

Deskripsi Karakter koran Lokal di Malang dan di Swedia

Oleh:

Ellen Almgren

Universitas Stokholm, Swedia

Keyword: Koran lokal, Karakter koran Lokal, Media Online

1. Pendahuluan

Saya memilih topik tentang koran lokal di Malang untuk proyek akhir saya. Topik ini sesuai dengan apa yang sudah saya pelajari di Swedia yaitu jurnalisme. Menurut Pak Dewanto generasi muda tidak terlalu suka pada koran, sedangkan saya sampai saat ini selalu tertarik tentang isu-isu sosial. Musim panas tahun lalu saya juga bekerja selama dua bulan di sebuah redaksi koran kecil di sebuah kota kecil di Swedia utara. Setelah saya datang di Malang, Indonesia, saya mulai memperhatikan cara orang-orang disini mendapatkan berita lokal itu berbeda dengan yang ada di Swedia. Untuk proyek akhir ini, saya berpikir bahwa hal tersebut merupakan kesempatan bagi saya untuk belajar lagi tentang bagaimana orang Indonesia dan khususnya orang Malang mendapat dan membaca berita lokal mereka.

Saya telah berbicara dengan teman-teman saya di Indonesia tentang bagaimana mereka membaca berita lokal. Ternyata hampir semua dari mereka

mencari berita dari *website* yang berbeda. Sepertinya di sini tidak ada sebuah koran besar yang sepertinya wajib dibaca oleh setiap orang. Di Swedia, jika bertanya kepada siapa pun, mereka akan menjawab bahwa orang Swedia **paling sedikit membaca satu koran nasional**.

Meskipun di Indonesia juga ada koran besar, sepertinya teman-teman saya di sini tidak tertarik tentang sesuatu yang terjadi di luar kepentingan mereka. Teman saya yang suka musik indie membaca tentang itu saja dan teman saya yang suka sepak bola membaca tentang itu saja juga. Alasannya mungkin bahwa semua teman saya di sini masih muda. Namun, jika saya bertanya ke orang yang lebih tua mungkin jawaban mereka akan berbeda. Alasan lain itu bahwa Indonesia itu adalah negara besar sehingga apa yang terjadi jauh di pulau lain menjadi tidak penting atau menarik untuk orang Malang. Namun demikian, perbedaan ini membuat saya menjadi lebih tertarik tentang bagaimana orang Indonesia, khususnya orang Malang dalam mencari berita mereka.

Pendekatan yang saya lakukan untuk mencari tahu tentang topik ini saya awali dengan mengunjungi redaksi Malang Post. Di sana saya mewawancarai pimpinan editor dan seorang jurnalis. Saya ingin tahu tentang pekerjaan mereka di kantor sehari-hari, bagaimana jika ada dilema etis yang berbeda seperti bila hal itu terjadi di Swedia. Seperti, perusahaan koran di Swedia menggunakan media sosial untuk mendapatkan lebih banyak pembaca, dan mereka juga mempunyai sistem berlangganan. Oleh sebab itu, saya juga ingin tahu apakah cara bekerja mereka juga berubah sejak teknologi internet mulai berkembang.

Selain itu, saya bertemu juga berbicara dengan akademisi yang merupakan dosen di Universitas Brawijaya di jurusan Ilmu Komunikasi yaitu Pak Dewanto. Pertanyaan saya kepadanya adalah tentang orang Indonesia. Bagaimana orang Indonesia membaca berita, di *website* atau di koran?, dan bagaimana orang Indonesia menggunakan media sosial?. Saya juga ingin tahu tentang kondisi berita lokal dulu dan sekarang, apakah ada pengaruh akibat perkembangan media sosial dan internet. karena ini berhubungan dengan oplah, maka di Swedia pembiayaan terkait oplah perusahaan koran merupakan hal yang lebih sulit untuk semua perusahaan koran lokal dan besar setelah internet menjadi domain publik.

