masalahkan ini adalah pengalaman membaca e-paper yang berbeda. Dulukan konsep e-paper mengubah tampilan pola koran yang sudah dicetak ke tampilan digital. Jadi hanya master file pra cetak gitu, bentuknya seperti koran kita liat e-papernya sama korannya itu sama plek gitu. Ya mungkin kalo dicetak ada mleset mleset cetak gitu warnanya agak berbeda karena mesin cetaknya ada kendala gitu atau gimana gitu. Kalau e-paper kan kondisi paling bagus gitu pra cetak. Jadi kita kan juga menyadari kalo cetak itukan dari segi konsumennya kan akan selalu turun dan ini kami memang sudah sadar sebagai sunset industri koran ini udah lama sejak kita malah justru awal awal 2010 dan temen-temen dilapangan itu di minta untuk menyetor dalam bentuk multi platform, maksudnya ga Cuma teks melulu dan gaya reportasenya pun tidak gaya

cetak gitu paradigma cetak yang liputan sehari-hari sore baru ditulis deadline nya segini begitu dimulai dari 2010 ketika kita memang pressure beritanya lebih ke pas itu merapi meletus ya jadi uji cobanya disitu. Teman-teman cepet-cepetan nulis berita trus berita yang lebih mendalam nanti kemudian di tampung dicetaknya. Nah saat itu memang *onlinenya* juga naik trafficnya trus sirkulasi korannya juga permintaan naik pas merapi itu orang masih belum familiar dengan android saat itu, masih BBM masih BB ya orang make jadi saat itu memang ga seperti kondisi kemudian 5 tahun kemudian gitu. Di tahun 2013 mulai turun oplahnya mulai turun mulai turun kami mulai sadar bahwa ramalan sunset industri ini betul betul terjadi, walaupun kami meyakini sebelumnya tapi oh ternyata memang terjadi gitu karena ramalan ini kan sebenarnya sudah tahun 2000 awal semenjak munculnya medsos yang merelay informasi. Masing masing dulu kan itu medsos ajang pertemanan kemudian bisa jadi ajang bertukar informasi, kemudian fungsinya hampir mirip dengan media gitu. Bisa membuat penggunaanya jadi prosumer media, akhirnya membuat kondisinya lain. Ketika 2010 koran masih terdongkrak ketika ada berita-berita eksklusif gitu merapi saat itu, karena kami coveragenya termasuk bagus ya karena harjo kan reporter paling banyak, jurnalis fotonya juga sampe piket gitu gonta ganti, tidak pernah terlepas dari satu informasi apapun. Nah itu memang terdongkrak tapi kemudian kita sadari di 2013 oplahnya semakin turun, yasudah kita harus lebih fokus ke platform yang lain untuk shifting karena jangan sampe ketika nanti betul-betul sunset industri terjadi, betul-betul sampe sunset set gitukan turun tenggelam betul kita tidak ada sekoci untuk melanjutkan perjalanan perusahaan ini. Jadi kita siapkan dengan menguatkan infrastuktur *onlinenya* salah satunya dengan kebijakan, kebijakan dimasukkan dalam penilaian personal karyawannya reporternya sebelumnya tidak ada itu, terus kemudian menguatkan infrastruktur IT nya gitu. Nah itu 2017 dengan terintegrasi dengan Bisnis Indonesia dan cms itu lebih kuat dalam hal maintenance di IT nya di teknologinya. Terus kemudian juga di 2021 kita sudah tidak pakai server fisik, kita sudah mulai menyewa. Karena server fisik inikan ada resiko yang begitu besar ya ketika down kita gabisa ngapa-ngapain. Trus kemudian ada anggep saja ada kebakaran di gedung itu servernya rusak atau ada banjir di Jakarta kemudian berpengaruh ke fisiknya, kita sudah mulai mengalihkan data itu ke cloud server. Jadi itulah tujuannya ya untuk menyiapkan sekoci karena kita tidak mungkin hanya berpangku tangan berdo'a gitukan ketika tau perusahaan yang kita jalankan ini dalam bahtera perusahaan ini akan tenggelam gitu dan kita tau akan tenggelam tapi kita siapkan sekoci untuk menuju bahtera yang lebih besar gitu. Nah itulah tujuannya, jadi kenapa keluarin produk e-paper karena dalam kaca mata kami produk jurnalistik itu bukan produk yang murah gitu, proses produksinya butuh biaya yang cukup tinggi jadi berbeda

dengan informasi yang disebarakan secara berantai oleh orang di medsos itu sangat berbeda karena kita kalau terikat pada aturan-aturan perusahaan yang berdiri di Indonesia dia harus berbadan hukum dia harus membayar pajak trus kemudian perusahaannya juga harus menggaji karyawannya dengan sesuai UMR secara layak biar jurnalisnya tidak kemudian rentan terkena suap dan segala macam, itu sistem yang dibangun itu berbeda dengan sumber informasi yang sekarang sangat mudah disebarakan oleh masyarakat dan didapat oleh masyarakat. Jadi kespesifikan perusahaan pers yang kami jalankan ini memang membutuhkan biaya yang cukup tinggi jadi kami menganggap informasi yang berkualitas itu ya harus mengeluarkan kos yang tidak kecil gitu jadi ngga segampang orang men-share informasi ngga seperti itu karena ada kode etik yang harus ditepati, ada pertanggungjawaban ketika suatu informasi itu keliru atau merugikan orang lain dan semacamnya.

QORRI :

Pengaruh e-paper terhadap media cetak? Kan udah ada media cetak dan *online*

MAS POPON :

Epaper jelas tidak berpengaruh ke media cetak ya, jadi nggak ada di sepetahuan kami di sirkulasi ya. Yang jelas ini malah justru menjadi bahan jualan. Sirkulasi ini selain menjual koran cetak, dia juga memang bertugas sekarang menjual epaper, karna epaper ini model koran baru yang bentuknya bukan kayak membaca koran di digitalkan tapi memang betul betul koran dalam bentuk sistemnya berlangganan, terus kemudian munculnya juga sehari di jam jam tertentu, nggak seperti *online* yang terpaut dengan peristiwanya secepat cepatnya. Kalau itu engga, ya memang seperti koran. Mulai di upload jam 2 malam sudah bisa dibaca, lebih dulu dari korannya lah. Jadi kenapa orang mau membayar untuk membaca epaper itu karena kita harus menawakan dia lebih cepat dari korannya, kalau koran butuh sirkulasi disampaikan secara fisik, ada ekspedisi yang mengantarkan kehadapan pembacanya, fisiknya harus dipegang, kalau ini enggak, lebih cepat informasinya disampaikan walaupun tidak secepat *online* media siber ya, yang setiap peristiwa di update. Karena ini memang berkala, berkalanya harian. Ya pengalamannya seperti membaca koran gitu. Kejadiannya sudah terkurasi, tidak dijejali informasi yang bermacam-macam gitu. Jadi kalau orang sudah punya preferensi membaca koran harjo misalnya, suka karna apanya gitu karna pilih berita ya dia akan mendapatkan benefit yang sama disitu. Walaupun pengalaman membaca korannya berbeda bukan lagi dengan fisik kertas tapi dari peranti digital.

QORRI :

Strategi yang dilakukan agar mendapat pelanggan baru

MAS POPON :

Ya salah satunya iklan. Mengiklankan diri, promosi internal. Seperti di koran, di koran kami setiap hari didepan. Saya tidak tahu jumlah pertumbuhannya. Tapi yang jelas termasuk ada penambahan setiap bulan dalam 3 bulan ini ada penambahan. Ya ada yang mencoba langganan 1 bulan terus kemudian tidak diperpanjang itu juga ada. Ada juga yang memperpanjang langsung berlangganan selama 6 bulan gitu. Dan itu termasuk tumbuh gitu. Ditengah orang sekarang pengennya serba gratis ya, informasi itu sepertinya orang menganggap informasi itu ya sebaiknya gratis, ga harus beli. Nah paradigma kami berbeda, yang namanya informasi itu terutama kaya jurnalistik itu membutuhkan tadi, membutuhkan biaya yang cukup tinggi. Ya itu tadi, salah satunya kami mau mencoba menawarkan pembaca Harian Jogja yang selama ini membaca koran, ditawarkan dengan pengalaman berbeda membaca koran dalam bentuk digital yang bukan epaper pada umumnya, ya itu tawarannya itu di promosinya yang kami sampaikan melalui koran, medsos kami, insta story dan segala macem.

QORRI :

Apakah e-paper bakal menggantikan koran nantinya?

MAS POPON :

Kalo dalam bayangan kami, industri pers kedepannya itu semestinya masyarakat mulai paham bahwa kebutuhan informasi memang tidak bisa dipenuhi secara gratis gitu ya. Ada beberapa informasi yang memang secara eksklusif disajikan. Itu sudah terjadi di Amerika ana, negara induknya pers, bisa dibilang negara contoh kebebasan pes yang cukup baik yang menjadi contoh di beberapa negara disana seperti New York Times saja sudah ada kanal berbayarnya. Yang gratis memang ada, tapi yang gratisitu ya anda akan dikacaukan bermacam-macam iklan, dengan konten yang mungkin tidak sesuai keinginan anda dan mungkin pembaca juga kayak gini kok jadi berita sih kayak gitu. Jadi memang bukan arahnya bukan quality journalism tapi sudah quantity information gitu. Informasinya akan begitu sesak disitu makanya kemudian kanal berbayar yang menurut kami masa depan perusahaan pers nanti. Jadi orang baca tempo ya tidak lagi baca majalah tapi baca berbayar. Dan tempo sudah melakukan itu berapa tahun terakhir. Orang bisa baca majalah secara bentuknya kayak epaper harjo sekarang ini tidak dalam bentuk majalah yang tampilannya majalah tapi bisa dibaca. Yang diutamakan adalah quality journalismnya dan itu karena kita mengusung jargon kami menyajikan quality journalism ya mau ngga mau anda yang mau baca harus bayar. Karena biaya untuk bikin ini tuh ga murah dan langganan model ini bisa dibilang kanal berbayar atau konten premium. Kalau di induk kami di Bisnis Indonesia namanya konten premium. Bayarnya gak mahal gitu,

kaya NYT itu Cuma 2 dollar kalo tidak salah, kalau dirupiahkan hanya 25 ribu. Bandingkan dengan dia berlangganan koran bisa mungkin dalam dollar bisa 100 ribu keatas lah. Harga kertas itukan tidak pernah turun ya, harga untuk ekspedisi menyalurkan produknya ini juga ngga mungkin turun karena harga BBM tambah tinggi, kos untuk bayar pegawainya juga selalu tambah tiap tahun. Jadi ga mungkin turun harga koran itu. Tapi kalau *online* itu bisa turun gitu, misalnya pertama dibuka epaper dijual sebulannya langganan 2 ribu anggap saja begitu, nanti tahun depan bisa jadi diturunkan gitu ketika komunitasnya sudah terbentuk lebih banyak, mereka bisa saling subsidi operasional yang kami lakukan bisa diturunkan. Itu mungkin terjadi, tapi kalo fisik nggak mungkin karena harga kertas nggak mungkin turun. Ya itu ya jadi bayangan kami perusahaan pers kedepan harus punya pen yang konten dan pet yang kanal, kemudian ya bagaimanapun sebuah media itu besar oleh komunitas pembacanya ya. Kalau komunitas pembacanya tidak diikat dengan itu ya mereka nggak merasa memiliki. Kan sangking merasa memiliki nya kadang orang yang sudah terbiasa membaca Kompas misalnya gitu, dia bisa mengusulkan untuk Kompas meliput soal ini belum ada yang meliput. Kayak gitu itu lah wadah wadah komunitas yang dibentuk inilah yang kemudian menjadikan perusahaan pers akan berbeda dengan lainnya, bentuk informasi lainnya

QORRI :

Jadi gabisa bertahan pake media cetak saja ya mas untuk sekarang

MAS POPON :

Nggak bisa, kalau sekarang ini sudah nggak bisa ya. Mungkin 7 tahun yang lalu masih bisa bener bener pure cetak. Tapi kalau sekarang sudah tidak bisa dengan oplah yang selalu menurun, biaya kos produksinya semakin tinggi. Itu sudah tidak bisa. Makanya di Harian Jogja ini epaper ini sebenarnya belum bisnisnya belum berkontribusi tinggi untuk pendapatan redaksi, pendapatan perusahaan tapi paling tidak kita menyiapkan ketika kedepan itu kanalnya sudah ada dan kita siapkan beberapa konten premium itu mulai dengan bikin lapsus kalau sudah terindex banyak nanti kita berani mengeluarkan konten premium. Karena konten premium itukan harus berbeda dengan produk reguler sehari hari. Produk reguler sehari hari ya yang di gratiskan itu ya lewat harianjogja.com. tapi ya itulah yang disajikan informasi seperti itu. Nggak seperti yang punya ciri khas tertentu.

QORRI :

Untuk tantangannya selam pandemi?

MAS POPON :

Tantangannya jelas ini ya, dalam hal reportase yang dulunya wartawan ini kan menganut paham bahwa liputlah dari sedekat mungkin. Jadi kalau ada kecelakaan ya jangan nelepon polisi kemudian minta keterangan dari polisi, ya dateng ke lokasinya liat jejak ada bekas rem nggak, liat sendiri. Terus membayangkan bagaimana tadi kecelakaannya terjadi. Tanya ke orang-orang saksi mata langsung disitu. Nah ini yang tidak bisa kita lakukan selama pandemi. ketika liputan di rumah sakit kita tidak bisa masuk melihat pasiennya dan segala macam. Pokoknya ya efek-efek pembatasan mobilitas dan kemudian dibatasi tatap muka itu berefek pada pola reportase teman-teman dilapangan yang sampe sekarang ini masih dibawa. Karena sudah tebiasa dari 2020 awal pandemi sampe 2022 masih seperti itu. Kami itu kan punya idealisme ketika kamu liputan pertama kami jangan sampe liputan itu tidak menemui narasumber, hanya telepon atau WA. Itu larangan bagi reporter Harian Jogja. Tapi ketika pandemi justru kami menyarankan jangan ditemui, jadi kebalik. Jadi dulu sudah ada kecenderungan reporter itu kalau males ke lapangan itu kan tinggal nelepon tinggal WA gitu ya, apalagi sekarang bisa videocall. Tapi itu tidak cukup karena perjumpaan fisik itu menurut kami sangat penting. Bagaimana melihat langsung mukanya, pergantian suasana hati yang keliatan dari mukanya itu tetep dibutuhkan dan membangun kedekatan narasumber. Jadi yang tidak bisa dilakukan selama 3 tahun terakhir dan sekarang ini pola itu terbawa. Kalau secara redaksi dalam pencarian berita teknis reportase itu berpengaruhnya disitu. Udah?

QORRI :

Udah mas, segitu aja. Terima kasih Mas Popon.

Wawancara bersama Desi Suryanto selaku koordinator tim digital Harian Jogja

MAS DESI :

Apa yang mau ditanyakan?

