



---

## Konglomerasi Media (Koran Kompas) ke Berita Digital Terhadap Masyarakat

**Srinandya Harum Caryarini**

Universitas Islam Negeri Syarif Hidayatullah Jakarta

**Firly Adibha**

Universitas Islam Negeri Syarif Hidayatullah Jakarta

**Muhammad Khairul Luthfi**

Universitas Islam Negeri Syarif Hidayatullah Jakarta

**Azzira Rachmadani Arfianti**

Universitas Islam Negeri Syarif Hidayatullah Jakarta

**Pia Khoirotun Nisa**

Universitas Islam Negeri Syarif Hidayatullah Jakarta

Alamat: Jl. Legoso Raya No.31, Pisangan, Kec.Ciputat Tim., Kota Tangerang Selatan, Banten  
15419, Indonesia

Korespondensi penulis: [srinandya.hc22@mhs.uinjkt.ac.id](mailto:srinandya.hc22@mhs.uinjkt.ac.id)

**Abstract.** *Media conglomeration is the union of various types of media into one large unit which is then controlled by one person. Media Conglomeration (Newspapers) to Digital News for Society is very significant in its changes. Because with digital news we can see changes in people's reading interest. Media Conglomeration (Newspapers) to Digital News on Society also affects several print media companies such as newspapers because interest is decreasing.*

**Keywords:** *Conglomeration, Media, News*

**Abstrak.** Konglomerasi media merupakan persatuan dari berbagai macam media menjadi satu kesatuan yang besar yang kemudian dikendalikan oleh satu orang. Konglomerasi Media (Koran) ke Berita Digital Terhadap Masyarakat sangat signifikan terhadap perubahannya. Karena dengan adanya berita digital terlihat pada perubahan minat baca masyarakat. Konglomerasi Media (Koran) ke Berita Digital Terhadap Masyarakat juga mempengaruhi beberapa perusahaan media cetak seperti koran karena peminat yang menurun.

**Kata kunci:** Konglomerasi, Media, Berita.

### LATAR BELAKANG

Konglomerasi adalah sejumlah pelaku konglomerat yang menanamkan sahamnya pada tumbuhnya kelompok (grup) perusahaan dalam satu tangan, sedemikian

## **Konglomerasi Media (Koran Kompas) ke Berita Digital Terhadap Masyarakat**

rupa sehingga praktis seluruh kebijakan manajemen yang pokok ditentukan oleh satu pusat Assegaff, 1994:264).<sup>1</sup>

Menurut Anggito Abimanyu, konglomerasi adalah istilah dalam bisnis bisa diartikan sebagai bentuk usaha yang melakukan kegiatan usaha atau bisnis dalam berbagai macam bidang yang kurang terkait satu sama lain. Di Indonesia, khususnya pada negara berkembang, bisnis konglomerasi diasosikan dengan bisnis pemilikan keluarga (Abimayu, 1994:1).<sup>2</sup>

Pengertian konglomerasi media adalah menggabungkan perusahaan media untuk menciptakan perusahaan lebih besar yang melayani banyak media. Konglomerasi ini dilakukan dengan melakukan korpikasi dengan perusahaan media lain yang dianggap mempunyai visi yang sama. Pembentukan konglomerasi ini dengan cara kepemilikan saham, usaha patungan/merger, atau pembentukan kartel komunikasi besar melalui integrasi vertikal, integrasi horizontal, atau kepemilikan silang. Akibatnya kepemilikan media yang berpusat pada segelintir orang.<sup>3</sup>

Dalam hal ini, terjadilah konglomerasi media, yang dimana media massa penganekaragaman atau usaha untuk menghindari ketergantungan pada media massa kedalam bentuk yang berbeda beda. Oleh karena itu konglomerasi yang dilakukan oleh para pemilik media membuat masyarakat tidak memiliki cukup alternative, sehingga media massa yang ada di Indonesia sangat rentan digunakan untuk kepentingan kelompok.

Konglomerasi juga menambah kemungkinan para pemilik media massa untuk melakukan hegemoni melalui media yang dimiliki. Berbagai macam platform yang dimiliki oleh pemilik media massa dalam dalam satu grup memungkinkan banyak informasi yang diterima lewat berbagai macam bahasa dengan kepentingan yang sama. Ragam bahasa yang dikuasai oleh pemilik media membuat wacana yang muncul di masyarakat dibentuk sedemikian rupa melalui elaborasi dari media massa multi platform. Konglomerasi serta penguasaan informasi publik ini membuat masyarakat Indonesia terkepong akan berbagai kepentingan. Informasi-informasi yang beredar di public merupakan informasi yang memberitahu kepentingan dari pemilik media, sehingga publik tidak memiliki alternative informasi lain yang membebaskannya dari realita pemilik media massa yang berkepentingan.

### **LANDASAN TEORI**

#### **Teori Agenda Setting (Maxwell McCombs dan Donald L)**

Teori *Agenda Setting* diperkenalkan oleh Maxwell McCombs dan Donald L. Show dalam tulisan mereka yang berjudul "The Agenda Setting Function of Mass Media" yang telah diterbitkan dalam *Public Opinion Quarterly* pada tahun 1972 (Bungin, 2006:279).

---

<sup>1</sup> Assegaff, Djafar. *Konglomerasi Taipan, dan Koneksi*. Jakarta: Warta Ekonomi. h.194.