2. Karakter Berita Koran Lokal Malang

Ada beberapa koran lokal yang biasa dibaca oleh masyarakat Malang yaitu, Malang Post, Memo Arema, Harian Surya Pos dan Radar Malang yang merupakan bagian dari Jawa Post. Memo Arema adalah sejenis *yellow paper* atau koran yang berisi berita-berita tidak berkualitas, contohnya berita skandal dan kriminal. Harian Surya Post adalah koran yang terbit untuk wilayah Jawa Timur saja. Jadi, Malang Post adalah salah-satunya koran lokal untuk Malang yang independen.

2.1 Koran lokal Cetak di Malang

Harian cetak Malang Post yang terbit rabu, 17 mei 2017 berisikan kolom:

1. Halaman depan (berita lokal Malang)
2. Berita nasional
3. Komunikasi bisnis Malang
4. Seputar kabupaten Malang
5. Urban Kepanjen
6. Edupolitan
7. *Technocell*
8. Kota wisata Batu
9. Urban Malang
10. Sambungan
11. Kota Malang

Radar Malang yang terbit pada hari rabu 17 mei 2017:

1. Seputar Malang
2. Pendidikan
3. Around Malang City
4. Radar Kanjuruhan
5. Radar Batu

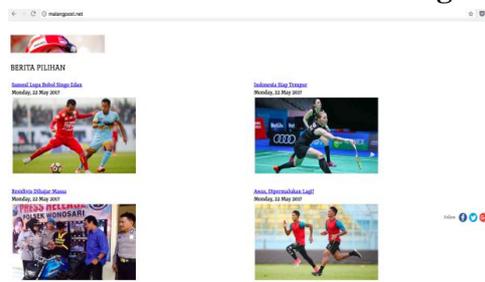
6. Around Malang City
7. Sambungan
8. Sportainment

Kolom berita pada Radar Malang lebih tipis daripada Malang Post karena Radar Malang merupakan bagian dari Jawa Post. Jadi, di Malang Post ada satu halaman tentang berita nasional. Selain berita nasional, di Radar Malang tidak ada kolom komunikasi bisnis Malang dan *Technocell*. Sementara itu, di Radar Malang ada kolom Sportainment.

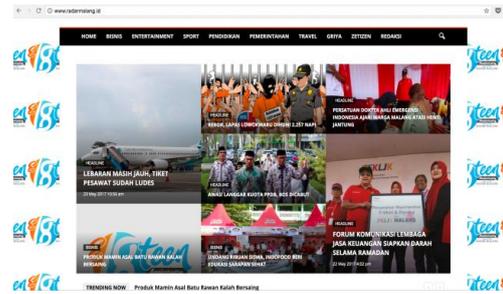
Berita Malang Post lebih lengkap daripada Radar Malang karena Malang Post merupakan satu perusahaan koran lokal yang bertujuan supaya masyarakat Malang bisa membaca satu koran saja untuk mendapatkan banyak informasi dengan harga yang lebih murah (harga Jawa Post + Radar Malang Rp. 6.000,00 dan harga Malang Post Rp. 4.000,00).

Kolom tambahan untuk Malang Post, setiap minggu satu kali ada kolom religi. Biasanya ditulis oleh dosen, ulama dan pemimpin agama setempat.

2.2 Koran lokal online di Malang



Gambar 1: Gambar website Radar Malang



Gambar 2: Gambar website Malang Post

Malang Post dan Radar Malang sama-sama memiliki *website* untuk *update* berita terkini. Akan tetapi, *website* berita-berita di Malang Post tidak seaktual di Radar Malang (lihat gambar di atas). Menurut Pak Bagus, salah satu redaksi Malang Post, *website* tersebut memang tidak aktual karena di Malang Post tidak cukup banyak wartawan sehingga sulit untuk *update* berita kekinian. Masih menurut Pak Bagus, pembaca di Malang lebih suka pada koran cetak daripada koran online karena internet masih belum umum bagi seluruh masyarakat Malang. Namun, bagi pembaca yang sudah familiar dengan internet, Malang Post cetak menjadi referensi untuk mencari kebenaran berita (wawancara 19 mei 2017).