QORRI :

Jadikan Qorri neliti Harian Jogja, judulnya itu tantangan pengelola Harian Jogja dalam mempertahankan eksistensinya selama masa pandemi COVID-19. Jadi ada beberapa bagian yang harus ditanyain untuk jawaban. Untuk tim digital, apa tantangan yang dihadapi dalam mencari inspirasi konten selama masa pandemi? Katanya tim digital itu baru terbentuk sebelum pandemi

MAS DESI :

Iya, secara resmi gitu ada mungkin sekitar Juni 2020 kali sekitar segitu deh Dek bahkan kita itu ah Ya nggaklah iya sekitar 2020 sebelum pandemi. Cuman memang kita nggak ya istilahnya kita udah punya salurannya cuman belum digarap gitu. Terus makanya tim ini tuh dimunculkan di solidkan dalam wujud memang personilnya ada gitu. Sebelumnya kan kita masih cabutan semua maksudnya semua memang dikerjakan sama redaksi tapi redaksi itu masih yang tim ini masih mengerjakan tugas-tugas keredaksian yang lain gitu. misalkan aku masih fotografernya Harian Jogja, tapi mengelola halaman digitalnya Harian Jogja dalam konteks di sini adalah halaman-halaman di media sosial kayak gitu. Kalau tantangannya awalnya kita satu di Harian Jogja itu awalnya nggak ada yang ber basic keilmuannya enggak ada yang berbasis pada audio visual. Kitasaya sendiri saya basisnya Visual tapi enggak pakai audio saya fotografi dan selama ini ya merekam merekam kejadiannya pakai foto gitu tanpa audio. Nah di tim ini ada, mau ga mau audio itu harus ada dalam arti kita merekamnya wujud jadi nggak Cuma foto tapi juga video. Itu tantangan bagi kami, kami gapunya SDM yang berbasis keilmuan audio visual. Itu tantangannya, tantangan teknis bagi kami. Kami harus belajar secara otodidakkarena nggak ada satupun di Harian Jogja yang basicnya audio visual, ada mungkin Komunikasi tapi belajarnya juga nggak begitu mendalam. Komunikasi memang belajar ada yang video waktu itu ada Mas Jati. Terus diranah pascaproduksi pun juga kami ga ada yang bisa editing video gitu. Nah kami salah satu tantangannya adalah dibidang SDM terutama yang berbasis keilmuan audio visual. Dari situ kita belajar secara otodidak, belajar dari youtube, belajar tanya tanya orang dan sebagainya. Terus kalo kaitannya ide sih sebenarnya karna koor kita sama ya, koor kita itu media media massa. Masalah ide sebenarnya ga begitu banyak masalah bagi kami, ga begitu ada masalah karena masalahnya itu hanya memindahkan bahasa gambar yang awalnya foto menjadi video. Yang awalnya teks teks panjang jadi teks pendek, hanya itu sih hanya perbedaan

gaya penulisan gaya bertutur hanya itu. Kalo masalah ide kami ga begitu banyak kesulitan. Kalo kesulitannya sih lebih banyak ya kalo punya ide ini kal diwujudkan dalam video nanti teknisnya seperti apa. Nah itu yang jadi tantangan kami karna memang ga kami gapunya SDM dibidang tersebut. Itu sih kalau dari sisi ide ya pemberitaan ya kayak gitu aja masih sama cuman wujudnya aja yang berbeda kita saat itu.

QORRI :

Strategi untuk menarik pelanggan misalnya kan ada program podcast- podcast gitu Nah itu emang dari luarnya yang apa Ya maksudnya yang manggil gitu buat acara atau kita yang mencari?

MAS DESI :

Oke podcast Talk show di Harian Jogja itu muncul awalnya karena memang pandemi itu pandemi itu mengubah kita yang dulunya kalau wawancara itu kan selalu mendatangi narasumber. Kita misalkan mau ketemu gubernur gitu Ya udah kita nunggu Gubernur di kantornya di Kepatihan. Nah saat pandemi hal itu jarang sekali terjadi, salah satunya karena memang satu physical distancing yang kedua mengurangi kontak langsung dengan orang-orang terus narasumber sendiri juga takut ketemu orang kitanya juga takut kalau misalkan kita nularin orang kayak gitu. Pandemi itu mau nggak mau kita ketemu orangnya lewat virtual baik pakai WA call atau teks dan sebagainya kayak gitu terus pertemuan-pertemuan juga akhirnya jadi daring kayak gitu mau pakai Zoom mau pakai Googlemeet dan sebagainya kayak gitu. Nah itu yang memicu kita kalau kita mau produksi berita sementara narasumbernya enggak bisa ketemu gimana ya gitu nah kita akhirnya membuat berita yang bagaimana kita mengupas satu isu itu menggunakan narasumber narasumber ini dan kita ketemuan dalam satu forum. Salah satu forumnya ya kita pakai ini bisa pakai Zoom bisa pakai Google Meet dan kita untuk menyampaikan kepada masyarakatnya Seperti apa ya kita streamingin kita livein atau kita tapping dan sebagainya. Itu sih yang menjadikan pijakan awal kita kenapa Harian Jogja bikin Talk show bikin podcast yang secara *online* dilakukan. Itu jadi awalnya karena kita kesulitan ketemu narasumber terus Ya udah kita jadiin satu biar bisa menjawab semuanya terus kita siarkan melalui media sosial yang Harian Jogja punya. Itu kalau itu idenya dari siapa ya bisa jadi kebanyakan memang ide itu berasal dari kita dari Harian Jogja karena petugas kami kan memang selaku wartawan, koor kami masih tetap wartawan gitu orang yang harus menyajikan informasi kepada masyarakat. Nah makanya ide tentang isu-isu tertentu ya kita yang olah kita nyari narasumbernya kita pertemukan dalam satu forum yang sama itu entah itu nantinya orang narasumbernya itu bisa bertemu secara fisik atau pun bertemu secara daring Zaman dulu

kebanyakan ya masih daring semua tinggal figur penanya nya ini hostnya ataupun presenternya ataupun apa gitu itu yang dari kantor gitu bisa melalui teknologi Zoom kita dimudahkan untuk bertemu orang melalui daring. Itu Jadi hampir kebanyakan idenya dari kita namun lambat laun masing-masing gampangannya dinas ataupun lembaga-lembaga pemerintahan atau swasta itu mereka kan juga punya informasi yang mereka harus sebar luaskan kepada masyarakat tentang program mereka tentang pencapaian mereka Nah itu kan juga pengen diketahui oleh masyarakat sementara masyarakat juga tanpa gampangannya tanpa media massa itu juga kesulitan mengakses informasi dari instansi ataupun apapun itu ya. Nah gayung bersambut kadang kala ide itu juga muncul dari instansi atau pun pihak swasta instansi swasta atau instansi negeri gitu ya kayak gitu jadi sinergis saja kalau sekarang ya kadang kita yang punya ide kadang mereka

QORRI :

Proses menemukan program baru gitu mas, kayak adanya talkshow

MAS DESI :

Ya kalau yang Talk show sama podcast itu karena memang menjembatani pandemi kita enggak bisa ketemu sama banyak narasumber kalau sekarang podcast dan Talk show itu ya jadi rutinitas saja kita punya kita punya isu punya apa ya udah kita satuin beberapa Narasumber itu kalau dulu karena emang enggak bisa ketemu kalau sekarang sudah bisa tatap muka bahkan kalau zaman dulu ya kita pakai face shield pakai masker terus ada physical distancing duduknya berjauhan dan sebagainya kalau sekarang orangnya tetep ketemu tapi kita temuin kita ke tempat kayak gitu biar enggak pakai masker lagi enggak pakai face shield lagi kayak gitu

QORRI :

Selain podcast sama talk show ada program apa lagi mas

MAS DESI :

Selain itu tentu kan informasi itu sebenarnya yang mau kita kemas di dalam ranah audio visual kan banyak satu tetep buka berita akhirnya di koran sendiri enggak mungkin kita cuman membuat berita itu berwujud teks dan foto. Sekarang teman-teman di redaksi itu yang wartawan di Harian Jogja juga punya kewajiban untuk membuat video. Artinya masyarakat sendiri juga mengkonsumsi berita tidak hanya melalui koran saat ini medium digital yang lain banyak gitu misalkan dari medsos dari Harian Jogja punya youtube punya Facebook punya Twitter punya Instagram punya Tik Tok yang di mana yaitu hanya medium medium penyampainya aja kalau isinya Ya kalau digital ya bisa teks bisa foto bisa grafis bahkan saat

ini ya audio dan visual gitu jadiin satu. Nah itu jadi jadi sarana kita untuk di mana Kalau orang nggak bisa baca koran atau orang nggak sempat baca koran. Misalkan koran hari ini kebanyakan nanti dinikmati hari ini, sementara di digital itu kan koran 4 hari yang lalu 5 hari yang lalu tetap bisa kita panggil untuk nyari atau berbasis pada on demand gitu berbasis pada kesukaan kita gitu. Kalau di digital agak mudah banget lebih mudah kita searching sesuatu yang kita suka-sukanya cuman masalah travelling Ya udah Hal itu aja yang bisa dikonsumsi gitu atau yang suka politik yang akan baca itu. Di koran dulu juga mungkin seperti itu yang suka halaman-halaman inspiratif ya dianya hanya buka di itu cuman pasti di awal-awal akan mereka bacanya di headline-nya pasti ya. Tapi sekarang di era digital ini ya orang on demand orang nyari-nyari apa yang dia suka dulu bukan bukan kalau kita ngelihat itu bukan langsung ngetik Harian Jogja. com terus nanti halaman Depan nya kayak apa tapi pasti yang dicari misalkan Jogja hari ini Harian Jogja misalkan kayak gitu, apa sih yang ada hari ini atau kuliner kuliner unik kuliner unik di Jogja Harian Jogja karena memang mau nyarinya dari Harian Jogja seperti itu Jadi udah udah spesifik lebih dengan digital ini Jadi lebih spesifik orang mau nyari kontennya ya apapun sebenarnya kita bisa jadiin konten jadi pemberitaan sama tipenya Sama di koran bedanya cuman audio visual terus kadang kala ya kita menggabungkan antara audio visual dan grafis kayak gitu. Kalau konten apa yang mau dikembangkan banyak hal ya hampir sama ketika kita mengelola halaman koran setiap saat kita perlu merubah halaman koran itu jadi misalkan zaman dulu ada di koran ada rubrik namanya you haw gitu misalkan mengulik tentang teman-teman di komunitas Tionghoa gitu dengan segala macam pernak-perniknya kebudayaan sosial dan sebagainya kayak gitu. Tapi berkaitan sama teman-teman di komunitas Tionghoa. Nah mulai tahun 2 tahun lalu mungkin halaman itu mulai nggak ada digantikan oleh halaman yang lain. Nah dinamika semacam itu juga pastinya akan muncul di ranah audio visual sama aja gitu. Nah intinya ya ini hanya masalah Berita yang dikemas dalam bentuk lain gitu aja sih.

QORRI :

Waktu magang pernah denger ini sih kayak apa ya iklan-iklan gitu,berarti kalau misalnya instansi minta bikin iklan itu bisa juga?

MAS DESI :

Ya lambat laun Harian Jogja terutama di tim digitalnya ini juga belajar bagaimana salah satu apa ya kalau kemarin-kemarin bikin berita berwujud audio visual berwujud Talkshow, podcast, seminar dan sebagainya kayak gitu diwujudkan dalam Audio visual. Lambat laun kita juga punya program-program di mana Kita mau misalkan menjelajahi daerah tertentu itu

koornya tetap sama sih kita mau menginformasikan kepada masyarakat tentang misalkan kita mau bikin jelajah kita sudah membikin tahun lalu membikin jelajah Pantai Selatan Jawa jalur pantai Selatan Jawa dari Kebumen sampai Gunung Kidul kayak gitu misalkan. Terus jelajah kuliner dan berbagai macam jelajah yang lain jelajah religi dan sebagainya itu tematik aja. Sebenarnya yaitu kemasan-kemasan dari berita dalam wujud audio visual. Terus berkembangnya waktu berkembangnya kemampuan Harian Jogja kita saat ini mulai merambah Bagaimana membuat iklan layanan masyarakat dalam wujud benar-bener konteksnya iklan atau kita membuat film pendek, tentang informasi yang mau disampaikan pihak-pihak klien gitu ya. Kayak gitu jadi kita sendiri saat ini tidak menutup kemungkinan mengerjakan iklan, iklan layanan masyarakat terus film pendek. Kalau film panjang sih kita memang belum belum satu mungkin belum ada belum apa ya belum ada yang memesan atau kita sendiri juga masih disibukan dengan menyiapkan diri untuk membuat film panjang itu semacam apa gitu. Jadi kita juga ngukur diri gitu bahwa kita belum mampu untuk membuat film-film yang panjang gitu. Film panjang yang mungkin kita bikin ranahnya masih dokumenter. Nah itu masih bisa kita kerjakan durasi 1 1,5 jam tapi konteksnya masih dokumenter belum ke fiksi kayak gitu Terus kalau yang fiksi ataupun iklan layanan masyarakat tentunya itu berdurasinya masih pendek-pendek ya karena kadang kala durasi itu tidak melulu kita yang bentukan tapi kadang kalaklien yang inginkan. Misalkan kadang kala minta film pendek tapi durasi itu tidak melulu kita yang bentukan tapi kacang kalah klient yang inginkan misalkan kadang kala minta film pendek tapi durasinya lebih dari 30 menit nah itu kadang kala ada persepsi yang berbeda. Kita kadang kala enggak bisa menyamakan persepsi itu karena di sebuah lembaga punya punya petunjuk teknis yang berbeda petunjuk yang teknis yang berbeda, kayak misalkan Vlog itu mereka juga minta berdurasi panjang nah itu juga ya memang mungkin berbeda bahasa berbeda petunjuk teknisnya. Jadi ya gampangannya apa yang klient mau ya kita coba wujudkan kayak gitu atau kita punya ide apa Nanti kita sodorkan ke pihak-pihak tersebut ke pihak-pihak klien gitu. Kita punya ide ini nih Kita coba kerjasama yuk kayak gitu.

QORRI :

Kalau untuk kendalanya mas?