<sup>2</sup> Abimayu, Anggito. *Orientasi Usaha dan Kinerja Bisnis Konglomerasi" Seminar Nasional Industri Oligopoli dan Konglomerasi di Indonesia*. Yogyakarta.

<sup>3</sup> Intani, Retno. *Implementasi Manajemen Komisi Penyiaran Indonesia Dalam Mengawal Isi Siaran Televisi*. 2018.

Dalam teori *Agenda Setting*, McCombs dan Shaw menemukan audiens yang apresiatif dikalangan peneliti komunikasi massa. Hipotesis paparan selektif yang berlaku mengklaim bahwa orang hanya akan memperhatikan berita dan pandangan yang tidak mengancam keyakinan mereka yang mapan. Media dipandang hanya mengutamakan opini dan sikap yang sudah mengakar sebelumnya (Lock, *et al.*, 2020), setelah dua dekade mengecilkkan pengaruh surat kabar, majalah, radio, serta televisi.<sup>4</sup>

Teori *Agenda-Setting* mewakili *back to the basic* pendekatan riset komunikasi massa (McNair, 2011). Hipotesis memprediksi hubungan sebab akibat antara konten media dan persepsi pemilih. Meskipun mengeksplorasi kondisi dimana prioritas media yang paling berpengaruh, teori agenda-*setting* pada kemampuannya menunjukkan kecocokan antara agenda media dan agenda publik di kemudian hari (Lock, 2019).

McCombs dan Shaw yang awalnya juga sebagai penggagas munculnya teori *Agenda Setting* memberikan kritik dengan menggambarkan bahwa manusia adalah pasif sehingga dalam mengendalikan lingkungannya agenda media berpengaruh terhadap masyarakat.

Studi-studi ini menunjukkan bahwa agenda setting oleh media massa terjadi dalam beberapa kondisi. Akan tetapi, kondisi yang berlaku di negara industri dan di negara sedang berkembang mungkin berbeda. Di Indonesia, contoh fungsi agenda setting dalam pemberitaan media dan membawa pengaruh signifikan terhadap khalayak cukup banyak terjadi. Aplikasi teori *Agenda Setting* dalam penelitian Chapel Hill, adalah sebuah penelitian sistematis pertama hipotesis penentuan agenda dilakukan oleh McCombs dan Shaw (1972).<sup>5</sup>

Apabila disederhanakan, pengertian teori *agenda-setting*, yakni teori yang menggambarkan “kemampuan” (media berita) untuk mempengaruhi opini publik terhadap sebuah isu serta membuatnya menjadi penting. Studi tentang *agenda-setting* menggambarkan cara media mencoba mempengaruhi pemirsa dan membangun hierarki revalensi berita.

Pada penerapannya teori *agenda-setting* didasarkan pada konsep bahwa isu-isu yang diliput media adalah topik yang diinformasikan kepada publik dan membentuk opini mereka sendiri. Konsep tersebut terbuka bagi pemerintahan demokratis di mana kebebasan tertentu ada dan warga negara dapat dengan bebas mengekspresikan pendapatnya.

Saat ini, pendekatan komunikasi berbasis teori agenda-setting mulai banyak kembali diterapkan. Dalam dunia media digital dan publik daring yang terus berkembang, dinamika berbagai agenda politik serta isu sosial menjadi lebih kompleks, terutama karena media tradisional dan media sosial sama-sama berada pada platform daring. Keduanya sama-sama dapat diakses dan dianalisis pada rentang waktu akses yang sama.

Dua asumsi dasar yang paling mendasari penelitian tentang penentuan *Agenda Setting* adalah : 1) masyarakat pers dan massa media tidak mencerminkan kenyataan, mereka menyaring dan membentuk isu. 2) konsentrasi media massa hanya pada beberapa masalah

---

<sup>4</sup> Nurudin. *Pengantar Komunikasi Massa*. Jakarta. 2015. h.195.

<sup>5</sup> Hidayat, dkk. *Teori Komunikasi*. Cetakan pertama. 2022. h.107.

## Konglomerasi Media (Koran Kompas) ke Berita Digital Terhadap Masyarakat

masyarakat untuk ditayangkan sebagai isu-isu yang lebih penting daripada isu-isu lain (Littlejohn & Foss, 2007: 416)

*Agenda Setting* dibagi menjadi tiga sub area: agenda media, agenda public dan agenda kebijakan. Yang pertama agenda media yang merupakan penentuan isu yang dianggap penting diberitakan dalam media. Biasanya agenda media dituangkan dalam urutan prioritas pemberitaan. Yang kedua, agenda setting media sendiri merupakan studi yang menekankan pada konten media yang berhubungan dengan definisi isu, seleksi dan penekanan pada konten media yang berhubungan dengan isu, seleksi dan penekanan yang dilakukan media. Agenda ini dituangkan dalam urutan prioritas pemberitaan. Dan yang ketiga, agenda kebijakan berkaitan dengan elite, keputusan dan aksi (Rogers dan Dearing, 1988:566).<sup>6</sup> Agenda kebijakan ini terbentuk ketika pembuat kebijakan menyadari pentingnya isu tersebut.

Ketiga sub area tersebut sering digunakan untuk menggali seberapa besar kekuatan media dalam mengarahkan suatu isu. Pada perkembangannya, riset lebih banyak dilakukan pada area Agenda Setting.