Senada dengan Pak Bagus, Pak Dewanto yang merupakan dosen ilmu komunikasi di universitas Brawijaya menyatakan bahwa ada banyak orang Malang yang tidak bisa menggunakan internet untuk mencari informasi. Lanjut Pak Dewanto, anak-anak muda menggunakan internet hanya untuk

Whatsup, Facebook, Line, Instagram, dan media sosial lainnya.



Gambar 3: Gambar website klikapa

Malang Post juga memiliki website selain Malangpost.net, yaitu klikapa.com. Target Website ini adalah anak muda Malang. Isi beritanya hampir sama dengan koran cetak Malang Post. Selain itu, untuk menarik minat anak muda, Malang Post juga mengadakan *fashion show* dan even-even lain.

3. Perbandingan Karakter Koran Lokal Di Malang Dan Koran Lokal Di Swedia

Kolom berita *Söderhamns-Kururen*

(Koran lokal di Swedia) adalah:

1. Kolom opini politik
2. Berita internasional
3. Berita nasional
4. Berita lokal
5. Berita budaya
6. Berita olahraga
7. Berita bisnis lokal

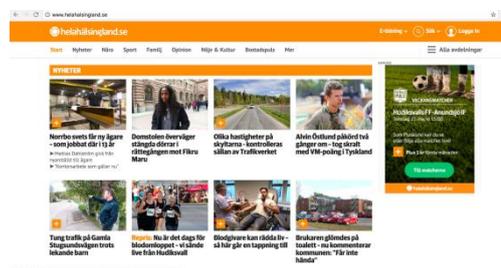
Format kolom koran berbeda dengan koran lokal di Malang yaitu tidak ada kolom sambungan (lihat halaman 5-6).

Juga koran lokal di Swedia lebih tebal karena ukuran kertasnya lebih kecil. Lalu, ada kolom khusus tentang budaya. Kolom ini berisi resensi pertunjukan teater dan berita budaya lokal.

Demikian juga ukuran kertas koran lokal di Swedia separuh ukuran koran lokal di Malang. Tujuannya supaya pembaca mudah membawa dan membacanya. Orang-orang di Swedia biasanya mengambil koran di dalam kotak pos setiap pagi. Karena hampir setiap orang berlangganan koran.

Koran cetak harus bekerja sama dengan koran lain. Ini bertujuan agar mendapat berita dari kota lain.

3.1 Koran Lokal Online di Swedia



Gambar 4: Gambar website Hela Hälsingland

Website koran di atas merupakan gabungan beberapa koran lokal di dalam satu provinsi di Swedia. *Website* ini terdiri dari enam koran. Sebelumnya, enam koran cetak itu berdiri sendiri-sendiri. Namun, karena sekarang teknologi internet berkembang cepat dan finansial untuk mendukung koran cetak sangat sulit. Maka, mereka membuat *website* di koran *online* bersama-sama untuk menarik pembaca yang lebih banyak.

Juga, banyak koran-koran lokal yang dibeli atau bergabung dengan perusahaan koran besar. Contohnya, koran *Söderhamns-Kuriren* yang bergabung dengan *Hela Hälsingland*. *Hela Hälsingland* sendiri adalah nama koran untuk provinsi *Hälsingland*.