MAS DESI :

Kendalanya salah satunya adalah ada kalau di kami ada dua. Satu SDM, yang kedua alat produksi. Keterbatasan SDM itu mungkin keduanya bisa diatasi saat pendanaan mengenai pembuatannya mencukupi. Cuman seringkali kita di sektor pendanaan itu antara ekspektasi dan dana itu enggak sesuai gitu. Kita pengennya digarap dengan lebih serius dengan kamera

yang spesifikasinya semacam ini semacam ini cuman kita nggak mampu di dua sektor itu. Misalkan kita dibatasi dengan budget, satu kita dibatasi dengan budget dan tentunya kalau kita dibatasi budget sekarang di sektor sumber daya manusia bisa kita pakai man power gitu Tapi kalau budget nya sudah dibatasi gitu ada batas di situ Itu jadi kita nggak bisa seenaknya menggunakan man power gitu. Misalkan kita kekurangan Kameramen gitu harusnya kita bisa pakai multcam gitu kameranya banyak tapi karena budget yang terbatas kita enggak bisa Misalkan kayak gitu. Atau keinginannya Wah ini kalau misalkan iklan atau pun film ini dikerjakan dengan format 4K pasti akan lebih bagus gitu, tapi kita sendiri enggak punya alat yang kameranya enggak support untuk 4K terus sarana editingnya juga enggak support untuk 4K kayak gitu. Nah dua hal itu yang sedikit banyak menjadi kendala di tim ini. Namunya tetap berjalan kita lambat laun gitu kita juga nyicil alat gitu istilahnya kita berinvestasi untuk kalau selama ini ada beberapa alat yang sewa kayak gitu kan sewa itu kadang kala alatnya siap ada enggak. Pas kita butuh dadak kita enggak mungkin sewa yang dadakan, ya kalau ada kalau enggak ya udah enggak bisa produksi kan. Nah lambat laun alat-alat yang penting bagi kita yakita upayain untuk kita berinfestasi. Ya tentunya pasti kedua permasalahan tersebut akan diatasi di Harian Jogja terkait nanti beberapa tim ini berkembang gitu. Toh kalau kita juga punya figur yang layak dicontoh misalkan kakak kita di induk yaitu induk Perusahaan kita di Bisnis Indonesia di divisi digitalnya memang sudah memberikan sumbangan besar kepada perusahaan gitu dan itu bisa survive, bisa besar. Nah di Harian Jogja ini juga harapannya semacam itu.

QORRI :

Mungkin bakal merekrut orang yang punya basic audio visual ga mas?

MAS DESI :

Ya selama selama pandemi itu selama apa ya Selama proses ini awalnya yang stafnya enggak ada yang berbasis ilmu audio visual, basicnya adalah orang otodidak orang yang nekat gitu lambat laun kita mulai menghair merekrut teman-teman yang memang punya basic keilmuan itu. Ya mau enggak mau ketika kita butuh sumber daya manusia yang lebih kompeten ya kita butuh ilmu yang kompeten juga, yamempermudah proses tentu ide dan realisasinya ketika mereka punya toolnya, punya alatnya, punya idenya, punya kemampuan di tempat yang bener itu tentu jalannya akan lebih mudah lebih mungkin juga gambaran dia juga akan lebih luas kayak gitu sih. Jadi mulai dulu mulai muncul ada Mayang, ada Ardan, terus sekarang ada Rafi kayak gitu. Jadi saat ini di Harian Jogja di tim digitalnya udah ada dua orang yang memang

basicnya ilmu audio visual kayak gitu, ada 2 ya semogaterus banyak beranak pinak lah istilahnya kayak gitu sih.

QORRI :

Pertanyaan terakhir Project yang berkesan sama pandemi atau mungkin Project yang terberat

MAS DESI :

Sebenarnya kesan yang paling yang paling berkesan di kami itu justru ketika kita bekerja dengan alat seadanya yang mungkin nggak punya bayangan tentang live streaming itu seperti apa. Ada project pertama kali kita live streaming itu kita live streaming menggunakan handpone, menggunakan handpone dan kita live streaming di Instagramnya Harian Jogja. Dan oh ya Instagram aja waktu itu untuk facebook-nya kita tapping dengan kamera yang kita punya dengan misalkan 10 menit sekali kita harus rehat untuk mengistirahatkan kamera yang panas gitu. Nah waktu itu kita live streaming hanya pakai handpone nah terus kalau ada dua dua orang aja ngobrol gitu sementara ada physical distancing yang harus agak berjauhan sementara format kita harus vertikal, seberapa jauh kita harus menarik diri dariantara langsung dengan kamera gitu. Waktu itu kamera kita cari mundur hingga mungkin bisa 8 meter dari narasumber gitu karena satu ada physical distancing si narasumber dan host berjauhan. Terus habis itu dengan 8 m itu apakah microphone handpone nyampe gitu. Nah kita mikir kayak gitu ya akhirnya kita harus bikin kabel panjang gitu untuk nyambungin antara colokan microphone handpone ke mic eksternal yang kita pasang di mejanya dia. Itu menurut kami kegilaan pertama tim ini yang sangat nekat untuk apa sih ini live streaming kayak gitu. Kita enggak tahu itu tahunya Cuma pakai handpone gitu live streaming itu ya pakai handpone sebelum kami tahu tentang adanya software, live streaming dan sebagainya. Itu sih menurut kami yang paling berkesan dan selalu kami ingat bahwa eh enggak usah ragu melangkah kalau kita mau gitu, alat itu hanya sarana yaudah kita bisa kreatif itu lebih utama

QORRI :

Makasih ya mas

Wawancara bersama Sirojul Khafid selaku reporter Harian Jogja

QORRI :

Siang mas, terima kasih sudah berkenan diwawancarai. Jadi judul penelitianku itu tantangan pengelola Harian Jogja dalam mempertahankan eksistensinya selama masa pandemi COVID-19. Boleh ceritain dulu gimana masuk Harian Jogja

MAS SIRO :

jadi masuk harian sekitar 2020 Oktober gitu kalau merunut pada kasus pertama *COVID* 6 bulan 6 bulan atau sekitarnya sejak kasus covid pertama ada. Nah kalau dibilang masuk di Harian Jogja sebagai wartawan saat pandemi ya iya, itu untuk 2020 seperti itu.

QORRI :

Oke belum bisa membandingin pola liputa sebelum pandemi sama pas pandemi

MAS SIRO :

Betul, belum bisa membandingkan sebenarnya, kan aku masuk pandemi itu adalah juga pertama aku jadi wartawan. Sebelumnya tetep nulis Cuma konteksnya nulis freelance gitu dan itu jarang ngantor. Jadi kalau dalam konteks wartawan ya belum bisa bandingin sih sebelum sama sesudahnya.

QORRI :

Pertanyaannya, berarti tantangan pertama jadi reporter terus di masa pandemi

MAS SIRO :

YA Karena masuknya pas pandemi Jadi kayak yang aku tahu jadi wartawan selama pandemi, walaupun sedikit banyak cerita juga kalau sebelum pandemi kayak gini gini. Tantangannya tentu banyak itu malah bisa jadi malah mempermudah tidak satu sisi ya, karena setelah pandemi kayak menghubungkan narasumber lewat telepon atau hal semacam itu jadi cenderung wajar gitu karena kalau dulu dalam ilmu jurnalistik yaitu salah satunya kalau kalau menghubungi narasumber itu usahain pertemuan pertama kedua ketiga tuh ketemu langsung gitu ya sebagai kenalan dan sebagainya kan untuk benar-benar memastikan itu narasumber kita atau enggak. Karena pandemi tidak memungkinkan untuk terlalu sering ketemu akhirnya lewat telepon dan segala macamnya dan akhirnya itu jadi lebih wajar gitu jadi pertemuan pertama kedua narasumber udah langsung *online* gitu. Kalau dibilang tantangan ya mungkin kalau misalnya ada tulisan ada liputan yang bentukannya harus kelapangan banget nih. Kayak misal pantauan Malioboro satu libur kan tetap mau enggak mau walaupun bisa lewat CCTV tapi kita perlu kaya gambar segala macam akhirnya harus ke situ, tantangannya tetap hati-hati gitu ya menghindari yang sangat-sangat berkerumun gitu pakai sebatas yang kita bisa pakai masker

segala macam gitu-gitu sih tantangannya paling bagaimana tetep aman di tempat yang mungkin banyak kerumunan gitu. Sama mungkin kalau liputan di tempat-tempat yang dia di *lockdown* segala macemnya akhirnya harus muter otak lagi yang misal kita enggak punya kontakannya tapi kita mau masuk ke daerah situ enggak bisa jadi kayak harus nyari alternatif narasumber atau alternatif syarat biar dapat Narasumber itu gitu. Gitu sih tantangannya ya

QORRI :

Pertanyaan selanjutnya usaha reporter dalam mencari berita aktual selama masa pandemi. Maksudnya jadi kan orang-orang apa ya jadi parno an gitu nggak sih karena pandemi ini. Nah gimana caranya nyai berita yang aktual biar bisa dipercaya sama masyarakat, oh ini benar-benar beritanya gitu dari sumber yang terpercaya gitu

MAS SIRO :

kayaknya pandemi sama ngga pandemi sama deh. Karena katual ga katual yang kamu maksud kayak terpercaya segala macam mungkin dilihat dari narasumbernya siapa, cek di lapangan kayak gimana gitu kan. Dan pandemi sama ga pandemikayaknya hampir mirip-mirip aja sih cuman metodenya sih yang beda yang tadi yang misalnya kayak narasumberi tu wawancara langsung kalau pandemiya lewat telepon kan yang penting narasumbernya sama kan kualitasnya sama, masuk dalam lingkaran konsentrisnya sebagai narasumber gitu kan. Kalau misalnya ada yang perlu di cek ya di cek aja karena walaupun mungkin kelihatan yang menakutkan segala macam tapi kalau untuk wartawan masih masih diperbolehkan untuk mengakses beberapa hal gitu misalnya ke kantor atau boleh juga kalau alasannya jelas mau ngapain kan enggak apa-apa. Jadinya kayak gitu caranya masih sama juga sih tadi dengan menggunakan sumber yang inkridibel. Kalau misalnya ada yang perlu dikroscek dilapangan ya tinggal kelapangan. Jadi kayak enggak ada perubahannya yang signifikan, kalau dalam kontek narasumber dan juga kroscek di lapangan karena sama-sama aja

QORRI :

kalau dalam pemberitaan covid gitu?

MAS SIRO :

Oh dalam bentuk covid ya, misal ini memastikan ini hoax segala macam gitu. Misal kayak ditaruh chip segala macem gitu? Ya kita minta pendapat para ahli, ini bener ga sih ada chip nya segala macem dan kebanyakan juga bilang engga. Kita juga lihat juga kan proses vaksinasinya kayak gimana karena kita kan masih bisa mengakses juga dan enggak ada kecurigaan yang mengarah ke situ gitu sih. Jadi basicnya kalau kita enggak tahu kebenarannya segala macam justru enggak bakal langsung ditulis malah sekalian ngga ditulis, daripada nulis tapi kita belum

mantep benegeritu kan. Kebanyakan kalau wartawan yang aku tahu di lingkaran itu di Jogja gitu kalau emang ga jelas banget coba kita enggak dapat konfirmasi dari narasumber yang bersangkutan malah justru sekalian ga ditulis gitu. Nulis yang benar-benar sudah pasti sih

QORRI :

Kalau kendalanya? Kendala dalam liputan

MAS SIRO :

kayak tadi awalnya ya. Ya itu kadang kalo misal beberapa tempatkan spesifikasinya beda-beda. Misal liputan ini harus test swab segala macem, kadang ada beberapa liputan yang kayak gitu, jadi bener-bener harus dipersiapkan gitu. Sehari dua hari harus tau info dulu misal agenda ini apakah perlu mensyaratkan swab atau apakah bisa langsung masuk apa gimana. Kalau mensyaratkan kan berarti harus jauh jauh hari kecuali kalau mereka menyiapkan juga gitu, kalau nggak menyediakan ya prepare jauh jauh hari. kadang ada juga beberapa agenda kayak di keraton harus pake face shield dan segala macem yang mana biasanya Cuma pake masker aja cukup, ini harus pake face shield persiapan, lebih kayak gitu sih ke teknis persiapan dilapangan sih. Kalau untuk teknisnya sama aja sih.

QORRI :

Ada jaminan kesehatan ga dari kantor untuk reporternya dalam melakukan pemberitaan dilapangan?

MAS SIRO :

Ada, pada dasarnya kan jaminan kesehatan kan masuknya ke BPJS ketenagakejaan. itu ada semua untuk karyawan baik ada pandemi atau enggak. Tapi di pandemi memang ada semacam tambahan gitu ya, tambahan jaminan kesehatan. Waktu itu aku covid tahun 2021 yang mana aku dibebastugaskan selama masa isolasi itu hampir setengah bulan itu aku dibebastugaskan, yaudah fokus ke penyembuhan. Dari sisi pengobatan ditanggung sama pemerintah, dari Harjo juga tetep ngasih support dana juga sekitar 2,5jt gitu disamping gaji ya. Trus kalau misal kita swab atau hal hal yang terkait covid, kita juga di reimburse gitulah ibaratnya, untuk semua karyawan. Terus kalau waktu dia covid, dia dapet semacam ya itu dukungan kebutuhan hidup sekitar 2,5jt

QORRI :

Baik, sekian terima kasih telah menjawab pertanyaan saya

Wawancara bersama Sunartono selaku reporter Harian Jogja (By WA)

QORRI :

siang mas Tono, perkenalkan saya qorri mahasiswa yang pernah magang di harian jogja bagian sekred.

saya mau wawancara untuk kepentingan penelitian skripsi saya, kira kira senin tanggal 26 bisa bertemu mas?

MAS TONO :

Ok , misal tidak memungkinkan bisa kirim pertanyaan via wa nanti saya jawab pakai tulisan

QORRI :

baik mas, tapi saya perlu foto untuk dokumentasi bagaimana mas

MAS TONO :

Ok, nanti saya kirim ga papa. . beberapa mahasiswa lain jug via email atau wa kadang telepon

QORRI :

baik mas, saya kirimkan daftar pertanyaannya sekarang nggih

Apakah ada perubahan pola liputan saat pandemi COVID-19?

MAS TONO :

Pola liputan saat awal pandemic COVID-19 memang sangat terasa. Perubahan itu terjadi sejak kasus COVID-19 masuk DIY pada Maret 2020 silam. Ketika itu mulai diterapkan jaga jarak. Tepatnya mulai April 2020 silam intensitas liputan lapangan mulai harus dibatasi. Sehingga lebih diperbanyak menghubungi narasumber lewat telepon. Redaksi Harian Jogja saat itu memberikan toleransi untuk melakukan liputan daring, seperti menghubungi narasumber lewat telepon.

Waktu itu saya bertugas liputan di Kantor Gubernur DIY (Kompleks Kepatihan), komunikasi dengan narasumber pun difasilitasi oleh Humas lewat Zoom terutama untuk berita-berita yang membutuhkan narasumber dari kalangan pemerintahan seperti update data COVID-19.

QORRI :

Apa tantangan yang dihadapi reporter saat masa pandemi COVID-19?

MAS TONO :

Ketika pandemi, Harian Jogja memang menerapkan WFH akan tetapi ini lebih diberlakukan pada karyawan yang berada di kantor seperti divisi lain selain redaksi. Adapun divisi redaksi seperti jajaran redaktur atau editor masih memungkinkan melakukan WFH. Tetapi seperti reporter lapangan sulit menerapkan, karena dalam beberapa kesempatan tentu ada berita atau

informasi yang yang tidak bisa dikonfirmasi lewat telepon dan harus datang ke lapangan terutama ketika ada peristiwa besar.

Meski pun sebenarnya ketika pandemic pada 2020 hingga pertengahan 2021 itu banyak kegiatan lapangan yang terhenti akibat pandemic. Sehingga berdampak pula pada berkurangnya intensitas liputan lapangan. Tetapi hekekatnya itu tidak mempengaruhi tanggungjawab jumlah berita yang harus dikirim reporter lapangan.

Tantangannya adalah bagaimana menghindari agar tidak tertular virus corona, karena waktu itu Jogja menjadi salah satu kota dengan tingkat penularan cukup tinggi. Beberapa wartawan juga banyak yang terpapar atau positif COVID-19.