Fungsi *Agenda Setting* bekerja pada media online. Pada media online tertentu, misalnya pada online newspaper masih terdapat gatekeeper atau orang yang berperan penting dalam media massa seperti surat kabar, majalah, televisi, radio, internet, dan lain sebagainya yang menentukan porsi atensi. Meskipun ada pendapat bahwa dalam media online akan terjadi kekaburan media gatekeeper karena perubahan keaktifan consumer media, namun pada online newspaper tersebut masih terdapat kebijakan editorial. Mereka mengganti cara lama yang berhubungan dengan kebijakan editorial yang mempengaruhi agenda publik.

Untuk lebih memperjelas tiga agenda (agenda media, agenda khalayak, dan agenda kebijakan) dalam teori agenda setting ini, ada beberapa dimensi yang berkaitan seperti yang dikemukakan oleh Mannheim (Severin dan Tankard Jr, 1992) sebagai berikut.

1. Agenda media terdiri dari dimensi-dimensi berikut.
  - a. Visibility (visibilitas), yakni jumlah dan tingkat menonjolnya berita.
  - b. Audience salience (tingkat menonjol bagi khalayak), yakni relevansi isi berita dengan kebutuhan khalayak.
  - c. Valence (valensi), yakni menyenangkan atau tidak menyenangkan cara pemberitaan bagi suatu peristiwa.
2. Agenda Khalayak, terdiri dari dimensi-dimensi berikut.
  - a. Familiarity (keakraban), yakni derajat kesadaran khalayak akan topik tertentu.
  - b. Personal salience (penonjolan pribadi), yakni relevansi kepentingan individu dengan ciri pribadi.

---

<sup>6</sup> Everett dan Dearing, JW, Rogers. "*Agenda Setting Research : Where has it been, where is it going?*. *Communication Yearbook II*. Beverly Hill: Sage Publication. 1988.

- c. Favorability (kesenangan), yakni pertimbangan senang atau tidak senang akan topik berita.
3. Agenda kebijakan terdiri dari dimensi-dimensi berikut.
    - a. Support (dukungan), yakni kegiatan menyenangkan bagi posisi suatu berita tertentu.
    - b. Likelihood of action (kemungkinan kegiatan), yakni kemungkinan pemerintah melaksanakan apa yang diibaratkan.
    - c. Freedom of action (kebebasan bertindak), yakni nilai kegiatan yang mungkin dilakukan pemerintah.

## **KAJIAN TEORITIS**

### **a. Konglomerasi**

Konglomerasi adalah sejumlah pelaku konglomerat yang menanamkan sahamnya pada tumbuhnya kelompok (grup) perusahaan dalam satu tangan, sedemikian rupa sehingga praktis seluruh kebijakan manajemen yang pokok ditentukan oleh satu pusat (Assegaf, 1994:264)<sup>7</sup>

Menurut Anggito Abimanyu, konglomerasi adalah istilah dalam bisnis bisa diartikan sebagai bentuk usaha yang melakukan kegiatan usaha atau bisnis dalam berbagai macam bidang yang kurang terkait satu sama lain. Di Indonesia, khususnya pada negara berkembang, bisnis konglomerasi diasosiasikan dengan bisnis pemilikan keluarga (Abimayu, 1994:1).<sup>8</sup>

Kemudian pengertian lain dari konglomerasi adalah penggabungan beberapa perusahaan sehingga menjadi perusahaan besar yang membawahi banyak perusahaan. Konglomerasi ini dilakukan dengan membentuk badan hukum dengan perusahaan lain yang dianggap mempunyai visi yang sama. Konglomerasi ini dapat dibentuk melalui kepemilikan saham, akuisisi, atau usaha patungan/merger.

### **b. Media**

Media massa terus berkembang dan alami peningkatan. Dari yang dulunya hanya media cetak, kini media elektronik mendapatkan tempat di hati masyarakat. Lambat laun media massa tidak hanya bertambah jumlahnya, tetapi juga menjalankan fungsi lain selain menyampaikan informasi dan menggunakan media massa sebagai institusi ekonomi. Peran media sebagai penyampaian informasi sudah tidak berlaku lagi, melainkan menjadi peran pendukung pemilik media dalam mengelola berbagai hal, termasuk pencitraan.<sup>9</sup>

Media merupakan sebuah kata yang berasal dari bahasa Latin sekaligus memiliki bentuk jamak atau sering disebut dengan medium. Sementara itu, kata media secara

---

<sup>7</sup> Assegaff, Djafar. Konglomerasi Taipan, dan Koneksi. Jakarta: Warta Ekonomi. h.194.

<sup>8</sup> Abimayu, Anggito. *Orientasi Usaha dan Kinerja Bisnis Konglomerasi*” Seminar Nasional Industri Oligopoli dan Konglomerasi di Indonesia. Yogyakarta.

<sup>9</sup> Harmonis, Noerdin, Setiawan. *Dampak Praktik Konglomerasi Media Terhadap Independensi dan Kebebasan Pemberitaan Media di Indonesia* 2023.

## **Konglomerasi Media (Koran Kompas) ke Berita Digital Terhadap Masyarakat**

harfiah memiliki arti perantara. Dalam hal ini, perantara yang dimaksud adalah adanya perantara antara sumber informasi atau pesan (a source) dan adanya penerima pesan atau informasi (a receiver). Maka dari itu, sering sekali kita melihat media yang ada di kehidupan sehari-hari, seperti koran, artikel online, film, televisi, dan masih banyak lagi.

