

BAB II

GAMBARAN UMUM SETTING PENELITIAN

2.1. Profil Harian Serambi Indonesia

Harian Serambi Indonesia merupakan salah satu surat kabar lokal terbesar di Provinsi Aceh yang diterbitkan oleh PT. Aceh Media Grafika. Surat kabar lokal ini terbit pertama kali pada 9 Februari 1989 sebagai hasil transformasi dari Mingguan Mimbar Swadaya yang telah berkembang sejak tahun 1970-an dibawah kepemimpinan M. Nourhalidyn. Sejak awal berdirinya, Harian Serambi Indonesia memfokuskan pemberitaannya pada berbagai isu yang berkaitan dengan kehidupan masyarakat Aceh, meliputi bidang pemerintahan, politik, ekonomi, pendidikan, sosial budaya, hingga olahraga. Perkembangan tersebut menjadikan Harian Serambi Indonesia sebagai salah satu media lokal utama rujukan masyarakat Aceh dalam memperoleh informasi lokal.

Dalam operasionalnya, Harian Serambi Indonesia berada di bawah naungan PT. Aceh Grafika Media yaitu sebuah perusahaan media massa yang tidak hanya bergerak di bidang penerbitan surat kabar, namun juga mengembangkan berbagai unit usaha media dan percetakan.

Harian Serambi Indonesia sebagai bagian dari kelompok Kompas Gramedia, mengalami perkembangan yang tidak hanya ditandai oleh penguatan media cetak, tetapi juga transformasi menuju media digital melalui integrasi dalam jaringan Tribun Network. Transformasi tersebut mendorong perubahan pada sistem produksi, distribusi, dan pengelolaan informasi sehingga Harian Serambi Indonesia tidak lagi hanya hadir sebagai surat kabar cetak, melainkan berkembang menjadi media multiplatform yang menyajikan informasi melalui surat kabar, portal berita daring, media sosial, video digital, serta berbagai kanal distribusi lainnya. Perkembangan tersebut menunjukkan bahwa Harian Serambi Indonesia terus melakukan adaptasi terhadap perubahan ekosistem media guna mempertahankan eksistensinya di tengah

perkembangan teknologi digital.

2.1.1 Sejarah Harian Serambi Indonesia

Harian Serambi Indonesia merupakan salah satu surat kabar lokal terbesar di Provinsi Aceh yang diterbitkan oleh PT Aceh Media Grafika. Surat kabar ini resmi terbit pada 9 Februari 1989 sebagai hasil transformasi dari Mingguan Mimbar Swadaya, sebuah media lokal yang telah berdiri sejak dekade 1970-an di bawah kepemimpinan M. Nourhalidyn. Perubahan tersebut menandai lahirnya sebuah surat kabar harian yang kemudian berkembang menjadi salah satu media utama bagi masyarakat Aceh dalam memperoleh informasi mengenai berbagai aspek kehidupan daerah.

Sebelum berubah menjadi Harian Serambi Indonesia, Mingguan Mimbar Swadaya beroperasi dalam kondisi harus menghadapi berbagai kendala dalam pengelolaannya. Beberapa penelitian menjelaskan bahwa sistem manajemen yang belum berjalan secara optimal menyebabkan penerbitan Mimbar Swadaya sering mengalami keterlambatan bahkan tidak terbit secara rutin. Kondisi tersebut mendorong M. Nourhalidyn untuk mencari solusi agar media yang telah dirintisnya tetap dapat bertahan, bersama dengan Sjamsul Kahar yang pada saat itu merupakan wartawan Harian Kompas Jakarta sebagai upaya memperkuat keberlangsungan media.

Proses perubahan Mingguan Mimbar Swadaya menjadi Harian Serambi Indonesia tidak berlangsung secara instan. Berdasarkan sejarah PT. Aceh Media Grafika, proses tersebut diawali dengan komunikasi antara pengelola Mimbar Swadaya, Pemerintah Daerah Aceh, dan Harian Kompas. Pada masa itu, Gubernur Aceh Ibrahim Hasan menginginkan hadirnya sebuah surat kabar harian yang mampu mendukung pembangunan daerah sekaligus menjadi media informasi bagi masyarakat Aceh. Melalui peran Sjamsul Kahar sebagai penghubung dengan Harian Kompas, dilakukan serangkaian pembahasan mengenai kemungkinan kerja sama untuk pengembangan media lokal di Aceh. Dalam proses tersebut, Harian Kompas menyatakan

kesediannya untuk memberikan dukungan berupa penguatan manajemen perusahaan, penerapan teknologi produksi surat kabar, serta pelatihan jurnalistik dan manajemen redaksi.

Serangkaian pembahasan tersebut menghasilkan berdirinya PT. Aceh Media Grafika pada 12 Desember 1988 sebagai perusahaan penerbit Harian Serambi Indonesia. Selanjutnya, pada 9 Februari 1989 bertepatan dengan Hari Pers Nasional, Mingguan Mimbar Swadaya secara resmi berubah menjadi Harian Serambi Indonesia. Dalam struktur organisasi yang baru, M. Nourhalidyn ditetapkan sebagai Pemimpin Umum, sedangkan Sjamsul Kahar dipercaya sebagai Pemimpin Redaksi. Perubahan ini tidak hanya ditandai dengan pergantian nama media, tetapi juga menjadi awal profesionalisasi pengelolaan surat kabar melalui dukungan sistem manajemen, teknologi produksi media cetak, dan pembinaan sumber daya manusia yang diberikan oleh Harian Kompas. Kerja sama tersebut menjadi fondasi awal perkembangan Harian Serambi Indonesia sebagai media cetak lokal di Aceh. Kerja sama yang dilakukan Harian Serambi Indonesia dengan Kompas Gramedia merupakan bentuk transformasi yang masih berorientasi pada modernisasi industri surat kabar melalui penguatan kelembagaan, sistem produksi, dan kualitas jurnalistik.