Pembatasan liputan juga menjadikan kendala tersendiri ketika akan menulis karena ketidakhadiran di lokasi liputan biasanya tidak bisa mendapatkan data secara utuh. Saat pandemic memungkinkan untuk kloning berita karena biasanya tidak semua media diizinkan masuk. Contohnya saat konpers kasus COVID-19 di awal2 biasanya hanya 10 media yang boleh hadir, kemudian dibantu Humas Pemda DIY untuk media yang tidak hadir kemudian diberikan data. Sistem ini dilakukan secara bergantian, jadi semua media mendapatkan jatah untuk hadir.

QORRI :

Bagaimana usaha repoter dalam mencari berita yang aktual selama masa pandemi COVID-19?

MAS

TONO:

Upaya yang dilakukan biasanya melakukan komunikasi secara intens dengan narasumber atau pejabat terkait lewat WA maupun telepon, tidak malu untuk menanyakan update perkembangan materi yang akan ditulis. Dan rata-rata narasumber di lingkungan Pemda DIY memahami hal itu. Beberapa kali narasumber menyiapkan platform Zoom ketika harus wawancara secara Bersama-sama dengan wartawan dari media lain.

Selain itu memantau media sosial baik twitter, Instagram fb dan tiktok karena seringkali informasi meski belum bisa dipertanggungjawabkan kebenarannya datang dari medsos. Sebaran medsos ini hanya sebagai titik awal saja karena belum bisa menjadi ukuran data atau produk jurnalistik.

Misalnya ada informasi dan foto beredar terkait *lockdown* di suatu kampung, tentu ini harus saya konfirmasi ke pejabat terkait di wilayah tersebut sebelum akan menuliskan.

QORRI :

Apa kendala yang dihadapi reporter saat di lapangan?

MAS TONO :

Kendala yang dihadapi ketika menuliskan tidak bisa menggambarkan secara detail karena tidak bisa dan tidak memungkinkan untuk melihat secara visual. Padahal data visual ini sangat penting untuk mendukung validitas berita yang disampaikan. Sebagai contoh ruang isolasi COVID-19. Sampai saat ini saya yakin tidak banyak wartawan bisa menggambarkan bagaimana ruang isolasi, fasilitasnya seperti apa? Saya baru bisa menggambarkan ketika suatu Gedung akan dipakai untuk isolasi pasien COVID-19, itu pun tentu sangat minim dan seringkali tidak boleh masuk meski pun belum ada pasien yang diterima, karena memang ada SOP titik lokasi zona merah yang tidak boleh diakses pada suatu Gedung/ruang isolasi.

Sehingga data yang diperoleh hanya sebatas wawancara narasumber. Misalnya berapa jumlah tabung oksigen, jumlah bed itu pun hanya bisa didapatkan lewat narasumber tanpa bisa mengecek atau membuktikan secara langsung apakah benar data yang disampaikan narasumber.

Kendala lain karena akses data yang hanya mengandalkan narasumber juga berdampak pada jatuh tempo terselesaikannya tulisan mepet dengan jam yang seharusnya sudah masuk ke cetak.

Misalnya update data COVID-19 itu saya usaha bisa didapatkan setiap hari, data ini hanya bisa diakses lewat satu pintu yaitu juru bicara COVID-19, di mana setiap hari juru bicara ini akan ngeshare data di grup khusus wartawan yang bertugas di provinsi DIY. Karena mungkin satgas juga harus mengumpulkan dari seluruh kabupaten dan kota di DIY sehingga kendalanya data dishare sudah terlalu sore atau jelang malam. Kadang harus menanyakan lewat grup.

Kendala lain ada kekhawatiran terpapar COVID-19, karena banyak wartawan yang terpapar ketika itu sehingga harus berhati-hati. Tetapi alhamdulillah saya sehat selalu dan tidak pernah positif.

Selain itu ketika ada liputan harus datang ke lokasi harus melalui swab antigen.

QORRI :

Adakah jaminan kesehatan dari Harian Jogja untuk para reporter yang bertugas dilapangan selama masa pandemi COVID-19?

MAS TONO :

Kalau jaminan Kesehatan secara umum semua karyawan di Harian Jogja sudah tercover BPJS Kesehatan. Akan tetapi khusus selama pandemic beberapa kali ada suplai vitamin terutama yang bertugas di lapangan. Selain itu mendapatkan fasilitas seperti masker dll.

Jika terpapar Covid maka akan mendapatkan pendampingan seperti suplai makanan dan sejenisnya. Adapun ketika baru positif dan harus tes PCR juga ditanggung oleh perusahaan maksimal sekitar Rp1 juta untuk sekali PCR, standar dengan harga PCR di awal pandemic.

Pertanyaan tambahan

QORRI :

Target berita sebelum dan saat pandemi apakah ada perubahan?

MAS TONO :

Target jumlah berita yang harus dikirim reporter harian jogja selama pandemic tidak berkurang tetap 4 berita. Dengan deadline sama. Akan tetapi pada liputan khusus untuk sepekan sekali agak dikurangi. Karena di Harian jogja biasanya menerbitkan liputan khusus dengan mengangkat isu terkini atau eksklusif dengan melibatkan reporter lintas daerah dari sleman, gunungkidul, Bantul, kulonprogo dan kota. Selama pandemic ini dikurangi sementara.

QORRI :

adakah kendala jika harus melakukan wawancara via daring? (by wa, telepon)

MAS

TONO

:

Kadang sering meleset dari jadwal, misalnya narasumber janji bisa dihubungi jam 10, tetapi ketika ditelepon belum mengangkat dengan berbagai penyebab. Ini cukup mempengaruhi deadline juga. Strateginya untuk isu-isu eksklusif biasanya saya kerjakan sehari sebelumnya dengan catatan isu tersebut bisa dimuat kapan saja. Misalnya hari Rabu saya ingin menulis tentang jumlah kematian kasus DBD, kemudian Selasa saya sudah wawancara sehingga Rabu tinggal menulis. Ini untuk antisipasi agar deadline tepat waktu.

Selain itu wawancara daring biasanya terbatas, menghubungi telepon biasanya antara 10 sampai 15 menit. Kemudian kadang ada pertanyaan yang sering terlupakan, sehingga harus benar2 dipersiapkan, berbeda dnegan wawnacara luring, bisa lebih banyak bertanya ke narasumber.

QORRI :

bagaimanakah teknik liputan saat pandemi?

MAS TONO :

Tekniknya secara umum sama dengan sebelum pandemic, hanya mengubah pola dari awalnya luring menjadi lebih banyak daring. Selain itu lebih banyak memainkan isu data kuantitatif karena keterbatasan pernyataan narasumber. Sebenarnya sisi positifnya data menjadi lebih valid dengan banyaknya data kuantitatif.

Tambahan data dari Sunatono :

Selama pandemic update data berbagai kasus COVID-19 saya seringnya wawancara Jubir Pemda DIY untuk penanganan COVID-19 Berty Murtiningsih. Beliau adalah jubir yang ditunjuk dari Dinas Kesehatan. Sejak awal pandemic komunikasinya selalu lewat ponsel

bertanya berbagai hal tentang COVID-19. Jubir ini sangat terbuka dalam memberikan keterangan meski dilakukan dengan sangat hati-hati agar tidak menimbulkan keresahan masyarakat. Sejak pandemic saya berniat untuk wawancara langsung akan tetapi belum sempat dan lebih sering dilakukan. Selain karena ada pembatasan, sekaligus karena kesibukan. Sampai akhirnya pada Minggu 22 Maret 2022 ibu Berty Murtiningsih ini meninggal dunia karena sakit. Jadi selama pandemi nyaris dua tahun almarhum membantu saya dalam memberikan berbagai data tetapi tidak pernah bertemu.

Wawancara bersama Maya Herawati selaku redaktur

QORRI :

Jadi skripsi Qorri judulnya tantangan pengelola Harian Jogja dalam mempertahankan eksistensinya selama masa pandemi. Apa ya tantangan dan kendala gitu selama pandemi

MBA MAYA :

Tak jawab yang tantangannya selama pandemi tentu saja adalah tidak bisa bertemu langsung terutama kalau pengelolaan pemberitaan itu narasumber kami harus semua by call, by phone sama Wa ya dan itu yang menyebabkan kadang-kadang apa namanya waktu itu Ya waktu itu ya mendapatkan mendapatkan kontak kontak narasumbernya itu agak lama jadi waktunya agak lama sehingga kan waktu itu semuanya enggak boleh ketemu ya Enggak boleh ketemu sehingga acara-acara apapun kalau mau wawancara apapun harus via telepon nah itu sedikit menghambat awalnya awalnya tapi kemudian lambat laun orang-orang mulai menyesuaikan diri dengan cara itu akhirnya cara itu kemudian malah justru dianggap lebih efektif nah sampai sekarang hari ini pun malah orang eh paranarasumber kalau di kontak by phone bisa lebih cepat jadi lebih apa sudah adaptasi tapi awalnya itu enggak, awalnya itu tantangannya kemudian kalau di redaksi ya tantangan lainnya adalah ketika kami harus evaluasi ya evaluasi kinerja itu kita enggak bisa ketemu eee semua wfh kosong kecuali eee orang-orang Yang piket ya , Beberapa orang aja karena memang produksi enggak bisa kosongkan untuk pengiriman apa terutama koran ya kalau *online* cuma kalau *online* semua Jadi di manapun di rumah sampai walaupun pandemi enggak pandemi kalau untuk media *online* bekerja di mana pun bisa. Tapi kalau untuk koran enggak bisa ada beberapa orang yang memang harus mengerjakan produksi dari kantor sehingga sistemnya tidak. Nah itu tantangannya eee karena kita enggak bisa ketemu ketika masa pandemi kita enggak bisa rapat evaluasi nih setiap hari setiap hari itu kalau orang kan harus evaluasi ada salah ada apa kekurangan itu enggak bisa kita bisa melakukannya lewat Zoom Nah itu enggak terlalu efektif karena kenapa jaringan internet orang beda beda, disraksinya lebih banyak kalau di rumah keganggu anak itu tantangannya. Sehingga kita mau enggak mau suka gasuka memang kualitasnya cenderung turun gitu ya ketika masa pandemi karena kalo ketemu langsung setiap hari kita koreksi Oh ini ada salah trus kita diskusi, trus apat redaksi pun by wa Itu orang ngetik bukan itu ya Enggak telepon gitu Nah karena kita kan apa negatif sehari dua kali sore sama malem ya. Terus itu by wa kita diskusinya kadang yang memimpin rapat sudah melemparkan isu berita gitu ‘Halo pendapat yang lain’ jawabnya lama gitu. Padahal sebenarnya kalau rapat kan ya semua harus on ya, tapikan orang ngetik juga kadang sinyalnya ilang nah itu tantangannya, tantangan sekali 2 tahun terakhir itu. Tapi bisa

memang bisa dijalankan tapi memang mau ga mau suka ga suka harus diakui kinerjanya itu tidak seoptimal ketika sebelum pandemi dan sekarang ini ya memang kita sudah bebas ya. Nah itu tantangannya kemudian itu tantangan dan kendalanya ya kalau operasional pemberitaan kita harus jalan terus dan koran tetap terbit, nanti mungkin bisa ditanyakan ke pemasaran juga. Koran tetap terbit, media *online* tetap jalan berita tetap kolek dikumpulkan oleh para wartawan. Nah kita operasional itu jadi berkorelasi ya bagaimana kita operasional dan cara mempertahankan karena itu tuntutan kan kita kan enggak mungkin menghentikan operasional jeleg gitu kan enggak mungkin mati dong korannya. Pemasang iklan masih banyak gitu. Alhamdulillah nya apa namanya selama pandemi itu pemasang iklannya itu malah naik tajam. Harian Jogja itu selama pandemi itu justru apa memang sulit ya kondisinya. Ini kondisi keadaannya tapi kondisi keuangannya justru lain berbanding terbalik gitu sehingga bagaimanapun operasional produk harus lancar ya karena tuntutan iklan tuh banjir banjir iklan sementara 'kan operasional koran harus jalan terus. Nah waktu itu memang awal-awal pandemi ini awal-awal pandemi sebelum kemudian dalam perjalanan beberapa bulan setelahnya itu kita kebanjiran iklan ini sebelumnya ya. Pandemi memang kita juga mengalami orang-orang kan jeleg gitu ya semuanya jeleg gitu kan. Sepi gitu kita juga awal awalnya itu orang bingung nih. Kantor harjo tutup, orang cuma satu dua, pemasang iklan juga nggda dateng gitu, anak anak pemasaran juga ngga kerja gitu, wartawan juga cuma by call di rumah glundang glundang gitu. Pas makjleb itu kita harus mempertahankan operasional itu koran harus tetap terbit media *online* harus tetap jalan. Mau ga mau harus memangkas karyawan terutama di redaksi ya. Kalo di redaksi dulu kita punya cukup banyak wartawan muda atau streamer gitu ya pemegang yang memang digaji sama karyawan kontrak. Nah itu karyawan kontraknya dilepas sama pemegangnya juga. Jadi bener bener yang inti dan itu bener bener cuma sedikit. Dan kita semua yang sedikit itu mengerjakan pekerjaan normal yang banyak. Nah itu yang menjadi tantangan kedua tantangan bener. Tapi itu adalah cara yang paling efektif untuk bertahan. Dan kita tidak menyangka bahwa Harian Jogja selama masa pandemi justru dapet rejeki gitu, kan kita gatau ya. Dapet rejeki akhirnya pulih pulih sekaang kita udah mulai normal. Karyawan kontrak udah di normalkan, udah renggang renggang ga kaya dulu.

Kalau lembaran koran itu tidak karena pandemi tapi karena harga kertas. Jadi Harjo dulu sampai harjo sekarang itu memang grafik ketebalannya turun. Dan lebarnya pun karena harga kertas yang sudah ngga logis untuk kita jual seharga itu. Katakanlah sekarang kan semua *online* ya. Nah Harian Jogja sekarang juga punya koran *online*. Bukan www.harianjogja.com ya beda.

Sehingga itu adalah cara untuk kita menyasati harga koran yang semakin. Itu pandemi ga pandemi harga kertas itu akan melambung sesuai kayak bbm itu loh harga kertas dunia itu loh.

QORRI :

Itu apakah ada faktor karena semua pindah ke *online* atau gimana ya?

MBA MAYA :

Kurang tau ya Tapi kalo kertas itukan memang tiap hari ya mahal ya. Pulp itukan pasarnya kan pasar dunia kayak bbm itu ya, karena faktornya banyak kalo pulp itu. Kalo harga pulpnya dunia naik ya kita ikut naik. Kan sebernernya Kertas itu ga cuma digunakan untuk media, banyak lah. Pulp itukan banyak. Kayak tisu itukan pulp semua Jumlah sebelum eh sebelum pandemi sama pandemi

QORRI :

Jumlah produksi koran sebelum, selama dan sesudah pandemi

Kalo itu yang tau pemasaran, kan ada bagian sendiri. Inikan 3 shift, pagi orang perusahaan, iklan, keuangan, nanti sore sampe malem redaksi, tengah malem redaksi pulang ganti anak pemasaran yang nanti jam 3 pagi sampe jam 10 pagi ngedarin koran. Nanti ada pemasaran, pemasaran itu maksudnya orang yang memasarkan koran ya.