Media massa, yang secara tradisional diartikan sebagai media elektronik berupa radio, televisi, film, dan musik rekaman, serta media cetak berupa surat kabar, majalah, dan sastra populer, merupakan produk, pengalaman, praktik, dan proses. Mereka didorong secara ekonomi dan politik, keberadaannya erat kaitannya dengan penggunaan bahasa, sehingga relevan dengan perkembangan ilmu pengetahuan dan teknologi serta sebagian besar bidang kehidupan manusia.

### **c. Konglomerasi Media**

Konglomerasi media merupakan persatuan dari berbagai macam media menjadi satu kesatuan yang besar yang kemudian dikendalikan oleh satu orang. Hal ini terjadi karena mempunyai kesamaan visi dan misi, serta bagian-bagiannya digabungkan dan dikelola secara keseluruhan. Selain beberapa hal tersebut, terdapat satu hal yang tidak bisa dipisahkan bahkan menjadi sebuah komponen utama untuk mawadahi dari beberapa media tersebut yaitu media baru yang kemudian disebut internet. Pelaku industri media dapat memainkan semua media tersebut secara bersamaan melalui Internet. Bahkan saat ini banyak dikenal dengan siaran live streaming baik televisi maupun radio.

Konglomerasi media juga menjadi alat pengontrol atau pengendali banyak informasi dan produk media dengan itu mereka menghasilkan banyak keuntungan. Mereka sangat efisien dalam menciptakan informasi dan menyebarkannya melalui jaringan media seperti televisi, radio, dan media cetak dalam satu perusahaan yang mereka miliki. Mengontrol lebih banyak informasi berarti media cenderung mendapatkan keuntungan ekonomi dan pemilik media bebas menggunakan konglomerasi media tersebut untuk mewakili kepentingannya.<sup>10</sup>

Konglomerasi media dalam hal ini dapat dipahami sebagai penggabungan berbagai perusahaan media menjadi perusahaan yang lebih besar yang kemudian membawahi banyak media. Konglomerasi media tak lepas dari industri media berkembang di Indonesia saat ini. Pembentukan konglomerasi ini dengan cara akuisisi kepemilikan saham, joint venture/merger, atau pendirian kartel komunikasi dalam skala besar. Dikatakan dalam skala besar karena proses kepemilikannya juga sampai pada differensiasi bisnis media, jaringan penyebaran informasi (izin frekuensi misalnya), hingga bisnis lain di luar media. Akibatnya kepemilikan media berpusat pada segelintir orang.<sup>11</sup>

---

<sup>10</sup> Aziz. Jurnal Ilmu Komunikasi. *Konglomerasi Media Antara Konvergensi Media dan Kebebasan Berpendapat*. 2018. h. 211.

<sup>11</sup> Abdul Wahid, Fajar Wahid, dkk., *Media Kebudayaan dan Demokrasi*. h.24.

#### **d. Berita**

Menurut Djuraid (2007:9) berita adalah suatu lapotan ataupun pemberitahuan tentang terjadinya peristiwa ataupun keadaan yang sifatnya umum yang baru saja terjadi dan disampaikan wartawan media massa.

Berita merupakan suatu fakta atau ide atau opini actual yang menarik dan akurat serta dianggap penting bagi sejumlah besar pembaca, pendengar maupun penonton. Masyarakat dan pemerintah memerlukan berita untuk mendapatkan informasi yang mereka butuhkan dan mengetahui langkah apa yang harus diambil dalam menyikapi berita tersebut. Beritanya sangat cepat dan mengenai kepentingan umum. Berdasarkan definisi diatas, peneliti menyimpulkan bahwa berita adalah pemberitaan paling awal mengenai fakta dan opini yang layak diberitakan dan disajikan kepada banyak orang melalui media massa untuk sejumlah besar masyarakat.

Secara pengertian berita adalah fakta atau peristiwa yang terjadi dilapangan. Fakta itu diliputi, ditulis dan diedit oleh jurnalis baru kemudian disebarakan melalui media massa. Karakteristik yang menonjol adalah berita bukanlah hasil karya sentuhan tangan wartawan saja, tetapi beberapa wartawan yang bekerja sama secara berjenjang.<sup>12</sup>

#### **e. Digital**

Digital berasal dari bahasa Yunani yaitu Digitus yang berarti Jari Jemari. Perkembangan teknologi yang berkaitan dengan sistem digital telah memunculkan perkembangan saluran komunikasi baru dan teknik manipulasi informasi, serta mempengaruhi saluran dan perangkat komunikasi yang sudah ada. Inilah salah satu kekuatan pendorong dibalik revolusi komunikasi ini.

Teknologi digital merupakan teknologi yang tidak memerlukan manusia atau tenaga kerja manual. Tetapi cenderung pada sistem pengoperasian yang otomatis dengan sistem komputerisasi atau format yang dapat dibaca oleh komputer. Teknologi digital pada dasarnya adalah sistem penghitung yang sangat cepat yang memproses segala bentuk informasi sebagai angka. Teknologi digital dicirikan oleh fakta bahwa ia dapat dimanipulasi, pada dasarnya adalah jaringan atau Internet. Media cetak selain internet seperti televisi, majalah, dan surat kabar tidak termasuk dalam kategori teknologi digital. Era digital adalah istilah yang digunakan untuk munculnya teknologi digital, jaringan internet, dan khususnya teknologi informasi komputer. Suatu era dimana teknologi digital muncul di segala bidang kehidupan.

