

Adaptasi Perusahaan Media Konvensional ke Era Digital: Studi Pada Radar Cirebon

Ujang Suryadi¹, Musahwi², Nurlalili Khikmawati³, Naila Farah⁴

^{1,2,3,4} Sosiologi Agama Universitas Islam Negeri Siber Syekh Nurjati Cirebon

Corresponding Author: Ujang Suryadi, e-mail: ujangconix@gmail.com

Published: June, 2025

ABSTRAK

The development of digital technology has encouraged mass media, especially print media, to transform in order to maintain its existence. This research aims to understand the adaptation process of Radar Cirebon Public Daily from print media to digital platform in facing the pressure of information disruption and changes in consumer behavior. Using a qualitative method with a case study approach, data was collected through in-depth interviews and content analysis on the Radar Cirebon digital platform. Everett Rogers' Diffusion of Innovation Theory was used to analyze the stages of innovation adoption as well as innovation characteristics that influenced the transformation process. The results showed that Radar Cirebon's adaptation took place gradually through five phases: knowledge, persuasion, decision, implementation, and reinforcement. In addition, this transformation involved changes in editorial work structure, organizational strategy, HR capacity building, and internal challenges in the form of cultural resistance. However, findings in the field also show a tendency for editors to produce processed content from online sources without direct coverage, raising critical questions regarding the loss of the essence of journalistic work and the shift in the role of editors to become mere SEO content producers. This research confirms that digital transformation requires not only technical adaptation, but also restructuring of work culture, professionalism values, and content innovation based on the needs of today's digital audience.

Keywords: digital transformation, print media, diffusion of innovation, case study

© The Author(s). 2021 Open Access This article is licensed under a Creative Commons Attribution 4.0 International License, which permits use, sharing, adaptation, distribution and reproduction in any medium or format, as long as you give appropriate credit to the original author(s) and the source, provide a link to the Creative Commons licence, and indicate if changes were made. The images or other third party material in this article are included in the article's Creative Commons licence, unless indicated otherwise in a credit line to the material. To view a copy of this licence, visit <http://creativecommons.org/licenses/by/4.0>

PENDAHULUAN

Di tengah arus digitalisasi yang semakin pesat, media cetak mengalami tantangan besar dalam menjaga keberlangsungan dan relevansinya (Wijoyo & Reviyanti, 2024). Karena perilaku konsumsi informasi masyarakat telah bergeser ke arah digital yang menyebabkan penurunan signifikan dalam oplah media cetak dan pemasukan iklan. Menurut laporan ANTARA News (2022) Pada semester pertama tahun 2022, total pengeluaran untuk iklan di Indonesia tercatat sebesar Rp135 triliun. Dari angka tersebut, media cetak hanya menyumbang sekitar 4,8% dari total belanja iklan, sementara media digital menyerap hingga 15,2%. Media televisi tetap menjadi yang paling dominan dengan menguasai 79,7% dari keseluruhan pengeluaran iklan redaksisatu.id (2023). Menurut (Islam et al., 2023) Fenomena penurunan jumlah konsumen media cetak sejalan dengan temuan survei yang dilakukan oleh Reuters Institute dan Universitas Oxford terkait pola konsumsi berita dan pasar digital secara global dan melibatkan sekitar

93.000 responden dari 46 negara dan hasilnya adalah, kebiasaan mengonsumsi berita kini lebih banyak mengarah pada platform media daring dan media sosial sebagai sumber informasi yang paling populer.

Akibat dari krisis struktural ini, banyak perusahaan media cetak melakukan restrukturisasi besar-besaran, termasuk pemutusan hubungan kerja (PHK) terhadap para karyawannya. Menurut Tirto.id (2021), Harian Suara Pembaruan, resmi berhenti terbit dan menghentikan operasional cetaknya. Peristiwa ini berdampak pada puluhan karyawan, termasuk wartawan senior yang terkena PHK.

Menurut (mahakaX, 2017) dalam *Annual Report* pada tahun 2022, PT Mahaka Media Tbk yang kini beroperasi dengan nama mahakaX melakukan perubahan besar dengan mengalihkan fokusnya ke pengembangan sektor digital. Upaya ini diwujudkan melalui pembentukan sejumlah unit bisnis baru yang bergerak di bidang konten dan teknologi digital, seperti PT Kreatif Intel Teknologi dan PT Akasia Cepat Indonesia. Menurut (Ga et al., 2021) Media online, yang juga dikenal sebagai media digital, adalah jenis media yang disajikan melalui platform internet, transformasi tersebut ditujukan untuk menciptakan ekosistem kreatif yang menempatkan kreator, komunitas, serta ruang dialog sebagai elemen utamanya. Menurut (Islam et al., 2023) Pada era skearang media sosial menempati peringkat kedua, melampaui media cetak dan televisi.