3.2 Struktur Organisasi

Struktur organisasi Malang Post

1. Pimpinan editor (1 orang)
2. Redaktor pelaksana (2 orang)
3. Koordinator liputan (1 orang)
4. Sekretaris redaksi (1 orang)
5. Wartawan (14 orang)
6. Fotografer (3 orang)

Struktur organisasi *Söderhamns-Kuriren*

1. Pimpinan editor (1 orang)
2. Wartawan (6 orang)

Susunan organisasi Malang Post dan *Söderhamns-kuriren* sangat berbeda. Wartawan di *Söderhamns-kuriren* juga bertanggungjawab untuk mempublikasikan liputannya atau artikelnya di *website* koran. Namun, wartawan di Malang Post tidak melakukan itu karena wartawan di *Söderhamns-Kuriren* menggunakan program khusus di komputer masing-masing sehingga bisa mempublikasikan beritanya sewaktu-waktu. Program itu hampir sama seperti blog. Wartawan cukup menulis lalu berkonsultasi pada editor tentang waktu terbit.

Wartawan ini hanya bertugas untuk publikasi koran online. Sementara itu, tugas untuk mencetak akan dikerjakan oleh redaksi lain dengan cara mengambil data dari program wartawan tersebut.

Hal tersebut menurut Pak Bagus dikarenakan sulit mendapatkan wartawan dengan kualifikasi yang bagus sehingga Malang Post tidak bisa update berita baru melalui website itu. Di Swedia ada banyak wartawan yang berkualifikasi sangat bagus, tetapi hanya ada sedikit peluang untuk mendapatkan pekerjaan sebagai wartawan. Akibatnya, mereka harus berkompetisi dengan menulis yang baik.

Sebelumnya wartawan di Swedia harus hanya bisa menulis saja. Namun, sekarang seorang wartawan harus bisa memfoto dan membuat TV-web. Oleh karena itu, sangat sulit untuk menjadi wartawan professional di Swedia.

4. Penutup

Koran lokal Malang masih fokus dengan koran cetak. Ini dikarenakan orang Malang suka membaca koran cetak. Lalu, berita internet di Malang Post tidak aktual karena tidak ada permintaan berita *online* dari masyarakat. Berbeda dengan di Swedia, masyarakat akan bertanya kepada pihak redaksi tentang berita yang tidak dipublikasikan di *website* koran tersebut.

Wartawan dengan kualifikasi yang bagus di Malang hanya sedikit. Oleh karena itu, Malang Post tidak bisa *update*

website mereka. Pendanaan redaksi lebih banyak diperoleh dari koran cetak dan iklan, sedangkan pendanaan di Swedia diperoleh dari koran cetak, koran online dan iklan.

Selanjutnya, supaya lebih dikenal oleh generasi muda Malang Post mengadakan *fashion show* dan kegiatan lain. Ada banyak wartawan yang berkualifikasi sangat bagus di Swedia yang ingin menjadi wartawan profesional sehingga koran lokal dan nasional di Swedia tidak perlu mengadakan *fashion show* atau kegiatan lain untuk memperkenalkan koran mereka.

Malang Post harus fokus juga pada berita online. Perkembangan teknologi internet terus maju. Sementara itu, orang-orang yang biasa membaca koran cetak akan berkurang. Jadi, Malang Post harus selangkah lebih maju dari pembaca konvensional.

Untuk menarik pembaca muda tidak harus mengadakan *fashion show*, tetapi harus ada akun Instagram Malang Post. Cara ini cukup berhasil menarik anak muda di Swedia dengan catatan berita dan foto yang menarik.

Di Swedia memang ada orang tua yang hanya suka koran cetak. Sementara itu, ada perusahaan koran yang lebih fokus pada koran online dengan alasan koran *online* lebih bagus. Malang Post memang benar membuat koran cetak sesuai permintaan pembaca. Namun, Malang Post

harus segera membuat website yang lebih menarik.

Daftar Rujukan

helahalsingland.se Selasa 23 Mei 2015

Jawa Post Rabu 17 Mei 2017

Malang Post Rabu 17 Mei 2017

Malangpost.net Selasa 23 Mei 2017

Pak Dewanto. 2017. Hasil Wawancara. 5 Mei 2017

Pak Bagus. 2017. Hasil Wawancara. 19 Mei 2017

radarMalang.id Selasa 23 Mei 2017