#### **f. Berita Digital**

Berita digital adalah surat kabar atau berita secara online yang dapat diakses dengan computer atau handphone. Karena perkembangan teknologi yang semakin pesat. Koran

---

<sup>12</sup> Ismail, Lubis Hidayat. *Diskursus Kebeneran Berita Berdasarkan Undang-Undang No. 40 Tahun 1999 Tentang Pers dan Kode Etik Jurnalistik*. Desember 2022.

## Konglomerasi Media (Koran Kompas) ke Berita Digital Terhadap Masyarakat

berkembang menjadi versi elektronik menjadi berita digital. Koran versi cetak secara digitalisasi dibuat persis atau menyerupai sumbernya yang biasanya menggunakan metode pemindaian

Jadi berita digital adalah informasi tentang suatu hal yang sedang atau baru saja terjadi, disajikan oleh penulis melalui internet, bukan menggunakan kerta seperti media cetak. Berita digital mudah diakses dan prosesnya cepat, memungkinkan pembaca untuk mencari topik apa saja yang menarik minat masing-masing.

### **g. Masyarakat**

Masyarakat adalah sekelompok individu atau orang-orang yang hidup bersama, masyarakat disebut dengan “society” artinya adalah interaksi sosial, perubahan sosial, dan rasa kebersamaan, berasal dari kata latin socius yang berarti (kawan). Istilah “masyarakat” berarti interaksi sosial, perubahan sosial, dan rasa memiliki. Istilah masyarakat berasal dari kata bahasa Arab syarak yang berarti (ikut serta dan berpartisipasi). Dengan kata lain pengertian masyarakat adalah suatu struktur yang mengalami ketegangan organisasi maupun perkembangan karena adanya pertentangan antara kelompok-kelompok yang terpecah secara ekonomi menurut (Karl Marx). Menurut Emile Durkheim bahwa masyarakat merupakan suatu kenyataan yang obyektif secara mandiri, bebas dari individu-individu yang merupakan anggota-anggotanya, masyarakat sebagai sekumpulan manusia yang hidup bersama, bercampur untuk waktu yang cukup lama, mereka sadar bahwa mereka merupakan suatu kesatuan dan mereka merupakan suatu system hidup bersama (Emile Durkheim).<sup>13</sup>

Masyarakat merupakan manusia yang hidup bersama, hidup bersama dapat diartikan sama dengan hidup dalam suatu tatanan pergaulan dan keadaan ini akan tercipta apabila manusia melakukan hubungan, bahwa masyarakat mempunyai sistem adat dan tata cara yang demikian, otoritas dan kerjasama antara berbagai kelompok, klasifikasi dan pemantauan perilaku dan adat istiadat manusia. Masyarakat menciptakan kebiasaan dengan hidup bersama selama bertahun-tahun. Masyarakat menurut Selo Soemardjan (dalam Soerjono Soekanto, 2006: 22) adalah orang-orang yang hidup bersama yang menghasilkan kebudayaan dan mereka mempunyai kesamaan wilayah, identitas, mempunyai kebiasaan, tradisi, sikap, perasaan persatuan yang diikat oleh kesamaan. Dapat kita simpulkan bahwa masyarakat adalah sekelompok orang yang berinteraksi dalam hubungan sosial. Mereka mempunyai budaya, wilayah dan identitas yang sama serta mempunyai rasa kesatuan yang terikat oleh adat istiadat, tradisi, sikap dan persamaan.

---

<sup>13</sup> Donny Prasetyo, Irwansyah. *Memahami Masyarakat dan Perspektifnya*. 2020.

## **STUDI KASUS**

### **a. Kasus**

Perolehan informasi bagi masyarakat tersedia melalui berbagai media massa. Beberapa diantaranya yang sudah ada sejak lama, yakni melalui koran, majalah, radio, hingga televisi. Namun kemajuan teknologi semakin memudahkan dalam mengakses informasi. Masyarakat dapat memperkaya informasi dari dalam negeri hingga luar negeri melalui media digital. Adanya kemudahan dalam mengakses informasi yang bisa dilakukan di mana saja dan kapan saja, membuat media digital digandrungi oleh banyak orang ketimbang media cetak.

Perkembangan media massa di Indonesia telah mengalami banyak perubahan sejak awal berdirinya teknologi internet. Hal ini memastikan bahwa media cetak terus berkembang agar tidak ketinggalan dan melawan. Akses mudah ke media digital meningkatkan kesadaran masyarakat berubah dalam hal membaca dan malah menciptakan cara membaca baru. Orang lebih memilih membaca berita melalui media digital.

Semakin berkembangnya teknologi, akhirnya membuat masyarakat lebih banyak memilih sesuatu yang lebih efisien. Kesibukan sebagian besar masyarakat, khususnya masyarakat perkotaan terkadang membuat mereka tidak sempat melakukan hal-hal yang memakan waktu. Kehilangan minat dalam membaca berita di koran atau surat kabar adalah salah satu contohnya.