Penurunan pendapatan iklan cetak dan pembaca yang beralih ke media online memaksa perusahaan untuk mengubah strategi, dari model distribusi fisik ke platform digital berbasis website dan media sosial. Proses ini menuntut perubahan pada struktur redaksi, pola kerja jurnalistik, serta bentuk produksi konten, termasuk pemanfaatan video, SEO, dan distribusi multiplatform. Namun, perkembangan teknologi digital dan informasi telah merevolusi cara kerja media, sekaligus mendorong lahirnya media digital. Berbeda dari media analog, media digital seperti internet memberikan akses tak terbatas terhadap gambar, video, teks, dan audio, serta memungkinkan penyebaran ajaran agama secara interaktif dengan fitur hiperteks (Amar et al., 2024). Selain itu, jurnalis dan media tradisional juga menghadapi tantangan besar dari munculnya berbagai jenis media baru, khususnya media sosial. Media sosial berfungsi sebagai platform yang memfasilitasi interaksi dan komunikasi melalui teknologi internet (Shanaz & Irwansyah, 2021). Menurut (Islam et al., 2023) Media cetak memerlukan banyak tenaga kerja, sehingga biaya produksinya cenderung lebih tinggi dibandingkan media digital. Selain itu, di era sekarang, generasi muda lebih memilih mengakses internet daripada membeli majalah atau koran.

Menurut (Amar et al., 2024) Dalam beberapa dekade terakhir, perkembangan teknologi digital telah membawa perubahan besar terhadap industri media. Proses produksi, distribusi, dan konsumsi informasi oleh masyarakat mengalami transformasi berkat kemajuan di bidang komputasi, internet, serta perangkat mobile. Namun, proses transformasi ini tidak berjalan tanpa tantangan. Di satu sisi, digitalisasi membuka peluang baru bagi media lokal untuk menjangkau audiens lebih luas dan real-time. Di sisi lain, adaptasi ini membawa konsekuensi serius terhadap identitas institusi, kualitas konten, beban kerja wartawan, dan kondisi ketenagakerjaan. Dalam konteks ini, penting untuk meneliti bagaimana Radar

Cirebon sebagai perusahaan media lokal melakukan proses adaptasi dari media konvensional ke platform digital, baik dari aspek struktural, manajerial, maupun kultural. Proses ini bukan hanya transformasi teknologi, tetapi juga menyangkut perubahan nilai, strategi bisnis, serta identitas kelembagaan. Menurut (Saragih, 2024) Transformasi media cetak saat ini tidak hanya sebatas mengubah teks ke format digital, melainkan menghasilkan format baru yang lebih sesuai dengan kebutuhan zaman. Kemajuan internet telah mendorong media tradisional untuk berinovasi dalam penyebaran informasi secara lebih cepat, sekaligus menguji kekuatan dominasi media konvensional.

Oleh karena itu, penelitian ini akan secara kualitatif menelaah proses adaptasi perusahaan media konvensional ke era digital, dengan menjadikan Radar Cirebon sebagai studi kasus, untuk melihat sejauh mana transformasi ini mampu menjawab tantangan zaman sekaligus mempertahankan eksistensi media lokal di tengah arus digitalisasi global.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan metode kualitatif dengan melakukan wawancara pada pimpinan dan karyawan Radar Cirebon, dengan melakukan wawancara mendalam, dan melakukan analisis konten pada website radar cirebon, untuk mengeksplorasi konten yang di publikasikan. Pendekatan studi kasus dipilih karena memungkinkan peneliti untuk melakukan eksplorasi mendalam terhadap dinamika dan proses adaptasi yang dialami oleh Radar Cirebon dalam merespons disrupsi media digital. Studi kasus dinilai relevan karena fokus pada konteks aktual, kompleksitas organisasi, dan fenomena transisi yang bersifat kontekstual serta terikat waktu. Kasus merupakan alasan utama dilaksanakannya penelitian studi kasus, sehingga tujuan dan fokus utama dari metode ini tertuju pada kasus yang dijadikan objek penelitian. (Assyakurrohim et al., 2022).

Teori difusi informasi/inovasi dari Everett Rogers menggambarkan proses bagaimana suatu inovasi diperkenalkan dan kemudian diterima oleh berbagai kelompok masyarakat. Dalam konteks ini, inovasi berupa e-paper harus melalui beberapa tahapan sebelum akhirnya diadopsi secara meluas. Sebagai contoh, pihak pengelola media memperkenalkan platform media baru selain surat kabar cetak, yang kemudian dicoba oleh sekelompok kecil pengguna. Seiring waktu, ketika sebagian besar masyarakat mulai memanfaatkan platform tersebut, akan muncul kelompok pengguna terakhir yang akhirnya turut beralih ke media digital, mengikuti perubahan yang telah terjadi.

