

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **1.1 LATAR BELAKANG**

Penerbit surat kabar dihadapkan pada pasar yang semakin kompetitif. Kompetisi ini dipicu oleh pola perilaku pembaca media yang mulai berubah seiring dengan meningkatnya kebutuhan informasi yang begitu cepat. Menurut sebuah survei yang dilakukan oleh MORI Technology Tracker [1], pada dekade 10 tahun terakhir ini adopsi terhadap teknologi digital masyarakat di Inggris terhadap penggunaan telepon genggam meningkat lebih tinggi dibandingkan dengan televisi digital dan internet. Sementara menurut survei yang dilakukan oleh Roy Morgan Internasional [2] di Australia, telah terjadi perubahan konsumsi media dimana terjadi peningkatan konsumsi internet yang naik tajam dibandingkan pada surat kabar, majalah dan televisi komersial yang cenderung stabil.

Raja media dunia, Rupert Murdoch, 2005 ketika berbicara di hadapan Asosiasi Editor Surat Kabar Amerika mengatakan, ” koran dan media cetak tinggal menunggu mati, sekarang jamannya internet. Perusahaan media termasuk perusahaan saya harus mengerti internet” [3]. Apa yang dikatakan Murdoch, bukan lah hal baru karena banyak ahli media yang telah meramalkan keruntuhan media cetak tersebut. Terbukti dari data-data yang dikeluarkan oleh lembaga dan asosiasi surat kabar dunia menunjukkan kecenderungan penurunan pembaca media cetak.

Dari data yang dikeluarkan Asosiasi Surat Kabar Dunia, sepanjang 1995-2003, oplah koran turun 5% di Amerika, 3% di Eropa, dan 2% di Jepang. Bila pada 1960-an empat dari lima orang Amerika membaca koran, di tahun 2005 tinggal 2 dari lima orang saja yang masih membaca koran. Yang tiga orang lagi telah terbenam di dunia elektronik atau digital [3].

Tidak jauh berbeda dengan kondisi di dunia, di Indonesia pun mengalami penurunan jumlah oplah pembaca. Berdasarkan survei Kementerian Komunikasi

dan Informasi, oplah koran yang semula 6 juta eksemplar di awal reformasi, pada tahun 2003 tinggal 4,3 juta eksemplar. Bahkan, total tiras penerbitan yang semula 14 juta eksemplar pada tahun 2003 berada pada kisaran 7 jutaan eksemplar [3].

Sementara itu menurut data dari Depkominfo pada tahun 2007 ini jumlah pengguna internet di Indonesia mencapai 20 juta orang. Proyeksi mereka pada tahun 2011 jumlah pengguna internet akan mencapai 40 juta orang. Berbeda dengan pengguna internet, hal yang sangat mengagumkan adalah pertumbuhan dari pengguna ponsel ( *mobile phone* ). Menurut data dari Data Lembaga Pendidikan Teknologi Terapan Indonesia ( LPPTI ) hingga November 2007, jumlah pengguna ponsel di Indonesia mencapai 70 juta orang.

Perkembangan teknologi informasi yang begitu cepat dengan dukungan koneksi nir-kabel nyaris tak terbatas di Indonesia, telah meningkatkan pemakaian internet, apalagi dengan munculnya teknologi *Wireless Microwave Access* (WiMAX) yang bisa mencapai spektrum yang sangat luas. Dengan teknologi ini, akses data - hal yang paling penting untuk media internet - bukan lagi suatu masalah. Perubahan-perubahan teknologi semacam inilah yang secara cepat menciptakan masyarakat online dan budaya bermain internet. Dengan perubahan ini akan menciptakan pangsa baru dan merebut pembaca media cetak tradisional.

Dengan melihat perkembangan teknologi informasi dan komunikasi ini industri media tradisional dituntut untuk terus melakukan inovasi dan melakukan optimasi dalam upaya mempercepat proses produksi. Dengan proses produksi yang cepat dan beragam pilihan untuk menghasilkan informasi akan mendapatkan pembaca yang lebih banyak dan lebih luas segmen pasarnya. Salah satunya adalah dengan menerbitkan konten berita dalam bentuk informasi digital dimana sumber informasinya sama namun diterbitkan ke dalam bentuk saluran penerbitan yang berbeda seperti pada kertas, media online, pda, percetakan digital, mobile, wap, televisi digital, radio atau e-paper.

Salah satu inovasi perkembangan teknologi informasi yang menjadi bagian penting bagi industri media adalah aplikasi untuk pembuatan konten yang biasa disebut dengan Sistem Editorial. Sistem ini merupakan bisnis inti dari industri media, dimana pada sistem inilah sebuah berita dihasilkan dalam bentuk koran

atau media lainnya, sehingga keberadaannya menjadi tulang punggung perusahaan.