Saat ini masyarakat sudah jarang sekali membaca berita melalui surat kabar atau koran, karena dianggap kurang praktis dan efisien. Masyarakat lebih menyukai hal-hal yang praktis dan cepat, hal ini terlihat dari munculnya portal berita online yang memudahkan masyarakat mengakses informasi dan berita tanpa harus membawa koran atau barang lainnya. Hanya dengan menggunakan smartphone yang digunakan hampir oleh semua kalangan masyarakat, mereka dapat dengan mudah mengonsumsi berita dengan cepat.

Pesan yang berada di media online mempunyai ciri-ciri khusus seperti: setiap orang dapat menciptakan informasinya sendiri, informasi dapat disebar dan diterima secara bersamaan, pesan yang dikirimkan dapat singkat, dan interaksi dapat dimanfaatkan oleh pengguna media sosial. Kemudahan dalam mengakses media digital juga telah mengubah sikap masyarakat dalam membaca. Kapanpun dan dimanapun kita dapat membaca, seperti membaca dari web, berita, e-journal dan sebagainya.

Oleh karena itu, di era digital ini banyak media tradisional yang melakukan transisi ke arah media yang berbasis pada proses digital. Era digital adalah masa yang terus berkembang di mana setiap-tiap aspek kehidupan telah menggunakan teknologi.

Munculnya berita digital telah membawa perubahan yang signifikan pada media cetak. Alhasil, surat kabar atau koran yang menjadi pelopor hadirnya informasi bagi publik, kini mulai tergantikan oleh berita digital. Surat kabar atau koran telah mendapat ancaman yang dipengaruhi oleh kemajuan teknologi tersebut. Bagaimana

## **Konglomerasi Media (Koran Kompas) ke Berita Digital Terhadap Masyarakat**

tidak, masyarakat seakan dimanjakan dengan media online dalam proses pencarian informasi yang bisa diakses lebih cepat, sehingga memungkinkan masyarakat untuk terinformasi secara up to date. Terlebih informasi yang disuguhkan media online bersifat real time dan terus diperbarui sepanjang waktu, berbeda dengan surat kabar atau koran yang membutuhkan waktu lama dalam menyajikan berita kepada pembacanya. Alhasil, banyak media cetak yang mengeluhkan penurunan jumlah surat kabar yang dicetak.

Perkembangan teknologi ini akan berdampak luas pada masyarakat. Baik dampak positif maupun negatif. Selain itu, saat ini masyarakat mempunyai kebebasan berkomunikasi dan kebebasan atas informasi dan berita, sehingga masyarakat dapat dengan mudah memperoleh dan mencari informasi yang mereka inginkan. Baik dari media cetak maupun media elektronik. Oleh karena itu, masyarakat juga bisa berpartisipasi, karena pada saat ini negara juga menjamin kebebasan masyarakat atas kemerdekaan menyampaikan pikiran, baik dari segi lisan maupun tulisan, juga kemerdekaan dalam memperoleh informasi.

Meskipun surat kabar merupakan dari media massa cetak, namun mempunyai peranan yang sangat penting. Peran ini mencakup kemampuan menyampaikan berbagai informasi seperti berita dan hiburan. Bahkan tidak disadari bahwa terdapat keuntungan dari membaca surat kabar, yaitu bisa dibaca di mana saja dan kapan saja, dengan sifat yang tertulis, sehingga tidak akan hilang selama surat kabar tersebut utuh.

Nielsen Indonesia menyatakan bahwa di Indonesia, saat ini pembaca berita digital sudah lebih banyak ketimbang media cetak (koran). Pada tahun 2017 tingkat pembelian koran secara personal hanya sebesar 20%, menurun dibandingkan 2013 yang mencapai 28%.

Masyarakat yang membaca media cetak didominasi oleh orang-orang berusia 20-49 tahun dengan porsi sebanyak 73%. Hanya 10% dari anak muda yang berusia 10-19 tahun yang mengakses media cetak sebagai sumber informasi. Sebaliknya, sebanyak 17% anak muda berusia 10 hingga 19 tahun memperoleh informasi melalui berita digital. Di antara pembaca berusia antara 20-49 tahun, angkanya mencapai 80%.

Dampak dari menurunnya minat terhadap media cetak dan kebiasaan membaca yang terjadi beberapa dekade lalu. Pengaruh atau dampak berita digital terhadap minat membaca masyarakat. Salah satunya di Swedia dan melibatkan guru dan siswa. Selain itu, dengan adanya berita digital menunjukkan adanya perubahan dalam bentuk membaca. Perubahan bentuk membaca yang dimaksud adalah dari membaca secara intensif di media cetak seperti koran, ke membaca secara ekstensif di berita digital.

Hal serupa juga ditemukan di Indonesia. Banyak penelitian yang dilakukan akademisi Indonesia menunjukkan bahwa minat membaca masyarakat terhadap media cetak seperti koran mengalami penurunan yang signifikan. Para ilmuwan berpendapat bahwa membaca merupakan kegiatan yang penting, terutama untuk meningkatkan kualitas sumber daya manusia.

Menurunnya jumlah pembaca media cetak seperti koran juga didorong oleh lahirnya generasi muda yang lahir antara tahun 1980-an hingga 2000an yang disebut

sebagai generasi milenial. Generasi ini lahir di era berkembangnya teknologi perangkat digital seperti komputer, smartphone, dan jangkauan jaringan internet yang sangat mudah dan cepat.