Transformasi digital Radar Cirebon dapat dipahami sebagai suatu proses difusi inovasi, di mana adopsi terhadap platform digital seperti situs web, e-paper, dan media sosial tidak terjadi secara instan, tetapi melalui tahapan-tahapan sebagaimana dijelaskan oleh Rogers: *knowledge*, *persuasion*, *decision*, *implementation*, dan *confirmation*. Tahapan ini menjelaskan bagaimana redaksi Radar Cirebon pertama-tama menyadari pentingnya inovasi digital (*knowledge*), kemudian mengevaluasi manfaat dan risiko (*persuasion*), mengambil keputusan untuk bertransformasi (*decision*), mengimplementasikan sistem digital seperti

redaksi daring dan distribusi konten via media sosial (*implementation*), serta akhirnya menegaskan pilihan tersebut sebagai langkah strategis jangka panjang (*confirmation*).

HASIL DAN PEMBAHASAN

Platform media, terutama media cetak, harus menyesuaikan dan mengadopsi teknologi digital untuk mempertahankan eksistensinya dan terus berkembang di era teknologi digital yang semakin tak terbendung. Media cetak akan mati jika tetap bertahan dengan konsep konvensional dan tidak mau menyesuaikan dengan perkembangan teknologi digital (Putra, 2019). Transformasi Radar Cirebon ke platform digital berakar dari desakan realitas industri media yang mengalami tekanan struktural. Informan menyatakan bahwa sejak 2018, Radar Cirebon mulai menata ulang orientasi bisnisnya karena pendapatan dari iklan cetak mengalami penurunan drastis. Menurut Nielsen ANTARA News (2022) pada semester pertama tahun 2022, total belanja iklan di Indonesia mencapai Rp135 triliun, dengan distribusi sebagai berikut: Televisi: 79,7% (sekitar Rp107,5 triliun) Media digital: 15,2% (sekitar Rp20,5 triliun) Media cetak: 4,8% (sekitar Rp6,5 triliun) dan Radio: 0,3%. Data ini menunjukkan bahwa belanja iklan media cetak mengalami penurunan signifikan, sementara media digital menunjukkan tren peningkatan. Namun, angka Rp88 triliun untuk belanja iklan digital pada 2023 tidak ditemukan dalam sumber yang tersedia. Perlu dicatat bahwa data belanja iklan dapat bervariasi tergantung pada metodologi dan cakupan media yang digunakan oleh lembaga riset. Adaptasi awal dilakukan dengan membentuk tim digital kecil dan memindahkan beberapa konten ke media daring seperti situs web dan media sosial.

1. Tahapan Adopsi Teknologi Baru Radar Cirebon

Dalam kerangka Teori Difusi Inovasi yang dikembangkan oleh Everett Rogers, proses adopsi suatu inovasi melewati lima tahapan utama, yaitu: *Knowledge*, *Persuasion*, *Decision*, *Implementation*, dan *Confirmation*. Proses ini dapat dilihat secara jelas pada transformasi digital yang dilakukan oleh Radar Cirebon sebagai bentuk respons terhadap dinamika industri media yang berubah cepat akibat disrupsi digital. Transformasi digital Radar Cirebon dimulai sejak tahun 2018, ditandai dengan kesadaran internal akan menurunnya pendapatan dari iklan media cetak dan berubahnya pola konsumsi berita masyarakat. Manajemen dan Radar Cirebon juga perlu melakukan riset dan adaptasi terhadap tren menurun pada iklan cetak dan meningkatnya konsumsi berita lewat internet dan media sosial (Wawancara dengan Pimpinan Radar Cirebon 21/05/2025). Kondisi ini mendorong pimpinan media untuk segera melakukan orientasi ulang bisnis ke platform digital sebagai bentuk respons terhadap tekanan pasar dan tren digitalisasi industri media.

Menurut (Leobisa et al., 2023) Media sosial adalah bentuk teknologi komunikasi jarak jauh yang dimanfaatkan untuk menyebarkan informasi. Platform seperti Facebook, Twitter, WhatsApp, TikTok, Instagram, dan YouTube telah merevolusi cara individu berinteraksi, memungkinkan komunikasi yang

cepat dan mudah tanpa terbatas oleh ruang maupun waktu. Dalam hal ini media cetak tentunya akan melakukan adaptasi dengan memanfaatkan media sosial. Radar Cirebon mulai mengalokasikan sumber daya ke platform digital untuk bertahan dalam lanskap media yang bergeser cepat. Perusahaan media cetak kini menghadapi kondisi di mana audiens tidak lagi bergantung pada pola produksi dan konsumsi media tradisional. Sebaliknya, mereka menjadi pengguna yang aktif dan selektif dalam mengakses informasi serta hiburan melalui perangkat *mobile* (Suryawati et al., 2023).

Langkah pertama yang diambil perusahaan adalah membaca data tren pasar dan mengevaluasi ulang strategi distribusi berita serta model bisnis yang selama ini dijalankan. Manajemen menyadari bahwa mempertahankan pola lama hanya akan mempercepat kemunduran institusi media cetak. Oleh karena itu, mereka mulai melakukan sejumlah diskusi internal dan rapat strategis guna membahas masa depan perusahaan di tengah gelombang digitalisasi. Dalam proses ini, muncul komitmen dari pimpinan untuk melakukan orientasi ulang terhadap cara kerja redaksi, sistem distribusi, serta pendekatan kepada pembaca dan pengiklan.