Sistem editorial hanyalah salah satu bagian dari sistem besar yang bisa menerbitkan berita dalam bentuk *multi-channel*. Diperlukan tambahan fungsi dan integrasi dengan modul-modul lain agar sistem editorial tersebut memiliki kemampuan *multi-channel*. Peningkatan kemampuan sistem editorial ini akan berpengaruh pada perubahan alur kerja proses produksi berita, teknologi yang digunakan, manajemen organisasi redaksi, integrasi antara sistem yang ada dan bagaimana konsumen menerima informasi berita yang dihasilkan tersebut.

Penulis mengambil studi kasus di PT RMM yang merupakan salah satu penerbit media cetak tradisional nasional. Saat ini PT RMM belum memiliki sistem editorial yang mendukung tuntutan pasar tersebut, karena sebagian masih menggunakan pengolah kata berbasis dos ( xyWrite ), sebagian lagi menggunakan sistem editorial berbasis web yang berfungsi menjadi pengumpul berita yang berasal dari reporter dan redaktur. Kondisi sistem editorial yang berjalan seperti ini mengakibatkan kurang gesitnya koran ini mengantisipasi berbagai inovasi dan tuntutan pasar yang semakin berubah dengan cepat.

## 1.2 PERMASALAHAN

Dengan kondisi sistem editorial berita yang ada sekarang ini, ada beberapa permasalahan yang masih dihadapi oleh Republika, antara lain adalah :

- Tidak adanya workflow berita yang baik sehingga kontrol terhadap berita kurang
- Tidak terintegrasinya sumber berita dan foto yang berasal dari kantor berita berlangganan seperti AP, AFP, ANTARA, arsip data dan foto dan penyedia informasi lainnya dengan sistem editorial
- Tidak terintegrasinya aplikasi editorial yang ada dengan DTP ( *Desktop Publishing* ) sehingga kurang dinamis dalam mengantisipasi perubahan berita dengan cepat

- Tidak mendukung penerbitan *multi-channel* sehingga salah satunya mengakibatkan terlambatnya edisi cetak yang harus ditayangkan di edisi online

Dalam penulisan tesis ini *research question* ( pertanyaan penelitian ) yang harus dijawab adalah : ” Bagaimana model perancangan sistem editorial *multi-channel publishing* yang cocok diterapkan pada PT RMM ”

### 1.3 BATASAN MASALAH

Kajian dalam tesis ini dibatasi pada perancangan sistem editorial pada PT Republika Media Mandiri. Menitikberatkan pada masalah *workflow* berita, sistem arsitektur, integrasi, dan teknologi yang digunakan dalam mendukung *multi-channel publishing*.

### 1.4 TUJUAN DAN MANFAAT

Tujuan dari pembuatan tesis ini adalah untuk membuat perancangan model sistem editorial yang memiliki dukungan ke *multi-channel publishing*. Perancangan ini berupa sebuah model sistem editorial berbasis web dengan menggunakan CMS (*Content Management System*) berbasis opensource. Opensource menjadi pilihan karena sifatnya yang terbuka terhadap kode program sehingga mudah untuk dimodifikasi, dukungan komunitas yang banyak dan tidak ada biaya pembelian lisensi program sehingga bisa lebih murah dalam pengembangannya. Murah dalam arti tidak ada biaya pembelian software, namun tetap memerlukan biaya untuk perawatan dan dukungan teknisnya.

Diharapkan hasil rancangan ini bisa bermanfaat untuk mendukung kinerja redaksi didalam menghasilkan berita yang lebih baik. Manfaat lain adalah rancangan ini bisa menjadi bahan kajian bagi perusahaan media lain yang memiliki masalah serupa seperti yang dihadapi oleh Republika dengan memanfaatkan CMS berbasis opensource.

## 1.5 SISTEMATIKA PENULISAN

Penulisan tesis ini dilakukan dengan menggunakan sistematika penulisan sebagai berikut :

### **BAB I : PENDAHULUAN**

Berisi tentang latar belakang permasalahan, perumusan masalah, batasan masalah, tujuan dan manfaat dan sistematika penulisan

### **BAB II : LANDASAN TEORI**

Berisi landasan teori yang digunakan dalam mendukung penyelesaian masalah yaitu mengenai sistem editorial, *multi-channel publishing*, *Content Management System ( CMS )*, XML (*Extensible Markup Language*), standar penulisan berita dari IPTC (*International Press Telecommunication Council*)

### **BAB III : METODOLOGI**

Berisi langkah-langkah dalam perancangan sistem yang dilakukan penulis dalam menyelesaikan permasalahan perancangan sistem dan gambaran umum perusahaan

### **BAB IV : ANALISA DAN DESAIN**

Pada bab ini diuraikan proses perancangan model sistem editorial, dimana sebelumnya dianalisa terlebih dulu mengenai sistem editorial saat ini di PT RMM dan elaborasi terhadap aplikasi editorial *Proprietary* dan CMS yang memiliki dukungan dan pengembangan terhadap *multi-channel publishing*

### **BAB V : KESIMPULAN DAN SARAN**

Kesimpulan terhadap perancangan sistem yang telah dilakukan dan saran-saran yang diperlukan untuk pengembangan sistem editorial selanjutnya