Salah satunya koran Kompas yang melakukan perluasan jaringan untuk mengatasi jarak, waktu dan khalayak, karena sudah berkembangnya teknologi, maka koran Kompas memperluas jaringannya agar dapat diakses banyak orang dengan waktu yang praktis tanpa harus membeli koran secara fisik, dan tanpa harus membaca koran dengan tempat yang cukup nyaman dan luas, karena dengan menggunakan media digital atau handphone akan lebih mudah.

Dalam koran Kompas ini dimaksudkan untuk mengatasi kendala jarak dan waktu melalui beragam teknologi komunikasi yang digunakan untuk memperluas jaringan usahanya dalam bidang media maupun non-media. Dalam media cetak koran Kompas tetap menjadi penerbit surat kabar paling terkemuka di Indonesia. Dalam media online koran Kompas memiliki Kompas.com, yaitu portal berita online. Mengacu pada kondisi yang telah terjadi di Kompas, hadirnya Kompas dikatakan mengalami kecenderungan menurun dari sisi kuantitasnya. Dengan adanya penurunan jumlah pembaca media cetak, perusahaan media cetak harus beradaptasi dengan teknologi baru jika tidak mau bisnis mereka berakhir.

Dengan konglomerasi media seperti yang sudah dilakukan oleh koran Kompas, telah memberikan dampak yang signifikan terhadap masyarakat dalam berbagai aspek, terutama melalui transisi ke berita digital pada zaman sekarang. Dengan media digital ini menimbulkan beberapa dampak, yaitu:

Pertama, akses informasi yang lebih cepat dan lebih luas tersebar. Dengan adanya platform digital, berita dapat diakses kapan saja dan di mana saja, sehingga masyarakat dapat informasi lebih cepat tanpa harus menunggu koran cetak.

Kedua, media digital memungkinkan interaksi langsung antara pembaca dan penerbit. Melalui kolom komentara dan media sosial yang disediakan untuk menyampaikan pendapat dan berpartisipasi dalam berdiskusi tentang suatu berita.

Ketiga, memberikan konten sesuai dengan minat dan kebiasaan pembaca, sehingga masyarakat dapat berita yang lebih relevan dan bermanfaat untuk dibaca. Tetapi, pergeseran ke berita digital juga membawa tantangan, terutama dalam hal penyebaran informasi palsu atau hoaks. Oleh karena itu, penting bagi media seperti Kompas untuk tetap memprioritaskan verifikasi fakta dan integrasi jurnalistik dalam setiap pemberitaan. Kemudian juga pergeseran ke dunia digital memaksa industri media untuk mengembangkan model bisnis baru.

Keempat, dengan meningkatkan akses ke berita digital, ada peningkatan kebutuhan untuk literasi digital di masyarakat. Media seperti Kompas dapat membantu peran dalam mendidik masyarakat tentang bagaimana mengonsumsi berita secara kritis dan bijaksana, serta mengenali informasi yang dapat dipercaya.

Jadi dengan konglomerasi media seperti koran Kompas yang beralih ke digital memiliki dampak besar dan beragam terhadap masyarakat. Meskipun ada tantangan

## **Konglomerasi Media (Koran Kompas) ke Berita Digital Terhadap Masyarakat**

yang harus dihadapi, peluang yang diberikan oleh era digital dapat dimanfaatkan untuk meningkatkan kualitas dan aksesibilitas informasi bagi publik.

### **b. Pembahasan Kasus**

Salah satu hal yang dapat mempengaruhi rasa senang dalam membaca yaitu karena adanya minat. Minat sendiri dapat mendorong dan memotivasi seseorang untuk melakukan aktivitas seperti membaca. Dari sini kita dapat menyimpulkan bahwa minat membaca merupakan suatu dorongan atau motivasi untuk membaca.

Hal ini membuat konglomerasi media (koran) di Indonesia mau tak mau harus mengikuti zaman yang saat ini sudah serba digital, dan dunia digital yang terus berkembang.

Kondisi minat membaca yang rendah di Indonesia telah terjadi selama bertahun-tahun, dengan kata lain sudah menjadi sebuah kebiasaan. Berbagai penelitian yang dilakukan dalam dua puluh tahun terakhir, memang menunjukkan hasil yang sama, yakni orang Indonesia tidak suka membaca. Membaca hanya dilakukan ketika mendapat tugas sekolah ataupun kerja. Saat waktu senggang, masyarakat Indonesia lebih suka menonton TV, bermain game, ngobrol bersama teman, berbelanja di mall, atau sekadar bersenang-senang di tempat wisata.

Tak hanya persoalan minat membaca, koran atau surat kabar bersaing ketat untuk memperoleh perhatian masyarakat (dalam hal ini audiences atau pelanggan suatu media massa) sudah terasa sejak munculnya media penyiaran atau media elektronik seperti berita digital. Namun surat kabar tetap bisa bertahan karena mempunyai ciri dan spesifikasi pasar tersendiri. Koran atau surat kabar semakin terpuruk dengan hadirnya berita digital.

Persaingan media massa sangat ketat, ketika industri cetak semakin meredup muncul media-media massa baru yang bisa diakses secara cepat dan murah yaitu melalui internet atau new media. Format multimedia yang disediakan new media juga lebih inovatif.

Dengan memasuki era globalisasi, yang dimana semua kegiatan dilakukan secara online, termasuk membaca berita koran atau surat kabar lewat platform tertentu melalui media elektronik seperti berita digital. Dan disaat itulah koran atau kabar berita harian yang dijual lewat secara keliling sudah mulai berkurang.