Selanjutnya, proses adaptasi mulai diarahkan pada penyesuaian operasional internal. Pihak manajemen menginisiasi pelatihan dasar bagi sejumlah kru redaksi untuk memahami cara kerja distribusi berita digital. Selain itu, beberapa sumber daya mulai dialihkan untuk mengelola akun media sosial, membangun engagement dengan audiens online, dan merancang ulang website agar lebih responsif terhadap kebutuhan pengguna digital. Walaupun pada tahap awal ini belum seluruh unit bergerak serempak, namun kecenderungan perubahan ke arah digital mulai terasa dalam pola kerja harian dan prioritas redaksi.

Dari wawancara juga terungkap bahwa proses adaptasi ini bukan sekadar langkah teknis, melainkan juga bersifat kultural. Terdapat tantangan dalam menggeser cara pandang wartawan dan redaktur yang sebelumnya terbiasa dengan tempo kerja cetak yang lebih lambat, menjadi lebih adaptif terhadap kecepatan dan ritme kerja digital. Oleh karena itu, selain restrukturisasi teknis, Radar Cirebon juga berupaya membangun budaya kerja baru yang lebih terbuka terhadap pembaruan dan inovasi. Secara umum, tahapan adopsi teknologi digital oleh Radar Cirebon dapat dilihat sebagai bentuk respons terhadap tekanan pasar dan transformasi lingkungan media. Proses ini masih berlangsung dan bersifat bertahap, namun menunjukkan arah yang jelas menuju digitalisasi sebagai strategi utama dalam menjaga eksistensi dan relevansi perusahaan media di tengah tantangan zaman.

2. Strategi Organisasi dalam Mengelola Perubahan Digital

Transformasi ini berdampak besar pada struktur kerja redaksi. Informan menyebut bahwa alur kerja yang tadinya linear (penulisan, penyuntingan, cetak) kini menjadi dinamis dan real-time. Tim redaksi dituntut untuk bisa multitasking: menulis, mengambil gambar/video, sekaligus mengunggah konten ke berbagai platform. Produksi berita kini dibentuk berdasarkan trending topic, algoritma SEO, dan waktu

tayang di media sosial. Menurut (Suryawati et al., 2023) Harian Solopos merupakan salah satu perusahaan media yang menunjukkan optimisme dan mampu bertahan di tengah tekanan dari perkembangan teknologi digital. Sebagai media lokal, Solopos menampilkan daya tahan yang mencolok serta memiliki karakteristik khas yang membedakannya dari media lain di wilayah Kota Solo. Namun disisi lain struktural pada redaksi ataupun alur kerja yang mencoba beradaptasi, mereka tentunya tidak meninggalkan media cetak seperti pada media lokal Solopos ini. Menurut (Adriani et al., 2023) Pemantauan media menghasilkan data yang mencakup posisi perusahaan dibandingkan dengan para pesaingnya, sehingga perusahaan dapat merancang strategi bisnis yang lebih tepat ke depannya. Menurut (Fazryansyah et al., 2014) Media cetak melakukan proses mulai dari mencari berita, menulis, mengedit naskah, hingga mendistribusikan informasi. Pencari berita di media cetak diharuskan mampu menemukan dan menyusun berita dalam waktu yang cukup singkat dengan menggunakan gaya bahasa langsung (straight news) yang singkat, jelas, tanpa berbelit-belit, serta berdasarkan data sementara yang diperoleh dari lapangan.

Menurut (Dewi, 2022) Internet menggunakan algoritma yang secara khusus menyesuaikan informasi tertentu kepada audiens berdasarkan riwayat pencarian mereka. Misalnya, jika seseorang sering mencari kata kunci tentang destinasi wisata, maka internet akan lebih sering menampilkan rekomendasi konten yang berkaitan dengan destinasi wisata tersebut. Selain itu, dari segi konten, kemajuan teknologi memungkinkan semua informasi di internet mudah untuk diubah, sehingga pembuat pesan tidak dapat memastikan apakah pesan yang mereka sampaikan benar-benar sampai ke audiens dalam bentuk aslinya atau sudah mengalami perubahan. Harian umum Radar Cirebon adalah sebuah organisasi media cetak yang telah memanfaatkan teknologi dalam berbagai aspek, mulai dari komunikasi antar staf redaksi hingga proses pengolahan berita sampai siap untuk diterbitkan (Fazryansyah et al., 2014).