QORRI :

Rapat redaksi katanya 2 kali, sore dan malem

MBA MAYA :

Yang sore itu kalo ini rapat koran ya, yang sore menentukan headline untuk terbit besok. Yang malem itu menentukan budget untuk lusa. Jadi budget berita besok kita mau ngolah berita apa ya, malem itu. Kalo jadi budget itu diperlukan untuk agenda setting isu. Kita menyeting isu untuk besoknya. Tapi kalo isu itu nanti ada berita yang lebih bagus lagi kita ganti, jadi fleksibel.

QORRI :

Berarti wartawan itu maksimal ngumpulin berita baru?

MBA MAYA :

Jam 6 sore. Kecuali untuk berita berita yang memang halaman 1 yang bisa dikejar agak malem sampe malem maksimal jam 10 itu hanya khusus beberapa, berita cuma 3.

Wawancara tambahan by WA

QORRI :

Bagaimanakah visualisasi mengenai siklus kerja wartawan sebelum dan saat pandemi?

MBA MAYA :

Sebelum pandemi wartawan banyak di lapangan, bertemu dengan narasumber, mengumpulkan data langsung dari wawancara dengan narasumber. mengumpulkan foto-foto narasumber dan kejadian-kejadian terbaru.

saat pandemi, wartawan hanya wawancara melalui telepon, tidak bertemu langsung narasumber. foto-foto narasumber dikirimkan melalui whatsapp atau email, wawancara juga banyak melalui whatsapp atau email.

QORRI :

Bagaimanakah perencanaan redaksi terkait berita yang akan dimuat ketika sebelum dan saat pandemi?

MBA MAYA :

Perencanaan redaksi dilakukan melalui rapat redaksi. sebelum pandemi rapat dilakukan dua kali sehari, siang dan malam dan secara langsung di kantor. saat pandemi rapat dilakukan melalui whatsapp dan Zoom.

QORRI :

bagaimana nilai kualitas berita selama pandemi? dan bagaimana cara mengatasinya

MBA MAYA :

untuk bobot kualitas hasil wawancara tidak berubah. narasumber rerata mau menjawab pertanyaan yang diajukan wartawan. ini terjadi juga ketika sebelum pandemi dan selama pandemi.

LAMPIRAN REGULASI

Regulasi dan Surat Keputusan Presiden

- Keputusan Presiden Republik Indonesia Nomor 7 Tahun 2020 tentang Gugus Tugas Percepatan Penanganan *Corona Virus Disease 2019 (COVID-19)*
- Keputusan Presiden Republik Indonesia Nomor 9 Tahun 2020 tentang perubahan atas Keputusan Presiden Republik Indonesia Nomor 7 Tahun 2020
- Keputusan Presiden Republik Indonesia Nomor 21 Tahun 2020 tentang Pembatasan Sosial Berskala Besar dalam Rangka Percepatan Penanganan *Corona Virus Disease 2019 (COVID-19)*
- Peraturan Menteri Kesehatan Republik Indonesia Nomor 7 Tahun 2020 tentang Perubahan atas Peraturan Menteri Kesehatan Republik Indonesia Nomor 51 Tahun 2014 tentang Pemasukan Alat Kesehatan Melalui Mekanisme Jalur Khusus (*Special Access Scheme*)
- Keputusan Menteri Kesehatan Republik Indonesia Nomor HK.01.07/MENKES/218/2020 tentang Alat Kesehatan, Alat Kesehatan Diagnostik *In Vitro*, dan Perbekalan Kesehatan Rumah Tangga yang Dikecualikan dari Perizinan Tata Niaga Impor dalam Rangka Penanggulangan *Corona Virus Disease 2019 (COVID-19)*
- Peraturan Menteri Kesehatan Republik Indonesia Nomor 9 Tahun 2020 tentang Pedoman PSBB dalam Rangka Percepatan Penanganan *Corona Virus Disease 2019 (COVID-19)*
- Surat Edaran Menteri PANRB Republik Indonesia Nomor 41 Tahun 2020 tentang Perubahan SE Nomor 36 Tahun 2020 tentang Perubahan atas Surat Edaran Menteri Pendayagunaan Aparatur Negara dan Reformasi Birokrasi nomor 36 tahun 2020 tentang Pembatasan Kegiatan Berpergian ke Luar Daerah dan/atau Kegiatan Mudik Bagi Aparatur Sipil Negara dalam Upaya Pencegahan Penyebaran *COVID-19*
- SE Menteri BUMN Republik Indonesia Nomor SE-4/MBU/04/2020 tentang Larangan Mudik untuk BUMN dan Keluarga dalam Upaya Pencegahan Penyebaran Corona Virus Disease 2019 (*COVID-19*)
- SE Menteri PANRB Republik Indonesia Nomor 46 Tahun 2020 tentang Pembatasan Kegiatan Mudik dan/atau Cuti Bagi Aparatur Sipil Negara dalam Upaya Pencegahan Penyebaran *COVID-19*

- Keputusan Menteri Kesehatan Republik Indonesia Nomor HK.01.07/MENKES/238/2020 Pasien Penyakit Infeksi Emerging Tertentu bagi Rumah Sakit yang Menyelenggarakan Pelayanan *Coronavirus Disease 2019 (COVID-19)*
- Keputusan Bersama Menteri Agama, Menteri Ketenagakerjaan, dan Menteri Pendayagunaan Aparatur Negara dan Reformasi Birokrasi Republik Indonesia nomor 391 tahun 2020, nomor 02 tahun 2020, nomor 02 tahun 2020 tentang Perubahan Kedua atas Keputusan Bersama Menteri Agama, Menteri Ketenagakerjaan, dan Menteri Pendayagunaan Aparatur Negara dan Reformasi Birokrasi nomor 728 tahun 2019, nomor 213 tahun 2019, nomor 01 tahun 2019 tentang Libur Nasional dan Cuti Bersama Tahun 2020.
- Peraturan Menteri Perhubungan Republik Indonesia nomor PM 18 Tahun 2020 tentang Pengendalian Transportasi dalam Rangka Pencegahan *Penyebaran Corona Virus Disease 2019 (COVID-19)*
- Surat Edaran Menteri Perindustrian Republik Indonesia nomor 7 tahun 2020 tentang Pedoman Pengajuan Permohonan Perizinan Pelaksanaan Kegiatan Industri dalam Masa Kedaruratan Kesehatan Masyarakat *Corona Virus Disease 19 (COVID-19)*
- Keputusan Presiden Republik Indonesia nomor 12 tahun 2020 tentang Penetapan Bencana Non Alam Penyebaran *Corona Virus Disease 2019 (COVID-19)* sebagai Bencana Nasional
- Surat Edaran Kementerian Kesehatan Republik Indonesia nomor HK.02.02/I/385/2020 tanggal 9 April 2020 tentang Penggunaan Masker dan Penyediaan Sarana Cuci Tangan Pakai Sabun (CTPS) untuk Mencegah Penularan *Corona Virus Disease 2019 (COVID-19)*
- Peraturan Menteri Perhubungan Republik Indonesia nomor PM 25 tahun 2020 tanggal 23 April 2020 tentang Pengendalian Transportasi Selama Masa Mudik Idul Fitri Tahun 1441 Hijriah dalam Rangka Pencegahan Penyebaran *Corona Virus Disease 2019 (COVID-19)*
- Surat Edaran Menteri Kesehatan Republik Indonesia nomor HK.02.01/MENKES/295/2020 tanggal 24 April 2020 tentang Klaim Penggantian Biaya Perawatan Pasien Penyakit Infeksi Emerging Tertentu bagi Rumah Sakit Yang Menyelenggarakan Pelayanan *Coronavirus Disease 2019 (COVID-19)*
- SE Nomor 4 Tahun 2020 Tentang Kriteria Pembatasan Perjalanan Orang dalam Rangka Percepatan Penanganan *Corona Virus Disease (COVID-19)*

- SE Menteri PANRB Republik Indonesia nomor 55 tahun 2020 tentang Perubahan Atas SE Menteri PANRB Nomor 46 Tahun 2020 Tentang Pembatasan Kegiatan Berpergian ke Luar Daerah dan/atau Kegiatan Mudik dan/atau Cuti bagi Aparatur Sipil Negara dalam Upaya Pencegahan Penyebaran *COVID-19*
- SE Nomor 5 Tahun 2020 Perubahan atas Surat Edaran Nomor 4 Tahun 2020 Tentang Kriteria Pembatasan Perjalanan Orang Dalam Rangka Percepatan Penanganan *Corona Virus Disease 2019 (COVID-19)*.
- SE Nomor 6 Tahun 2020 tentang Status Keadaan Darurat Bencana Non Alam *Corona Virus Disease 2019 (COVID-19)* Sebagai Bencana Nasional.
- SE Menteri Agama Nomor 15 Tahun 2020 tentang Panduan Penyelenggaraan Kegiatan Keagamaan di Rumah Ibadah Dalam Mewujudkan Masyarakat Produktif dan Aman COVID di Masa Pandemi.
- Surat Edaran Menteri Ketenagakerjaan Nomor M/7/AS.02.02/V/2020 tentang Rencana Keberlangsungan Usaha Dalam Menghadapi Pandemi *Corona Virus Disease 2019 (COVID-19)* dan Protokol Pencegahan COVID-19 di Perusahaan.
- Surat Edaran Nomor 7 Tahun 2020 Tentang kriteria dan persyaratan perjalanan orang dalam masa adaptasi kebiasaan baru menuju masyarakat produktif dan aman *Corona Virus Disease (COVID-19)*
- Peraturan Menteri Perhubungan Nomor PM 41 Tahun 2020 Tentang perubahan atas Peraturan Menteri Perhubungan Nomor PM 18 Tahun 2020 tentang pengendalian transportasi dalam rangka pencegahan penyebaran *Corona Virus Disease 2019 (COVID-19)*
- SE Nomor 8 Tahun 2020 Tentang Pengaturan Jam Kerja Pada Masa Adaptasi Kebiasaan Baru Menuju Masyarakat Produktif dan Aman *Corona Virus Disease 2019 (COVID-19)* di Wilayah JABODETABEK
- SE Menteri Perdagangan RI Nomor 12 Tahun 2020 Tentang Pemulihan Aktivitas Perdagangan Yang Dilakukan Pada Masa Pandemi *Corona Virus Disease 2019 (COVID-19)* dan New Normal.
- Keputusan Menteri Agama RI Nomor 515 Tahun 2020 Tentang Keringanan Uang Kuliah Tunggal Pada Perguruan Tinggi Keagamaan Negeri Atas Dampak Bencana Wabah *COVID-19*.

- Keputusan Menteri Kesehatan Nomor HK.01.07/MENKES/382/2020 Tentang Protokol Kesehatan Bagi Masyarakat di Tempat dan Fasilitas Umum Dalam Rangka Pencegahan dan Pengendalian *Corona Virus Disease 2019 (COVID-19)*.
- Surat Edaran Menkes Nomor HK.02.02/I/2875/2020 Tentang Batasan Tarif Tertinggi Pemeriksaan Rapid Test Antibodi
- Surat Keputusan Bersama Menteri Pendidikan dan Kebudayaan dan Menteri Pariwisata dan Ekonomi Kreatif/Kepala Badan Pariwisata dan Ekonomi Kreatif Nomor : 02/KB/2020 dan Nomor : KB/1/UM.04.00/M-K/2020 Tentang Panduan Teknis Pencegahan dan Pengendalian *Corona Virus Disease 2019 (COVID-19)* di Bidang Kebudayaan dan Ekonomi Kreatif Dalam Masa Penetapan Kedaruratan Kesehatan Masyarakat *COVID-19*
- SE Menteri PANRB Nomor: 64 tahun 2020 tentang Tentang Kegiatan Perjalanan Dinas Bagi Pegawai Aparatur Sipil Negara Dalam Tatanan Normal Baru
- Keputusan Menkes Republik Indonesia Nomor HK.01.07/MENKES/413/2020 Tentang Pedoman Pencegahan dan Pengendalian *Corona Virus Disease 2019 (COVID-19)*
- Instruksi Presiden Republik Indonesia Nomor 6 Tahun 2020 Tentang Peningkatan Disiplin dan Penegakan Hukum Protokol Kesehatan dalam Pencegahan dan Pengendalian *Corona Virus Disease 2019*
- Keputusan Menteri Agama Republik Indonesia Nomor 719 Tahun 2020 tentang Pedoman Penyelenggaraan Perjalanan Ibadah Umrah Pada Masa Pandemi *Corona Virus Disease 2019*
- Keputusan Bersama Menteri Pendidikan dan Kebudayaan, Menteri Agama, Menteri Kesehatan, dan Menteri Dalam Negeri Republik Indonesia Nomor 04/KB/2020, Nomor 737 TAHUN 2020, Nomor HK.01.08/Menkes/7093/2020 dan Nomor 420-3987 Tahun 2020 Tentang Panduan Penyelenggaraan Pembelajaran Pada Tahun Ajaran 2020/2021 dan Tahun Akademik 2020/2021 di Masa Pandemi *Coronavirus Disease 2019 (COVID-19)*.
- Keputusan Menteri Kesehatan Republik Indonesia nomor 9860 Tahun 2020 Tentang Penetapan Jenis Vaksin Untuk Pelaksanaan Vaksinasi *Corona Virus Disease 2019 (COVID-19)*.

- Surat Edaran Kasatgas Nomor 3 Tahun 2020 Tentang Protokol Kesehatan Perjalanan Orang Selama Libur Hari Raya Natal dan Menyambut Tahun Baru 2021 Dalam Masa Pandemi Corona Virus Disease 2019 (COVID-19).
- Surat Edaran Dirjen Pelayanan Kesehatan Nomor HK.02.02/1/4611/2020 Tentang Batasan Tarif Tertinggi Pemeriksaan Rapid Tes Antigen-SWAB.
- Addendum Surat Edaran Kasatgas Nomor 3 Tahun 2020 Tentang Protokol Kesehatan Perjalanan Orang Selama Libur Hari Raya Natal dan Menyambut Tahun Baru 2021 Dalam Masa Pandemi Corona Virus Disease 2019 (COVID-19)
- Peraturan Menteri Kesehatan Republik Indonesia Nomor 84 Tahun 2020 Tentang Pelaksanaan Vaksinasi Dalam Rangka Penanggulangan Pandemi *Corona Virus Disease 2019 (COVID-19)*.
- Surat Edaran Kasatgas Nomor 4 Tahun 2020 Tentang Protokol Kesehatan Perjalanan Orang Dalam Masa Pandemi *Corona Virus Disease 2019 (COVID-19)*
- Keputusan Menteri Kesehatan Republik Indonesia Nomor Hk.01.07/Menkes/12757/2020 Tentang Penetapan Sasaran Pelaksanaan Vaksinasi *Corona Virus Disease 2019 (COVID-19)*
- Keputusan Menteri Komunikasi dan Informatika Republik Indonesia Nomor 253 Tahun 2020 Tentang Penetapan Aplikasi Pedulilindungi Dalam Rangka Pelaksanaan Surveilans Kesehatan Penanganan *Corona Virus Disease 2019 (COVID-19)*.
- Keputusan Ketua Satuan Tugas Penanganan COVID-19 Nomor 6 Tahun 2021 tentang Kriteria Hotel dan Kewajiban RT-PCR Bagi Warga Negara Indonesia Pelaku Perjalanan Luar Negeri
- Fatwa Majelis Ulama Indonesia Nomor : 02 Tahun 2021 Tentang Produk Vaksin COVID-19 dari Sinovac Life Sciences Co. Ltd. China dan PT. Bio Farma (Persero)
- Surat Edaran Kasatgas Nomor 2 Tahun 2021 Tentang Protokol Kesehatan Perjalanan Internasional Dalam Masa Pandemi *Corona Virus Disease 2019 (COVID-19)*
- Instruksi Menteri Dalam Negeri Nomor 03 Tahun 2021 Tentang Pemberlakuan Pembatasan Kegiatan Masyarakat Berbasis Mikro dan Pembentukan Posko Penanganan *Corona Virus Disease 2019* di Tingkat Desa dan Kelurahan Untuk Pengendalian Penyebaran *Corona Virus Disease 2019*
- Keputusan Ketua Satuan Tugas Penanganan COVID-19 Nomor 9 Tahun 2021 Tentang Tempat karantina, Isolasi, Dan Kewajiban RT-PCR bagi Warga Negara Indonesia

Pelaku Perjalanan Internasional Dalam Masa Pandemi *Corona Virus Disease 2019 (COVID-19)*.