Karena media cetak juga lebih mudah diakses dimana saja dan lebih praktis, serta lebih luas informasi yang akan didapat. Dan sejak saat itulah media digital lebih banyak diminati oleh banyak orang ketimbang media cetak.

Semakin berkembangnya media digital, maka masyarakat akan lebih memilih membaca koran atau surat kabar melalui media karena lebih efisien dan mendapatkan info lebih cepat. Dengan menggunakan media kita dapat mengakses apapun yang kita mau dan mencari serta mendapatkan informasi yang lebih lengkap dan luas dari berbagai situs yang kita akses.

Namun disisi lain, kita tidak melihat antusias masyarakat pada zaman sekarang untuk membaca koran atau surat kabar secara fisik dan lebih memilih untuk menggunakan media online ketika membaca suatu berita.

Di Dalam media digital sudah banyak informasi yang akan kita dapat, mulai dari berita, koran atau surat kabar, majalah, dan lain sebagainya. Karena era digital sudah sangat tinggi, dan terus mengalami pembaharuan di era globalisasi ini, maka surat kabar atau koran secara fisik lama-lama mengalami kebangkrutan karena menurunnya pembaca yang membeli koran secara fisik.

Pada era digital ini, perubahan dalam kebiasaan membaca berita telah mengalami transformasi yang signifikan. Masyarakat yang sebelumnya bergantung pada koran fisik kini semakin beralih ke platform berita digital. Fenomena ini berdampak pada penurunan jumlah pembaca koran fisik, termasuk koran terkemuka seperti Kompas di Indonesia.

Kurangnya minat baca masyarakat terhadap berita cetak koran tradisional seperti Kompas, telah menjadi isu yang semakin menonjol dalam beberapa tahun terakhir. Fenomena ini tidak hanya mempengaruhi industri media cetak tetapi juga menyentuh sektor media digital yang diharapkan dapat menjadi solusi atas penurunan pembaca koran fisik.

Selain itu, penurunan jumlah pembaca koran fisik membawa dampak signifikan terhadap industri media cetak, antara lain:

- Penurunan Penjualan dan Pendapatan: Berkurangnya oplah koran fisik mengakibatkan penurunan penjualan dan pendapatan dari iklan yang bergantung pada jumlah pembaca.
- Pengurangan Tenaga Kerja: Perusahaan media cetak mungkin perlu mengurangi jumlah karyawan untuk mengurangi biaya operasional.
- Penutupan atau Penggabungan Perusahaan: Beberapa perusahaan media cetak terpaksa menutup operasi atau bergabung dengan perusahaan lain untuk bertahan.

## **KESIMPULAN**

Konglomerasi media (koran Kompas) ke berita digital terhadap masyarakat yang telah dibahas oleh pemakalah penulis dapat disimpulkan:

1. Konglomerasi Media (Koran) ke Berita Digital Terhadap Masyarakat sangat signifikan terhadap perubahannya. Karena dengan adanya berita digital terlihat pada perubahan minat baca masyarakat. Minat membaca media cetak seperti koran, mengalami penurunan yang signifikan karena masyarakat cenderung lebih memilih untuk mengakses berita melalui media digital yang lebih praktis dan cepat. Hal ini juga dipengaruhi oleh perkembangan teknologi dan kebiasaan generasi muda yang lebih terbiasa dengan berita digital.
2. Konglomerasi Media (Koran) ke Berita Digital Terhadap Masyarakat juga mempengaruhi beberapa perusahaan media cetak seperti koran karena peminat yang menurun. Seperti koran Jakarta Globe yang gulur tikar akibat faktor ongkos produksi yang meningkat, tetapi pembaca yang semakin menurun.

**DAFTAR PUSTAKA**

- Bagus Sasmito, Edi Wahono. *Rambu-Rambu Jurnalistik (Bagaimana Menulis Berita Yang Layak Baca)*. Desember 2019
- Dr. Gun-Gun Heryanto. *Strategi Literasi Politik*. 2021. Cetakan Pertama. h.130.
- Hidayat, T. Ismail Koto. *Diskursus Kebenaran Berita Berdasarkan Undang Undang No. 40 Tahun 1999 Tentang Pers dan Kode Etik Jurnalistik*. Desember 2022.
- Intani Retno. *Implementasi Manajemen Komisi Penyiaran Indonesia Dalam Mengawal Isi Siaran Televisi*. 2018.
- Jamanti Retno. *Pengaruh Berita Banjir di Koran Kaltim Terhadap Kesadaran Lingkungan Masyarakat Kelurahan Temindung Permai Samarinda*.
- Mcquail, D. *Teori Komunikasi Massa, edisi 6*. Jakarta: Salemba Humanika. 2012.
- Mulachela Husen. *Masyarakat Adalah Kumpulan Manusia, Ini Proses Terbentuknya*. Februari 2022
- Shodiq Ramadhan. *Politik media, media politik: pers, rezim, dan kemunduran demokrasi*. Malang: UB Press, 2022.
- Simamora, R. *Spasialisasi Dan Konglomerasi Media Pada Kelompok Kompas Gramedia*. 2016
- Valerisha Anggia. *Dampak Praktik Konglomerasi Media Terhadap Pencapaian Konsolidasi Demokrasi di Indonesia*.
- Yusuf Awaluddin. *Media Lokal dalam Konstelasi Komunikasi Politik di Daerah*. 2011