Perusahaan menyadari pentingnya pelatihan SDM agar bisa bekerja di ekosistem digital. Beberapa informan menyebut adanya pelatihan penggunaan CMS (Content Management System), dasar-dasar SEO, dan penggunaan platform media sosial. Menurut (Agustin et al., 2013) Jurnalis merupakan individu yang seharusnya memiliki keahlian dan kemampuan dalam menggali informasi serta menyampaikannya secara efektif. Meskipun pelatihan bersifat bertahap dan terbatas, hal ini menunjukkan upaya pelestarian nilai dan norma kerja jurnalistik di tengah perubahan. Kemajuan media berkontribusi langsung terhadap percepatan arus informasi, yang merupakan bagian integral dari evolusi teknologi informasi. Kedua aspek ini saling memengaruhi dan memiliki hubungan yang bersifat timbal balik (Sanjaya et al., 2025). Menurut (Dewi, 2022) Generasi milenial memiliki kecenderungan untuk menyukai segala sesuatu yang bersifat instan, termasuk dalam hal memperoleh informasi. Mereka lebih memilih model komunikasi interaktif yang memungkinkan adanya umpan balik secara langsung terhadap pendapat yang disampaikan. Salah satu media yang mendukung karakter komunikasi dua arah ini adalah internet. Oleh karena itu, tidak mengherankan jika generasi milenial lebih memilih mengakses informasi melalui internet, mengingat sifat internet sebagai media baru yang menawarkan kecepatan dan jangkauan luas. Menurut (Ayu et al., 2022)

Teknologi dianggap positif apabila memberikan manfaat besar dan mendukung kegiatan manusia, namun sebaliknya dapat dinilai negatif jika menimbulkan dampak buruk bagi masyarakat. Literasi digital merujuk pada pengetahuan dan keterampilan pengguna dalam menggunakan media digital, termasuk perangkat komunikasi, jaringan internet, dan lainnya. Perubahan dari cetak ke digital membawa konsekuensi pada struktur kerja redaksi dan teknis produksi. Disini juga Radar Cirebon harus memangkas beberapa tahapan yang sebelumnya ada di media cetak, terutama dalam editing dan layout, terutama pada Radar Cirebon Televisi (Wawancara dengan Karyawan Radar Cirebon 21/05/2025). Selain itu, terjadi pergeseran peran SDM, dari yang sebelumnya fokus pada cetak menjadi lebih fleksibel dan digital-minded. Beberapa posisi dirotasi, bahkan ada pengurangan personel sebagai bentuk efisiensi sumber daya.

3. Kualitas Produksi Konten dan Tantangan Profesionalisme Redaksi

Dalam teori difusi inovasi, Rogers mengemukakan bahwa terdapat lima karakteristik utama dari suatu inovasi yang menentukan seberapa cepat inovasi tersebut akan diadopsi oleh suatu sistem sosial. Manajemen menyadari bahwa kesiapan internal menjadi kunci. Radar Cirebon memberikan pelatihan internal, khususnya dalam penggunaan CMS dan dasar-dasar SEO bagi reporter, ataupun sebagai content writer (Wawancara dengan Karyawan Radar Cirebon 21/05/2025). Walau ada resistensi awal dari beberapa wartawan senior, secara perlahan sebagian besar mulai menyesuaikan diri. Adaptasi ini tidak selalu mudah, tetapi berjalan secara bertahap melalui bimbingan teknis dan sharing session antarstaf.

Salah satu temuan penting dari observasi dan wawancara lapangan adalah kecenderungan Radar Cirebon dalam memproduksi konten yang tidak sepenuhnya bersumber dari aktivitas jurnalistik langsung. Berdasarkan keterangan dari pimpinan redaksi (Wawancara dengan Pimpinan Radar Cirebon 21/05/2025), diketahui bahwa sebagian besar berita yang dipublikasikan di website Radar Cirebon diolah dari sumber-sumber yang sudah tersedia di internet, termasuk dari Google Trends, media daring nasional, dan rilis pers dari berbagai pihak. Praktik ini kemudian dikemas kembali dengan gaya bahasa yang menyesuaikan kebutuhan SEO (Search Engine Optimization) dan tren konsumsi digital, tanpa melalui proses peliputan langsung, verifikasi mendalam, atau wawancara primer di lapangan.

Konten yang dihasilkan pun tidak jarang berupa artikel ringan seperti tips kesehatan, jenis makanan, tren hiburan, dan informasi umum lainnya yang lebih menyerupai konten content writer daripada produk jurnalistik. Hal ini memunculkan pertanyaan mendasar terkait kualitas dan etika kerja redaksi: di mana letak unsur jurnalistik jika prosesnya tidak melibatkan peliputan, klarifikasi, atau upaya menghadirkan perspektif baru dari lapangan. Jika yang dilakukan hanya menyunting ulang sumber yang tersedia secara publik dan menyesuaikannya untuk kebutuhan trafik, maka peran redaksi di sini lebih sebagai produsen konten SEO ketimbang pewarta berita.