- Keputusan Menteri Kesehatan Republik Indonesia Nomor HK.01.07/MENKES/446/2021 Tentang Penggunaan RAPID DIAGNOSTIC TEST ANTIGEN Dalam Pemeriksaan CORONA VIRUS DISEASE 201 (COVID-19)
- Surat Edaran Menteri Pendayagunaan Aparatur Negara dan Reformasi Birokrasi Nomor: 04 Tahun 2021 Tentang Pembatasan kegiatan bepergian ke luar daerah bagi pegawai aparatur sipil negara selama libur tahun baru IMLEK 2572 KONGZILI dalam masa pandemi CORONA VIRUS DISEASE 2019 (COVID-19)
- Surat Edaran Kasatgas Nomor 9 Tahun 2021 Ketentuan Pembentukan Pos Komando Penanganan *Corona Virus Disease 2019 (COVID-19)*
- Instruksi Menteri Dalam Negeri Nomor 04 Tahun 2021 Tentang Perpanjangan Pemberlakuan Pembatasan Kegiatan Masyarakat Berbasis Mikro dan Mengoptimalkan Posko Penanganan CORONA VIRUS DISEASE 2019 di Tingkat Desa dan Kelurahan Untuk Pengendalian Penyebaran CORONA VIRUS DISEASE 2019.
- Surat Edaran Menteri Pendayagunaan Aparatur Negara Dan Reformasi Birokrasi Nomor 06 Tahun 2021 Tentang Pembatasan Kegiatan Bepergian Ke Luar Daerah Bagi Pegawai Aparatur Sipil Negara Selama Hari Isra Mikraj Nabi Muhammad SAW Dan Hari Suci Nyepi Tahun Baru Saka 1943 Dalam Masa Pandemi *Corona Virus Disease 2019 (COVID-19)*.
- Surat Edaran Kasatgas Nomor 12 Tahun 2021 Tentang Perjalanan Orang Dalam Negeri Dalam Masa Pandemi *Corona Virus Disease 2019 (COVID-19)*
- Surat Edaran Menteri Pendayagunaan Aparatur Negara dan Reformasi Birokrasi Nomor 07 Tahun 2021 Tentang Pembatasan Kegiatan Bepergian Ke Luar Daerah Bagi Pegawai Aparatur Sipil Negara Selama Hari Peringatan Wafat ISA AL MASIH Tahun 2021 Dalam Masa Pandemi *Corona Virus Disease 2019 (COVID-19)*
- Surat Edaran Menteri Agama Nomor: SE. 03 Tahun 2021 Tentang Panduan Ibadah Ramadan dan Idul Fitri Tahun 1442 Hijriyah / 2021
- Surat Edaran Kepala Satuan Tugas Nomor 13 Tahun 2021 Larangan Mudik Hari Raya Idul Fitri dan Pengendalian COVID-19 selama Bulan Suci Ramadhan 1442H
- Instruksi Menteri Dalam Negeri Nomor 09 Tahun 2021 Tentang perpanjangan pemberlakuan Pembatasan Kegiatan Masyarakat Berbasis Mikro dan Mengoptimalkan

Posko Penanganan *CORONA VIRUS DISEASE 2019* di Tingkat Desa dan Kelurahan Untuk Pengendalian Penyebaran *CORONA VIRUS DISEASE 2019*

- Surat Edaran Menteri Agama Nomor: SE. 07 Tahun 2021 Tentang Panduan Penyelenggaraan Shalat Idul Fitri Tahun 1442 Hijriyah/2021 di Saat Pandemi *COVID-19* Tentang Penetapan Besaran Harga Pembelian Vaksin Produksi Sinopharm Melalui Penunjukan PT Bio Farma (Persero) Dalam Pelaksanaan Pengadaan Vaksin *Corona Virus Disease 2019 (COVID-19)* dan Tarif Maksimal Pelayanan Untuk Pelaksanaan Vaksinasi Gotong Royong
- Keputusan Menteri Kesehatan No. HK.01.07-MENKES-4641-2021 Tentang Panduan Pelaksanaan Pemeriksaan, Pelacakan, Karantina, Isolasi Dalam Pencegahan *COVID-19*
- Surat Edaran Menteri Agama Nomor: SE 11 Tahun 2021 Tentang Panduan Penyelenggaraan Puja BHAKTI/SEMBAHYANG dan DHARMASANTI Hari Raya TRI SUCI WAISAK 2565 Tahun BUDDHIS/2021 di saat Pandemi *COVID-19*.
- Perpanjangan Masa Berlaku Addendum Surat Edaran Kasatgas Nomor 13 Tahun 2021 Tentang Peniadaan Mudik Hari Raya Idul Fitri Tahun 1442 Hijriah dan Upaya Pengendalian Penyebaran *Corona Virus Disease 2019 (COVID-19)* Selama Bulan Suci Ramadhan 1442 Hijriah
- Peraturan Menteri Kesehatan Republik Indonesia Nomor 18 Tahun 2021 Tentang Perubahan Atas Peraturan Menteri Kesehatan Nomor 10 Tahun 2021 Tentang Pelaksanaan Vaksinasi Dalam Rangka Penanggulangan Pandemi *Corona Virus Disease 2019 (COVID-19)*.
- Surat Edaran Menteri Agama No 13 Tahun 2021 - Pembatasan Pelaksanaan Kegiatan Keagamaan di Rumah Ibadah
- Surat Edaran No Hk.02.02/I/ 1727 /2021 Tentang Vaksinasi Tahap 3 Bagi Masyarakat Rentan Serta Masyarakat Umum Lainnya Dan Pelaksanaan Vaksinasi COVID-19 Bagi Anak Usia 12-17 Tahun
- Instruksi Menteri Dalam Negeri Nomor 15 Tahun 2021 Tentang Pemberlakuan Pembatasan Kegiatan Masyarakat Darurat *Corona Virus Disease 2019* di Wilayah Jawa dan Bali
- Keputusan Menkes RI Nomo HK.01.07/MENKES/4829/2021 tentang Pedoman Pelayanan Kesehatan Melalui Telemedicine Pada Masa Pandemi *Corona Virus Disease 2019 (COVID-19)*

- Instruksi Menteri Dalam Negeri Nomor 18 Tahun 2021 Tentang Perubahan Kedua Instruksi Menteri Dalam Negeri Nomor 15 Tahun 2021 Tentang Pemberlakuan Pembatasan Kegiatan Masyarakat Darurat *Corona Virus Disease 2019* di Wilayah Jawa dan Bali.
- Peraturan Menteri Kesehatan Republik Indonesia Nomor 19 Tahun 2021 Tentang perubahan kedua atas peraturan menteri kesehatan nommor 10 tahun 2021 tentang pelaksanaan VAKSINASI dalam rangka penanggulangan pandemi *CORONA VIRUS DISEASE 2019 (COVID-19)*
- Surat Edaran Ketua Satuan Tugas Nomor 15 Tahun 2021 Tentang Pembatasan Aktivitas Masyarakat Selama Libur Hari Raya Idul Adha 1442 Hijriah Dalam Masa Pandemi *Corona Virus Disease 2019 (COVID-19)*.
- Surat Edaran Menteri Dalam Negeri Nomor 440/3929/SJ Tentang Penertiban Pelaksanaan Pemberlakuan Pembatasan Kegiatan Masyarakat dan Percepatan Pemberian Vaksin Bagi Masyarakat.
- Instruksi Menteri Dalam Negeri Nomor 22 Tahun 2021 Tentang Pemberlakuan Pembatasan Kegiatan Masyarakat Level 4 Corona Virus Disease 2019 di Wilayah Jawa dan Bali.
- Instruksi Menteri Dalam Negeri Nomor 26 Tahun 2021 Tentang Pemberlakuan Pembatasan Kegiatan Masyarakat Level 3, Level 2 dan Level 1 Serta Mengoptimalkan Posko Penanganan Corona Virus Disease 2019 di Tingkat Desa dan Kelurahan untuk Pengendalian Penyebaran Corona Virus Disease 2019.
- Instruksi Menteri Dalam Negeri Nomor 25 Tahun 2021 Tentang Pemberlakuan Pembatasan Kegiatan Masyarakat Level 4 Corona Virus Disease 2019 di Wilayah Sumatera, Kalimantan, Sulawesi, Nusa Tenggara, Maluku dan Papua
- Instruksi Menteri Dalam Negeri Nomor 24 Tahun 2021 Tentang Pemberlakuan Pembatasan Kegiatan Masyarakat Level 4 dan Level 3 Corona Virus Disease 2019 di Wilayah Jawa dan Bali.
- Surat Edaran Bersama Nomor 440/4066/SJ Nomor HK.01.O8/Menkes/930/2021 Tentang Percepatan Pemberian Insentif Bagi Tenaga Kesehatan di Daerah Yang Menangani Corona Virus Disease 2019
- Surat Edaran Kasatgas Nomor 2 Tahun 2020 Tentang Pembentukan Satuan Tugas Penanganan COVID-19 Daerah.

- Surat Edaran HK.02.01/I/2007/2021 Tentang Vaksinasi COVID-19 Bagi Ibu Hamil dan Penyesuaian Skrining Dalam Pelaksanaan Vaksinasi COVID-19.
- Inmendagri No 27 Tahun 2021 Tentang Pemberlakuan Pembatasan Kegiatan Masyarakat Level 4, Level 3, Dan Level 2 Corona Virus Disease 2019 Di Wilayah Jawa Dan Bali
- Inmendagri No 28 Tahun 2021 tentang PPKM Level 4 Non Jawa Bali
- Inmendagri No 29 Tahun 2021 tentang PPKM Level 3, Level 2 dan Level 1
- Surat Edaran Nomor HK.02.02/III/15242/2021 Tentang Pelaksanaan *Vaksinasi Corona Virus Disease 2019 (COVID-19)* Bagi Masyarakat Rentan Dan Masyarakat Lainnya Yang Belum Memiliki Nomor Induk Kependudukan.
- Tentang Pemberlakuan Pembatasan Kegiatan Masyarakat Level 4, Level 3 dan Level 2 *Corona Virus Disease 2019* di Wilayah Jawa dan Bali.
- Instruksi Menteri Dalam Negeri Nomor 31 Tahun 2021 Tentang Pemberlakuan Pembatasan Kegiatan Masyarakat Level 4 *Corona Virus Disease 2019* di Wilayah Sumatera, Kalimantan, Sulawesi, Nusa Tenggara, dan Papua.
- Instruksi Menteri Dalam Negeri Nomor 32 Tahun 2021 Tentang Pemberlakuan Pembatasan Kegiatan Masyarakat Level 3, Level 2 dan Level 1 Serta Mengoptimalkan Posko Penanganan *Corona Virus Disease 2019* di Tingkat Desa dan Kelurahan Untuk Pengendalian Penyebaran *Corona Virus Disease 2019*.
- Surat Edaran Nomor: HK.02.02/I/2845/2021 Tentang Batas Tarif Tertinggi Pemeriksaan *Reserve Transcription Polymerase Chain Reaction (RT-PCR)*.
- Keputusan Menteri Kesehatan Republik Indonesia Nomor HK.01.07/MENKES/5671/2021 Tentang Manajemen Klinis Tata Laksana *CORONA VIRUS DISEASE 2019 (COVID-19)* di Fasilitas Pelayanan Kesehatan.
- Surat Edaran Sekjen Kemenkes Nomor HK.02.02/III/10459/2021 Tentang Mitigasi Dampak Pemberitaan Kejadian Ikutan Pasca Vaksinasi *COVID-19*.
- Surat Edaran Kasatgas Nomor 19 Tahun 2021 Tentang Pembentukan Dan Optimalisasi Satuan Tugas Protokol Kesehatan Memakai Masker, Menjaga Jarak, Dan Mencuci Tangan Fasilitas Publik dalam Rangka Penanganan Pandemi *Corona Virus Desease 2019 (COVID-19)*
- Keputusan Ketua Satuan Tugas Penanganan *COVID-19* Nomor 12 Tahun 2021 Tentang Pintu Masuk (Entry Point), Tempat Karantina, dan Kewajiban *RT-PCR* Bagi Warga Negara Indonesia Pelaku Perjalanan Internasional.

- Keputusan Ketua Satuan Tugas Penanganan *COVID-19* Nomor 13 Tahun 2021 Tentang pintu masuk (*Entry Point*), Tempat Karantina, dan Kewajiban *RT-PCR* Bagi Warga Negara Indonesia Pelaku Perjalanan International Ketua Satuan Tugas Penanganan *COVID-19*.
- Surat Edaran HK.02.01/I/2524/2021 Tentang Vaksinasi *COVID-19* Bagi Penyintas
- Instruksi Menteri Dalam Negeri Nomor 46 Tahun 2021 Tentang Penyelenggaraan Pekan Olahraga Nasional XX Di Provinsi Papua Tahun 2021
- Keputusan Menteri Hukum dan Hak Asasi Manusia Republik Indonesia Nomor M.HH-03.GR.01.05 Tahun 2021 Tentang Perubahan Atas Keputusan Menteri Hukum dan Hak Asasi manusia Nomor M.HH-02.GR.01.05 Tahun 2021 Tentang Jenis Kegiatan Orang Aasing Dalam Rangka Pemberian Visa Selama Masa penanganan Penyebaran *CORONA VIRUS DISEASE 2019* dan Pemulihan Ekonomi Nasional
- Surat Edaran Satuan Tugas Nasional Penanganan *COVID-19* Nomor 20 Tahun 2021 tentang Protokol Kesehatan Perjalanan Internasional pada Masa Pandemi *COVID-19* (SE-20/2021) dalam rangka penanganan pandemi *COVID-19* dan pemulihan ekonomi nasional, serta pilot project pembukaan kembali sektor pariwisata, maka diperlukan penyesuaian mekanisme mobilitas dan pengaturan protokol kesehatan bagi pelaku perjalanan internasional.
- Keputusan Ketua Satuan Tugas Penanganan *COVID-19* Nomor 15 Tahun 2021 Tentang 19 Negara Asing Warga Negaranya Diizinkan Datang ke Indonesia
- Surat Edaran MENPAN No 26 TAHUN 2021 - Pembatasan Cuti Nataru ASN Tentang Pembatasan Kegiatan Bepergian ke Luar Daerah dan/atau Cuti Bagi Pegawai Aparatur Sipil Negara Selama Periode Hari Raya Natal Tahun 2021 dan Tahun Baru 2022 Dalam Masa Pandemi *Corona Virus Disease 2019*.
- Surat Edaran Dirjen Imigrasi Kemenkumham Nomor Imi-0269.GR.01.01 Tahun 2021 Tentang Pembatasan Sementara Orang Asing Yang Pernah Tinggal dan/atau Mengunjungi Wilayah Beberapa Negara Tertentu Untuk Masuk Wilayah Indonesia Dalam Rangka Pencegahan Penyebaran Varian Baru *COVID-19 B.1.1.52*
- Surat Edaran Kasatgas Nomor 24 Tahun 2021 Tentang Pengaturan Aktivitas dan Mobilitas Masyarakat Selama Periode Natal Tahun 2021 dan Tahun Baru 2022 Dalam Masa Pandemi *Corona Virus Disease 2019 (COVID-19)*.