Dari wawancara juga terungkap bahwa perubahan ini merupakan bagian dari strategi adaptasi internal. Radar Cirebon menyadari pentingnya literasi digital di lingkungan kerja mereka. Oleh karena itu, manajemen memberikan pelatihan internal terkait penggunaan CMS (Content Management System) dan

teknik dasar SEO, serta mengarahkan reporter untuk bisa menghasilkan konten cepat yang sesuai dengan algoritma mesin pencari. Dalam praktiknya, banyak reporter yang kemudian tidak lagi turun ke lapangan, melainkan bekerja dengan meramu berbagai sumber daring dan mengolahnya menjadi berita yang layak tayang. Pelatihan tersebut memang membantu sebagian besar staf dalam menyesuaikan diri dengan model distribusi berita digital. Namun, proses ini tidak lepas dari resistensi, terutama dari wartawan senior yang mempertanyakan pergeseran fungsi jurnalistik di institusi ini. Kekecewaan tersebut muncul karena semangat awal kerja jurnalistik yakni menggali fakta dari lapangan, menjadi saksi mata, dan menyuarakan kepentingan public tidak lagi menjadi prioritas utama. Transformasi ke digital justru menekan ruang produksi berita menjadi sekadar rutinitas mengolah konten agar cepat naik dan menjaring klik.

Kondisi ini memperlihatkan adanya dilema antara tuntutan adaptasi digital dan pemeliharaan etika jurnalistik. Di satu sisi, Radar Cirebon berupaya untuk bertahan di tengah menurunnya minat pembaca cetak dan kompetisi media online. Namun di sisi lain, kualitas berita yang dihasilkan terancam kehilangan nilai informatif, verifikatif, dan mendalam yang semestinya menjadi ciri khas kerja jurnalistik. Akhirnya, publik sebagai konsumen berita pun dihadapkan pada arus informasi yang cepat namun dangkal, yang sulit dibedakan dari sekadar konten pemasaran atau artikel viral berorientasi trafik. Melalui kondisi ini, tampak bahwa tantangan terbesar Radar Cirebon bukan hanya pada level teknis adopsi digital, tetapi pada konsistensi dalam menjaga marwah profesi jurnalistik di tengah tekanan logika algoritma dan pasar daring yang kian dominan.

4. Resistensi dalam Menerima Inovasi

Menurut (Putra, 2019) Dalam menghadapi tantangan era globalisasi berbasis teknologi digital, industri media massa di Indonesia dituntut untuk melakukan penyesuaian yang adaptif. Perkembangan pesat teknologi digital saat ini mendorong media untuk berinovasi, agar mampu menyediakan akses informasi yang lebih cepat, praktis, dan efisien bagi masyarakat, guna memenuhi kebutuhan publik terhadap informasi yang akurat dan tepat waktu. Tidak semua karyawan berhasil beradaptasi. Informan mengungkapkan bahwa beberapa wartawan senior kesulitan mengikuti perkembangan digital dan akhirnya mengundurkan diri atau dipindahkan ke fungsi non-digital. Beban kerja yang meningkat karena tuntutan produksi cepat juga memicu kelelahan kerja (*digital fatigue*), terutama pada jurnalis lapangan. Menurut (Putra, 2019) Selain penurunan jumlah pembaca, pengeluaran iklan untuk media cetak juga mengalami penurunan. Pada periode Januari hingga September 2017, belanja iklan media cetak mencapai 21,8 triliun rupiah, turun 13% dibandingkan periode yang sama pada 2013 sebesar 25 triliun rupiah. Selain itu, jumlah produsen media cetak juga berkurang sekitar 23%. Menurut catatan Nielsen, jumlah media cetak yang ada pada 2013 sebanyak 268, namun menurun drastis menjadi 192 media pada 2017.

Penyesuaian terhadap perubahan perilaku konsumen menjadi suatu keharusan agar informasi yang disajikan tetap dapat diterima dan dinikmati oleh mayoritas pengguna. Industri media cetak perlu beradaptasi dengan perubahan tersebut sekaligus terus mengembangkan inovasi dalam model bisnisnya

(Putra, 2019). Tantangan utama dalam proses peralihan adalah menjaga loyalitas pembaca dan membangun sistem distribusi informasi yang sesuai dengan perilaku pengguna digital. Manajemen pada Radar Cirebon mencoba menasar pasar milenial lewat konten visual dan distribusi berita via Instagram ataupun dari sumber-sumber yang tersedia (Wawancara dengan Pimpinan Radar Cirebon 21/05/2025). Inovasi juga dilakukan pada segmentasi konten, seperti peliputan lokal berbasis isu komunitas yang lebih aktual dan interaktif di platform digital.