- Surat Edaran Menteri Agama Nomor SE. 31 Tahun 2021 Tentang Pencegahan dan Penanggulangan *Corona Virus Disease 2019 (COVID-19)* Pada Saat Perayaan Natal Tahun 2021.
- Instruksi Menteri Dalam Negeri Nomor 66 Tahun 2021 Tentang Pencegahan dan Penanggulangan *Corona Virus Disease 2019* Pada Saat Natal Tahun 2021 dan Tahun Baru Tahun 2022.
- Keputusan Menteri Kesehatan Republik Indonesia Nomor HK.01.07/MENKES/6688/2021 Tentang Pelaksanaan Vaksinasi *Corona Virus Disease 2019 (COVID-19)* Bagi Anak Usia 6 (Enam) Sampai Dengan 11 (Sebelas) Tahun
- Surat Edaran Sesjen Kemendikbudristek No 32 Tahun 2021 Tentang Penyelenggaraan Pembelajaran Menjelang Libur Natal 2021 dan Tahun Baru 2022 Dalam Rangka Pencegahan dan Penanggulangan *CORONA VIRUS DISEASE 2019 (COVID-19)*.
- Surat Edaran Menparekraf Nomor SE/2/M-K/2021 Tentang Aktivitas Usaha dan Destinasi Pariwisata Pada Saat Perayaan Natal 2021 dan Tahun Baru 2022.
- Surat Edaran Mendagri Nomor 440/7183/SJ Tentang Pencegahan dan Penanggulangan *Corona Virus Disease 2019* Varian *Omicron* Serta Penegakan Penggunaan Aplikasi PeduliLindungi.
- SKB 4 Menteri Tentang Panduan Penyelenggaraan Pembelajaran di Masa Pandemi *Corona Virus Disease 2019 (COVID-19)*
- Keputusan Presiden Republik Indonesia Nomor 24 Tahun 2021 Tentang Penetapan Status Faktual Pandemi *Corona Virus Disease 2019 (COVID-19)* di Indonesia.
- Surat Edaran Sesjen Kemendikbudristek No 32 Tahun 2021 Tentang Penyelenggaraan Pembelajaran Menjelang Libur Natal 2021 dan Tahun Baru 2022 Dalam Rangka Pencegahan dan Penanggulangan *CORONA VIRUS DISEASE 2019 (COVID-19)*.
- Surat Edaran Menparekraf Nomor SE/2/M-K/2021 Tentang Aktivitas Usaha dan Destinasi Pariwisata Pada Saat Perayaan Natal 2021 dan Tahun Baru 2022.
- Surat Edaran Mendagri Nomor 440/7183/SJ Tentang Pencegahan dan Penanggulangan *Corona Virus Disease 2019* Varian *Omicron* Serta Penegakan Penggunaan Aplikasi PeduliLindungi.
- SKB 4 Menteri Tentang Panduan Penyelenggaraan Pembelajaran di Masa Pandemi *Corona Virus Disease 2019 (COVID-19)*
- Keputusan Presiden Republik Indonesia Nomor 24 Tahun 2021 Tentang Penetapan Status Faktual Pandemi *Corona Virus Disease 2019 (COVID-19)* di Indonesia.

- Surat Edaran Nomor HK.02.01/Menkes/1391/2021 Tentang Pencegahan dan Pengendalian Kasus *COVID-19* Varian *Omicron (B.1.1.529)*.
- Surat Edaran Dirjen Pencegahan dan Pengendalian Penyakit Nomor: HK.02.02/II/252/2022 tentang Vaksinasi *COVID-19* Dosis Lanjutan (*booster*)
- Tindak Lanjut Pelaksanaan Vaksinasi *COVID-19* Pada Anak Usia 6-11 Tahun dan Penggunaan Vaksin *COVID-19 Sinovac*
- Surat Edaran Menkes Nomor HK.02.01/Menkes/18/2022 Tentang Pencegahan dan Pengendalian Kasus *COVID-19* Varian *Omicron (B.1.1.529)*
- Peraturan Menteri Kesehatan Republik Indonesia Nomor 23 Tahun 2021 Tentang Peraturan Ketiga Atas Peraturan Menteri Kesehatan Nomor 10 Tahun 2021 Tentang Pelaksanaan Vaksinasi Dalam Rangka Penanggulangan Pandemi *Corona Virus Disease 2019 (COVID-19)*
- Keputusan Menteri Kesehatan Republik Indonesia Nomor HK.01.07/Menkes/6424/2021 Tentang Petunjuk Teknis Pelaksanaan Vaksinasi Dalam Rangka Penanggulangan Pandemi *Corona Virus Disease 2019 (COVID-19)*
- Surat Edaran Menteri Agama Nomor: SE.02 Tahun 2022 Tentang Penerapan Protokol Kesehatan Dalam Penyelenggaraan Rangkaian Ibadah Hari Raya Tahun Baru Imlek 2573 Kongzili.
- Surat Edaran Mendikbudristek Nomor 2 Tahun 2022 Tentang Diskresi Pelaksanaan Keputusan Bersama 4 (Empat) Menteri Tentang Panduan Penyelenggaraan Pembelajaran di Masa Pandemi *Corona Virus Disease 2019 (COVID-19)*.
- Surat Edaran Kasatgas Nomor 5 Tahun 2022 Tentang Protokol Kesehatan Sistem BUBBLE Pada Kegiatan MOTOGP 2022 di Mandalika Dalam Masa Pandemi *CORONA VIRUS DISEASE 2019 (COVID-19)*
- Surat Edaran Menteri PANRB Nomor 04 Tahun 2022 Tentang Pemanfaatan Gedung Pusat Pendidikan dan Pelatihan Instansi Pemerintah Sebagai Fasilitas Isolasi Terpusat Pasien *Corona Virus Disease 2019*.
- Surat Edaran Kasatgas Nomor 6 Tahun 2022 Tentang Protokol Kesehatan Sistem Bubble Pada Rangkaian Kegiatan Pertemuan G20 di Indonesia Dalam Masa Pandemi *Corona Virus Disease 2019 (COVID-19)*
- Surat Edaran Kasatgas Nomor 8 Tahun 2022 Tentang Protokol Kesehatan Mekanisme Sistem Bubble di Bali Dalam Masa Pandemi *Corona Virus Disease 2019 (COVID-19)*

- Surat Edaran Mendagri Nomor: 003/2219/SJ Tentang Pelaksanaan Halal Bihalal Pada Perayaan IdulFitri 1443 H/2022.
- SE terkait Penambahan Regimen Vaksinasi *COVID-19* Dosis Lanjutan (*Booster*) bagi sasaran yang mendapat vaksin primer *Sinovac*
- SE terkait Penambahan Regimen Vaksinasi *COVID-19* Dosis Lanjutan (*Booster*) bagi sasaran yang mendapat vaksin primer *Sinovac* dan *Sinopharm*
- Surat Edaran Kasatgas Nomor 20 Tahun 2022 Tentang Protokol Kesehatan Pada Pelaksanaan Kegiatan Berskala Besar Dalam Masa Pandemi *Corona Virus Disease 2019 (COVID-19)*.
- Surat Edaran Menteri Agama Nomor SE. 10 Tahun 2022 Tentang Panduan Penyelenggaraan Salat Hari Raya Idul Adha dan Pelaksanaan Kurban Tahun 1443 Hijriah / 2022 Masehi.
- Surat Edaran Dirjen P2P Kemenkes Nomor HK.02.02/C/3615/2022 Tentang Vaksinasi *COVID-19* Dosis *Booster* ke-2 Bagi Sumber Daya Manusia Kesehatan.
- Surat Edaran Mendikbudristek Nomor 7 Tahun 2022 Tentang Diskresi Pelaksanaan Keputusan Bersama 4 (Empat) Menteri Tentang Panduan Penyelenggaraan Pembelajaran di Masa Pandemi *Coronavirus Disease 2019 (COVID-19)*.
- SE Terkait Regimen Vaksinasi *COVID-19* Dosis Lanjutan Kedua (*Booster Ke-2*) Bagi Sumber Daya Manusia Kesehatan (SDM Kesehatan)
- Surat Edaran Kasatgas Nomor 24 Tahun 2022 Tentang Ketentuan Perjalanan Orang Dalam Negeri Dalam Masa Pandemi *Corona Virus Disease 2019 (COVID-19)*.
- Surat Edaran Kasatgas Nomor 25 Tahun 2022 Tentang Protokol Kesehatan Perjalanan Luar Negeri Pada Masa Pandemi *Corona Virus Disease 2019 (COVID-19)*.
- Surat Edaran Dirjen P2P Kemenkes Nomor HK.02.02/C/5565/2022 Tentang Vaksinasi *COVID-19* Dosis *Booster* ke-2 Bagi Kelompok Lanjut Usia.
- Surat Edaran Menteri Agama Nomor SE. 15 Tahun 2022 Tentang Perayaan Natal Tahun 2022 Pada Masa Pandemi *Corona Virus Disease 2019*.
- Surat Edaran Dirjen Pelayanan Kesehatan Kemenkes Nomor : HK.02.02/II/3984/2022 Tentang Kesiapsiagaan Menghadapi Libur Hari Raya Natal Tahun 2022 dan Tahun Baru 2023.
- Surat Edaran Dirjen P2P Kemenkes Nomor : SR.03.04/C/5903/2022 Tentang Penyelenggaraan Kesehatan Pada Situasi Khusus Perayaan Natal 2022 dan Tahun Baru

2023 di Kantor Kesehatan Pelabuhan (KKP) dan Balai Teknik Kesehatan Lingkungan dan Pengendalian Penyakit (BTKLPP)

- Surat Edaran Mendagri Nomor 400.10/8922/SJ Tentang Peningkatan Kesiapsiagaan Pemerintah Daerah Pada Saat Natal Tahun 2022 dan Tahun Baru 2023.
- Surat Edaran Dirjen P2P Kemenkes Nomor HK.02.02/C/380/2023 Tentang Vaksinasi *COVID-19* Dosis *Booster* ke-2 Bagi Kelompok Masyarakat Umum.
- Surat Edaran Kasatgas Nomor 1 Tahun 2023 Surat Edaran Kasatgas Nomor 1 Tahun 2023 Tentang Protokol Kesehatan Pada Masa Transisi Endemi *CORONA VIRUS DISEASE 2019 (COVID-19)*.
- Keputusan Presiden Republik Indonesia Nomor 17 Tahun 2023 Tentang Penetapan Berakhirnya Status Pandemi *Corona Virus Disease 2019 (COVID-19)* di Indonesia.
- Peraturan Presiden Republik Indonesia Nomor 48 Tahun 2023 Tentang Pengakhiran Penanganan Pandemi *Corona Virus Disease 2019 (COVID-19)*.

Kode Etik Jurnalistik

Berdasarkan keputusan Dewan Pers Indonesia, berikut isi-isi dari kode etik jurnalistik yaitu:

Pasal 1. Wartawan Indonesia bersikap independen, menghasilkan berita yang akurat, berimbang dan tidak beritikad buruk.

Pasal 2. Wartawan Indonesia menempuh cara-cara yang profesional dalam melaksanakan tugas jurnalistik

Pasal 3. Wartawan Indonesia selalu menguji informasi, memberikan secara berimbang, tidak mencampurkan fakta dan opini yang menghakimi, serta menerapkan asas praduga tak bersalah.

Pasal 4. Wartawan Indonesia tidak membuat berita bohong, fitnah, sadis dan cabul.

Pasal 5. Wartawan Indonesia tidak menyebutkan dan menyiarkan identitas korban kejahatan susila dan tidak menyebutkan identitas anak yang menjadi pelaku kejahatan.

Pasal 6. Wartawan Indonesia tidak menyalahgunakan profesi dan tidak menerima suap.

Pasal 7. Wartawan Indonesia memiliki hak tolak untuk melindungi narasumbernya yang tidak bersedia diketahui identitas maupun keberadaannya, menghagai ketentuan embargo, informasi latar belakang dan “*off the record*” sesuai dengan kesepakatan.

Pasal 8. Wartawan Indonesia tidak menuliskan atau menyiarkan berita berdasarkan prasangka atau diskriminasi terhadap seseorang atau dasar perbedaan suku, ras, warna kulit, agama, jenis kelamin, dan bahasa serta tidak merendahkan martabat orang lemah, miskin, sakit, cacat jiwa atau cacat jasmani.

Pasal 9. Wartawan Indonesia menghormati hak narasumber tentang kehidupan pribadinya, kecuali untuk kepentingan publik.

Pasal 10. Wartawan Indonesia segera mencabut, meralat dan memperbaiki berita yang keliru dan tidak akurat disertai dengan permintaan maaf kepada pembaca, pendengar dan atau pemirsa.

Pasal 11. Wartawan Indonesia melayani hak jawab dan hak koreksi secara proporsional.

UU Nomor 40 Tahun 1999

BAB 1. KETENTUAN UMUM

Pasal 1

Dalam Undang-undang ini, yang dimaksud dengan :

1. Pers adalah lembaga sosial dan wahana komunikasi massa yang melaksanakan kegiatan jurnalistik meliputi mencari, memperoleh, memiliki, menyimpan, mengolah, dan menyampaikan informasi baik dalam bentuk tulisan, suara, gambar, suara dan gambar, serta data dan grafik maupun dalam bentuk lainnya dengan menggunakan media cetak, media elektronik, dan segala jenis saluran yang tersedia.
2. Perusahaan pers adalah badan hukum Indonesia yang menyelenggarakan usaha pers meliputi perusahaan media cetak, media elektronik, dan kantor berita, serta perusahaan media lainnya yang secara khusus menyelenggarakan, menyiarkan, atau menyalurkan informasi.
3. Kantor berita adalah perusahaan pers yang melayani media cetak, media elektronik, atau media lainnya serta masyarakat umum dalam memperoleh informasi.
4. Wartawan adalah orang yang secara teratur melaksanakan kegiatan jurnalistik.