Menurut (Bawamenewi & Waruwu, 2023) Kemajuan teknologi telah menghadirkan berbagai perubahan signifikan. Hal ini mengindikasikan bahwa proses adaptasi tidak hanya teknis, tapi juga melibatkan resistensi kultural. Digitalisasi tidak hanya soal alat, tetapi soal kesiapan mental dan sistem nilai di dalam institusi media. Informan menyebut bahwa semangat kerja mengalami perubahan. Di satu sisi, jurnalis muda menunjukkan antusiasme terhadap dunia digital, tapi di sisi lain, muncul kekhawatiran terhadap kualitas berita yang menurun karena kejar tayang dan clickbait. Hal ini menunjukkan adanya ketegangan antara orientasi idealisme jurnalistik dan tuntutan pasar digital, bahwa transformasi digital adalah perubahan sistemik yang turut mengguncang identitas profesi jurnalis dan nilai-nilai jurnalistik konvensional. Menurut (Leobisa et al., 2023) Teknologi informasi kini menjadi kebutuhan bagi setiap individu karena memungkinkan akses informasi yang cepat dan memfasilitasi komunikasi secara efisien. Media sosial turut berperan dalam mempermudah interaksi antar pengguna dalam komunitas daring, baik untuk berbagi informasi, menyalurkan ide dan kreativitas, mengekspresikan diri, maupun menyebarkan karya. Keberadaan teknologi canggih ini tidak hanya berfungsi sebagai alat bantu, tetapi juga memiliki pengaruh besar dalam membentuk dan mengubah pola perilaku manusia.

Radar Cirebon mulai mengadopsi pola distribusi konten multiplatform: web, Facebook, Instagram, dan TikTok. Tim kreatif dibentuk untuk membuat konten visual dan interaktif. Narasi lokal dikemas dalam format story dan video pendek, yang terbukti menarik audiens muda. Menurut Ga et al. (2021), media digital menekankan elemen kreator dan komunitas sebagai pusat interaksi konten. Strategi ini mencerminkan fungsi *Goal Attainment* yang adaptif terhadap perubahan pasar dan kebutuhan konsumen informasi.

KESIMPULAN

Kesimpulan dari penelitian ini menunjukkan bahwa adaptasi Radar Cirebon dari media cetak ke platform digital merupakan proses bertahap yang mencakup transformasi struktur organisasi, perubahan pola kerja redaksi, serta peningkatan kapasitas sumber daya manusia melalui pelatihan teknologi digital seperti CMS dan SEO. Transformasi ini mengikuti pola difusi inovasi yang sistematis, namun tidak lepas dari tantangan internal berupa resistensi kultural dan pergeseran nilai profesionalisme. Meskipun secara teknis inovasi digital berhasil diadopsi, praktik di lapangan menunjukkan kecenderungan redaksi untuk lebih mengutamakan produksi konten dari sumber sekunder tanpa peliputan langsung, yang berimplikasi

pada penurunan kualitas dan integritas jurnalistik. Oleh karena itu, keberhasilan adaptasi digital seharusnya tidak hanya dilihat dari kemampuan teknis dan kecepatan distribusi berita, tetapi juga dari konsistensi menjaga etika jurnalistik serta kemampuan media dalam menghasilkan konten yang relevan, kredibel, dan berpihak pada kepentingan publik.

DAFTAR PUSTAKA

- Adriani, I., Patriani, T., & Purnamasari, O. (2023). Strategi Media Monitoring Pt. Kinanti Strategi Utama Dalam Handling Krisis Pemberitaan Media. *Intercode*, 03(01), 18–29.
- Agustin, H., Karlinah, S., Abdullah, A., & Supriadi, D. S. (2013). Pemetaan Kebutuhan Kualifikasi Jurnalis Pemula Pada Industri Media Massa Di Indonesia. *Jurnal Kajian Komunikasi*, 1(2), 141–154. <https://doi.org/10.24198/jkk.vol1n2.4>
- Amar, M. I., Mpandi, A., & Adawiah, R. (2024). “TRANSFORMASI MEDIA ANALOG KE MEDIA DIGITAL SEBAGAI UPAYA ADAPTASI (ANALISIS KONVERGENSI MEDIA).” 8(7), 379–388.
- Assyakurrohim, D., Ikhrum, D., Sirodj, R. A., & Afgani, M. W. (2022). Metode Studi Kasus dalam Penelitian Kualitatif. *Jurnal Pendidikan Sains Dan Komputer*, 3(01), 1–9. <https://doi.org/10.47709/jpsk.v3i01.1951>
- Ayu, I. W., Zulkarnaen, Z., & Fitriyanto, S. (2022). Budaya Digital Dalam Transformasi Digital Menghadapi Era Society 5.0. *Jurnal Pengembangan Masyarakat Lokal*, 5(1), 20–25. <https://doi.org/10.58406/jpml.v5i1.922>
- Azkia, M., Adiba, M., & Imansari, N. G. (2023). *Analisis Reportase Media Massa di Era Digital : Tantangan , Peluang , dan Dampaknya Pada Pandangan Khlayak Analysis of Mass Media Reportage in The Digital Era : Challenges , Opportunities , and Impact on Audience Views Abstrak PENDAHULUAN (INTRODUCTION . 2(1), 11–22.*
- Bawamenewi, A., & Waruwu, Y. (2023). Pengembangan Media Pembelajaran Bahasa melalui Transformasi Digital Berbasis E-Learning. *GHANCARAN: Jurnal Pendidikan Bahasa Dan Sastra Indonesia*, November, 58–66. <https://doi.org/10.19105/ghancaran.vi.11739>
- Dewi, D. K. (2022). Sinergi Dan Kolaborasi Sebagai Strategi Media Cetak Bertahan Dalam Era Disrupsi. *Ekspresi Dan Persepsi : Jurnal Ilmu Komunikasi*, 5(2), 201–213. <https://doi.org/10.33822/jep.v5i2.4225>
- Fazryansyah, M. I., Agustina, H., & Nuruzzaman, N. (2014). Manajemen Redaksional Pada Surat Kabar Harian Umum Radar Cirebon (Studi Deskriptif Kualitatif Manajemen Redaksional pada Surat Kabar Harian Umum Radar Cirebon Periode Januari-Mei 2013). *Jurnal ASPIKOM*, 2(2), 85. <https://doi.org/10.24329/aspikom.v2i2.62>
- Ga, I. M. R., Wutun, M., & Aslam, M. (2021). Pengalaman Komunikasi Wartawan Media Cetak Beralih Ke Media Online Di Kota Kupang. *Jurnal Digital Media Dan Relationship*, 3(2), 70–78.

<https://doi.org/10.51977/jdigital.v3i2.608>

Islam, U., Kiai, N., & Siddiq, A. (2023). *Jurnal Ilmu Komunikasi* DISRUPSI DIGITAL SEBAGAI ANCAMAN EKSISTENSI MEDIA CETAK Abdul Choliq *The proliferation of news stories in online and social media has threatened the print media industry , even today ' s many have collapsed ; because many printed ne. 13*(2).

Leobisa, J., Baun, S., Lopis, Y. S., & Saingo, Y. A. (2023). Tantangan Penggunaan Media Sosial Di Era Disrupsi Dan Peran Pendidikan Etika Kristen. *Aletheia Christian Educators Journal*, 4(1), 38–48.

<https://doi.org/10.9744/aletheia.4.1.38-48>

mahakaX. (2017). *ANNUAL REPORT 2022*. 2588–2593.

Prasetya, A., Nurdin, M. F., & Gunawan, W. (2021). Sosietas Jurnal Pendidikan Sosiologi Perubahan Sosial Masyarakat dalam Perspektif Sosiologi Talcott Parsons di Era New Normal. *Pendidikan Sosiologi*, 11(1), 929–939.

[http://download.garuda.kemdikbud.go.id/article.php?article=2464426&val=23455&title=Perubahan Sosial Masyarakat dalam Perspektif Sosiologi Talcott Parsons di Era New Normal](http://download.garuda.kemdikbud.go.id/article.php?article=2464426&val=23455&title=Perubahan%20Sosial%20Masyarakat%20dalam%20Perspektif%20Sosiologi%20Talcott%20Parsons%20di%20Era%20New%20Normal)

Putra, R. A. (2019). Tantangan Media Massa Dalam Menghadapi Era Disrupsi Teknologi Informasi. *Jusifo*, 5(1), 1–6. <https://doi.org/10.19109/jusifo.v5i1.5003>

Sanjaya, M., Swarnawati, A., & Jakarta, U. M. (2025). *Jurnal Pewarta Indonesia* Pemutusan Hubungan Kerja sebagai Akibat Digitalisasi dan Konvergensi Media di ANTV. 7(1), 13–18.

Saragih, M. Y. (2024). TRANSFORMASI MEDIA TIKTOK SEBAGAI RUANG BARU JURNALISTIK ADAPTASI MEDIA TRADISIONAL. 5(November), 297–305.

Shanaz, N. V., & Irwansyah, I. (2021). Pemanfaatan Media Sosial Instagram Dalam Aktivitas Jurnalisme Warga Dan Implikasinya Terhadap Media Konvensional. *Jurnal Teknologi Dan Sistem Informasi Bisnis*, 3(2), 373–379. <https://doi.org/10.47233/jteksis.v3i2.257>

Suryawati, I., Rusadi, U., & Wahid, U. (2023). Pergeseran Arah Transformasi Bisnis Media Cetak di Era Teknologi Informasi (Studi Kasus pada Harian Solopos). *Avant Garde*, 11(2), 178. <https://doi.org/10.36080/ag.v11i2.2681>

Wijoyo, M. L. P., & Reviyanti, N. (2024). Digitalisasi dan Eksistensi Media Cetak (Studi Kasus Majalah Maisona) Kementerian Pekerjaan Umum dan Perumahan Rakyat Republik Indonesia. *JlIP - Jurnal Ilmiah Ilmu Pendidikan*, 7(4), 4297–4302. <https://doi.org/10.54371/jiip.v7i4.4119>