5. Organisasi pers adalah organisasi wartawan dan organisasi perusahaan pers.
6. Pers nasional adalah pers yang diselenggarakan oleh perusahaan pers Indonesia.
7. Pers asing adalah pers yang diselenggarakan oleh perusahaan pers asing.
8. Penyensoran adalah penghapusan secara paksa sebagian atau seluruh materi informasi yang akan diterbitkan atau disiarkan, atau tindakan teguran atau peringatan yang bersifat mengancam dari pihak manapun, dan atau kewajiban melapor, serta memperoleh izin dari pihak berwajib, dalam pelaksanaan kegiatan jurnalistik.
9. Pembredelan atau pelarangan penyiaran adalah penghentian penerbitan dan peredaran atau penyiaran secara paksa atau melawan hukum.
10. Hak Tolak adalah hak wartawan karena profesinya, untuk menolak mengungkapkan nama atau identitas lainnya dari sumber berita yang harus dirahasiakannya.
11. Hak Jawab adalah hak seseorang atau sekelompok orang untuk memberikan tanggapan atau sanggahan terhadap pemberitaan berupa fakta yang merugikan nama baiknya.
12. Hak Koreksi adalah hak setiap orang untuk mengoreksi atau memberitahukan kekeliruan informasi yang diberitakan oleh pers, baik tentang dirinya maupun tentang orang lain.
13. Kewajiban Koreksi adalah keharusan melakukan koreksi atau ralat terhadap suatu informasi, data, fakta, opini, atau gambar yang tidak benar yang telah diberitakan oleh pers yang bersangkutan.
14. Kode Etik Jurnalistik adalah himpunan etika profesi kewartawanan.

BAB II

ASAS, FUNGSI, HAK, KEWAJIBAN DAN PERANAN PERS

Pasal 2

Kemerdekaan pers adalah salah satu wujud kedaulatan rakyat yang berasaskan prinsip-prinsip demokrasi, keadilan, dan supremasi hukum.

Pasal 3

(1) Pers nasional mempunyai fungsi sebagai media informasi, pendidikan, hiburan, dan kontrol sosial.

(2) Di samping fungsi-fungsi tersebut ayat (1), pers nasional dapat berfungsi sebagai lembaga ekonomi.

Pasal 4

(1) Kemerdekaan pers dijamin sebagai hak asasi warga negara.

(2) Terhadap pers nasional tidak dikenakan penyensoran, pembredelan atau pelarangan penyiaran.

(3) Untuk menjamin kemerdekaan pers, pers nasional mempunyai hak mencari, memperoleh, dan menyebarkan gagasan dan informasi.

(4) Dalam mempertanggungjawabkan pemberitaan di depan hukum, wartawan mempunyai Hak Tolak.

Pasal 5

(1) Pers nasional berkewajiban memberikan peristiwa dan opini dengan menghormati norma-norma agama dan rasa kesusilaan masyarakat serta asas praduga tak bersalah.

(2) Pers wajib melayani Hak Jawab.

(3) Pers wajib melayani Hak Koreksi.

Pasal 6

Pers nasional melaksanakan peranan sebagai berikut:

a. memenuhi hak masyarakat untuk mengetahui;

b. menegakkan nilai-nilai dasar demokrasi, mendorong terwujudnya supremasi hukum, dan Hak Asasi Manusia, serta menghormati kebhinekaan;

c. mengembangkan pendapat umum berdasarkan informasi yang tepat, akurat, dan benar;

d. melakukan pengawasan, kritik, koreksi, dan saran terhadap hal-hal yang berkaitan dengan kepentingan umum;

c. memperjuangkan keadilan dan kebenaran.

BAB III WARTAWAN

Pasal 7

(1) Wartawan bebas memilih organisasi wartawan.

(2) Wartawan memiliki dan menaati Kode Etik Jurnalistik.

Pasal 8

Dalam melaksanakan profesinya wartawan mendapat perlindungan hukum.

BAB IV PERUSAHAAN PERS PRESIDEN

Pasal 9

(1) Setiap warga negara Indonesia dan negara berhak mendirikan perusahaan pers.

(2) Setiap perusahaan pers harus berbentuk badan hukum Indonesia.

Pasal 10

Perusahaan pers memberikan kesejahteraan kepada wartawan dan karyawan pers dalam bentuk kepemilikan saham dan atau pembagian laba bersih serta bentuk kesejahteraan lainnya.

Pasal 11

Penambahan modal asing pada perusahaan pers dilakukan melalui pasar modal.

Pasal 12

Perusahaan pers wajib mengumumkan nama, alamat dan penanggung jawab secara terbuka melalui media yang bersangkutan; khusus untuk penerbitan pers ditambah nama dan alamat percetakan.

Pasal 13

Perusahaan pers dilarang memuat iklan:

a. yang berakibat merendahkan martabat suatu agama dan atau mengganggu kerukunan hidup antarumat beragama, serta bertentangan dengan rasa kesusilaan masyarakat;

b. minuman keras, narkotika, psikotropika, dan zat adiktif lainnya

sesuai dengan ketentuan peraturan perundang-undangan yang berlaku;

c. peragaan wujud rokok dan atau penggunaan rokok.

Pasal 14

Untuk mengembangkan pemberitaan ke dalam dan ke luar negeri, setiap warga negara Indonesia dan negara dapat mendirikan kantor berita.

BAB V DEWAN PERS

Pasal 15

(1) Dalam upaya mengembangkan kemerdekaan pers dan meningkatkan kehidupan pers nasional, dibentuk Dewan Pers yang independen.

(2) Dewan Pers melaksanakan fungsi-fungsi sebagai berikut :

- a. melindungi kemerdekaan pers dari campur tangan pihak lain;
- b. melakukan pengkajian untuk pengembangan kehidupan pers;
- c. menetapkan dan mengawasi pelaksanaan Kode Etik Jurnalistik;
- d. memberikan pertimbangan dan mengupayakan penyelesaian pengaduan masyarakat atas kasus-kasus yang berhubungan dengan pemberitaan pers;
- e. mengembangkan komunikasi antara pers, masyarakat, dan pemerintah;
- f. memfasilitasi organisasi-organisasi pers dalam menyusun peraturan-peraturan di bidang pers dan meningkatkan kualitas profesi kewartawanan;
- g. mendata perusahaan pers.

(3) Anggota Dewan Pers terdiri dari :

- a. wartawan yang dipilih oleh organisasi wartawan;
- b. pimpinan perusahaan pers yang dipilih oleh organisasi perusahaan pers;
- c. tokoh masyarakat, ahli di bidang pers dan atau komunikasi wartawan dan organisasi perusahaan pers.

(4) Ketua dan Wakil Ketua Dewan Pers dipilih dari dan oleh anggota.

(5) Keanggotaan Dewan Pers sebagaimana dimaksud dalam ayat (3) pasal ini ditetapkan dengan Keputusan Presiden.

(6) Keanggotaan Dewan Pers berlaku untuk masa tiga tahun dan sesudah itu hanya dapat dipilih kembali untuk satu periode berikutnya.

(7) Sumber pembiayaan Dewan Pers berasal dari:

- a. organisasi pers;
- b. perusahaan pers;
- c. bantuan dari negara dan bantuan lain yang tidak mengikat.

BAB VI

PERS ASING

Pasal 16

Peredaran pers asing dan pendirian perwakilan perusahaan pers asing di Indonesia disesuaikan dengan ketentuan peraturan perundang-undangan yang berlaku.

BAB VII

PERAN SERTA MASYARAKAT

Pasal 17

(1) Masyarakat dapat melakukan kegiatan untuk mengembangkan kemerdekaan pers dan menjamin hak memperoleh informasi yang diperlukan.

(2) Kegiatan sebagaimana dimaksud dalam ayat (1) dapat berupa:

- a. memantau dan melaporkan analisis mengenai pelanggaran hukum, etika, dan kekeliruan teknis pemberitaan yang dilakukan oleh pers;
- b. menyampaikan usulan dan saran kepada Dewan Pers dalam rangka menjaga dan meningkatkan kualitas pers nasional.

Regulasi Pedoman Medi Siber

Ruang Lingkup

- Media Siber adalah segala bentuk media yang menggunakan wahana internet dan melaksanakan kegiatan jurnalistik, serta memenuhi persyaratan Undang-Undang Pers dan Standar Perusahaan Pers yang ditetapkan Dewan Pers.
- Isi Buatan Pengguna (*User Generated Content*) adalah segala isi yang dibuat dan atau dipublikasikan oleh pengguna media siber, antara lain, artikel, gambar, komentar, suara, video dan berbagai bentuk unggahan yang melekat pada media siber, seperti blog, forum, komentar pembaca atau pemirsa, dan bentuk lain.

Verifikasi dan keberimbangan berita

- Pada prinsipnya setiap berita harus melalui verifikasi.

- Berita yang dapat merugikan pihak lain memerlukan verifikasi pada berita yang sama untuk memenuhi prinsip akurasi dan keberimbangan.

Ketentuan dalam butir (a) di atas dikecualikan, dengan syarat:

- Berita benar-benar mengandung kepentingan publik yang bersifat mendesak;
- Sumber berita yang pertama adalah sumber yang jelas disebutkan identitasnya, kredibel dan kompeten;
- Subyek berita yang harus dikonfirmasi tidak diketahui keberadaannya dan atau tidak dapat diwawancarai;
- Media memberikan penjelasan kepada pembaca bahwa berita tersebut masih memerlukan verifikasi lebih lanjut yang diupayakan dalam waktu secepatnya. Penjelasan dimuat pada bagian akhir dari berita yang sama, di dalam kurung dan menggunakan huruf miring.
- Setelah memuat berita sesuai dengan butir (c), media wajib meneruskan upaya verifikasi, dan setelah verifikasi didapatkan, hasil verifikasi dicantumkan pada berita pemutakhiran (update) dengan tautan pada berita yang belum terverifikasi.

Isi Buatan Pengguna (User Generated Content)

- Media siber wajib mencantumkan syarat dan ketentuan mengenai Isi Buatan Pengguna yang tidak bertentangan dengan Undang-Undang No. 40 tahun 1999 tentang Pers dan Kode Etik Jurnalistik, yang ditempatkan secara terang dan jelas.
- Media siber mewajibkan setiap pengguna untuk melakukan registrasi keanggotaan dan melakukan proses log-in terlebih dahulu untuk dapat mempublikasikan semua bentuk Isi Buatan Pengguna. Ketentuan mengenai log-in akan diatur lebih lanjut.
- Media siber memiliki kewenangan mutlak untuk mengedit atau menghapus Isi Buatan Pengguna yang bertentangan dengan butir (c).
- Media siber wajib menyediakan mekanisme pengaduan Isi Buatan Pengguna yang dinilai melanggar ketentuan pada butir (c). Mekanisme tersebut harus disediakan di tempat yang dengan mudah dapat diakses pengguna.
- Media siber wajib menyunting, menghapus, dan melakukan tindakan koreksi setiap Isi Buatan Pengguna yang dilaporkan dan melanggar ketentuan butir (c), sesegera mungkin secara proporsional selambat-lambatnya 2 x 24 jam setelah pengaduan diterima.

- Media siber yang telah memenuhi ketentuan pada butir (a), (b), (c), dan (f) tidak dibebani tanggung jawab atas masalah yang ditimbulkan akibat pemuatan isi yang melanggar ketentuan pada butir (c).
- Media siber bertanggung jawab atas Isi Buatan Pengguna yang dilaporkan bila tidak mengambil tindakan koreksi setelah batas waktu sebagaimana tersebut pada butir (f).

Ralat, Koreksi, dan Hak Jawab

- Ralat, koreksi, dan hak jawab mengacu pada Undang-Undang Pers, Kode Etik Jurnalistik, dan Pedoman Hak Jawab yang ditetapkan Dewan Pers.
- Ralat, koreksi dan atau hak jawab wajib ditautkan pada berita yang diralat, dikoreksi atau yang diberi hak jawab.
- Di setiap berita ralat, koreksi, dan hak jawab wajib dicantumkan waktu pemuatan ralat, koreksi, dan atau hak jawab tersebut.

Bila suatu berita media siber tertentu disebarluaskan media siber lain, maka:

- Tanggung jawab media siber pembuat berita terbatas pada berita yang dipublikasikan di media siber tersebut atau media siber yang berada di bawah otoritas teknisnya;
- Koreksi berita yang dilakukan oleh sebuah media siber, juga harus dilakukan oleh media siber lain yang mengutip berita dari media siber yang dikoreksi itu;
- Media yang menyebarkan berita dari sebuah media siber dan tidak melakukan koreksi atas berita sesuai yang dilakukan oleh media siber pemilik dan atau pembuat berita tersebut, bertanggung jawab penuh atas semua akibat hukum dari berita yang tidak dikoreksinya itu.
- Sesuai dengan Undang-Undang Pers, media siber yang tidak melayani hak jawab dapat dijatuhi sanksi hukum pidana denda paling banyak Rp500. 000. 000 (Lima ratus juta rupiah).

Pencabutan Berita

- Berita yang sudah dipublikasikan tidak dapat dicabut karena alasan penyensoran dari pihak luar redaksi, kecuali terkait masalah SARA, kesusilaan, masa depan anak, pengalaman traumatis korban atau berdasarkan pertimbangan khusus lain yang ditetapkan Dewan Pers.

- Media siber lain wajib mengikuti pencabutan kutipan berita dari media asal yang telah dicabut.
- Pencabutan berita wajib disertai dengan alasan pencabutan dan diumumkan kepada publik.

Iklan

- Media siber wajib membedakan dengan tegas antara produk berita dan iklan.
- Setiap berita/artikel/isi yang merupakan iklan dan atau isi berbayar wajib mencantumkan keterangan "advertorial", "iklan", "ads", "sponsored", atau kata lain yang menjelaskan bahwa berita/artikel/isi tersebut adalah iklan.

Hak Cipta

Media siber wajib menghormati hak cipta sebagaimana diatur dalam peraturan perundang-undangan yang berlaku.

Pencantuman Pedoman

Media siber wajib mencantumkan Pedoman Pemberitaan Media Siber ini di medianya secara terang dan jelas.

Sengketa

Penilaian akhir atas sengketa mengenai pelaksanaan Pedoman Pemberitaan Media Siber ini diselesaikan oleh Dewan Pers. (Pedoman ini ditandatangani oleh Dewan Pers dan komunitas pers di Jakarta, 3 Februari 2012).

Data Karyawan Harian Jogja yang Mengikuti UKW

DOKUMENTASI FOTO



Gambar 1 dokumentasi saat wawancara dengan Pimpinan Redaksi



Gambar 2 dokumentasi wawancara dengan Wakil Pimpinan Redaksi



Gambar 3 dokumentasi bersama Koordinator Tim Digital



Gambar 4 dokumentasi bersama Redaktu Harian Jogja



Gambar 5 dokumentasi bersama Reporter Harian Jogja



Gambar 6 dokumentasi bersama Reporter Harian Jogja