2.1.2 Evolusi Harian Serambi Indonesia

Sejak resmi terbit sebagai surat kabar harian pada 9 Februari 1989, Harian Serambi Indonesia terus mengalami perkembangan sebagai salah satu media lokal terbesar di Provinsi Aceh. Perubahan tersebut tidak hanya ditunjukkan melalui peningkatan kapasitas organisasi dan perluasan jangkauan distribusi, tetapi juga melalui kemampuan perusahaan dalam beradaptasi terhadap berbagai perubahan lingkungan strategis, mulai dari tantangan sosial-politik, bencana alam, hingga perubahan teknologi komunikasi. Maka, evolusi Harian Serambi Indonesia dapat dipahami sebagai proses transformasi yang berlangsung secara bertahap, yaitu dari media cetak konvensional menuju media yang menerapkan konvergensi dalam ekosistem media digital.

Awal hadirnya Harian Serambi Indonesia beroperasi sebagai media cetak yang seluruh aktivitas produksinya berorientasi pada penerbitan surat kabar harian. Dukungan yang diberikan Harian Kompas pada saat pembentukan Serambi Indonesia berupa penguatan manajemen perusahaan, penerapan teknologi produksi media cetak, serta pelatihan jurnalistik dan manajemen redaksi menjadi fondasi bagi profesionalisasi perusahaan. Penerapan teknologi pada periode tersebut masih berorientasi pada proses produksi surat kabar, seperti sistem percetakan, tata letak (layout), serta pengelolaan ruang redaksi. Kondisi ini berlangsung secara bersamaan dengan Serambi Indonesia berada dalam pengelolaan Pers Daerah (Persda) sebagai anak perusahaan Kompas Gramedia yang didirikan untuk membantu mengelola surat kabar lokal yang membutuhkan bantuan, dalam hal ini aktivitas media Serambi Indonesia masih berpusat pada kebutuhan edisi cetak. Dengan fondasi tersebut, Serambi Indonesia berkembang menjadi surat kabar lokal yang memiliki jaringan distribusi luas dan menjadikan isu-isu pemerintahan, politik, ekonomi, pendidikan, budaya, olahraga, serta kehidupan masyarakat Aceh sebagai fokus utama pemberitaannya.

Perjalanan Serambi Indonesia sebagai media cetak juga diwarnai oleh berbagai tantangan yang menguji keberlangsungan perusahaan. Pada masa konflik Aceh, aktivitas jurnalistik menghadapi tekanan keamanan sehingga proses peliputan maupun distribusi surat kabar mengalami berbagai hambatan. Tantangan yang lebih besar terjadi ketika bencana tsunami melanda Aceh pada 26 Desember 2004. Kantor pusat beserta fasilitas percetakan Serambi Indonesia mengalami kerusakan berat dan puluhan karyawan menjadi korban bencana. Meskipun demikian, perusahaan berhasil kembali menerbitkan surat kabar pada 1 Januari 2005 dengan memanfaatkan fasilitas percetakan yang masih dapat digunakan. Keberhasilan tersebut menunjukkan kemampuan organisasi dalam mempertahankan fungsi media sebagai penyedia informasi publik meskipun berada dalam situasi krisis.

Perubahan mulai terjadi ketika memasuki era disrupsi digital pada tahun 2010,

perkembangan internet dan teknologi digital mulai mengubah pola konsumsi informasi masyarakat. Informasi tidak lagi hanya diperoleh melalui surat kabar cetak, tetapi juga melalui media daring yang mampu menyajikan berita secara cepat dan dapat diakses kapan saja. Perubahan perilaku audiens tersebut menjadi tantangan baru bagi industri media cetak, termasuk Harian Serambi Indonesia. Dalam hal ini, Persda (Pers Daerah) berganti nama menjadi Tribun Network tahun 2010 dalam konteks bertransformasi ke digital. Serambi Indonesia ikut bergabung dibawah naungan Tribun Network untuk upaya pengembangan digital. Berada di bawah naungan Tribun Network, pada tahun 2010 Serambi sudah mencoba menciptakan website online, tetapi website ini tidak berjalan optimal karena beritanya masih sangat tertinggal. Pada tahun 2012, Tribun Network mulai mendorong koran-koran lokal di bawah naungannya untuk menciptakan media online, sehingga karena waktu itu Serambi sudah memiliki serambinews.net jadi dikembangkan dengan nama serambinews.net. Pada tahun 2015, pengembangan digital semakin menguat karena pengelolaan media digital mendapatkan perhatian khusus dari Tribun untuk dilakukan transformasi secara serius.

Proses transformasi digital tersebut terus berkembang hingga pada tahun 2017 Serambi Indonesia diberikan kepercayaan untuk mengelola medianya secara mandiri karena dinilai mampu mencapai 150.000 users per hari di platform digital. Saat ini, Serambi Indonesia masih berada di bawah naungan Tribun Network sekaligus memiliki manajemen operasional yang terbagi dalam tanggung jawab di tingkat Tribun Network dan di redaksi Serambi Indonesia.

Berbeda dengan kerja sama yang dilakukan bersama Harian Kompas pada tahun 1988–1989 yang berorientasi pada modernisasi media cetak, integrasi dalam Tribun Network diarahkan pada penerapan konvergensi media melalui pengembangan sistem produksi dan distribusi berita berbasis digital. Melalui jaringan ini, Serambi Indonesia mulai memanfaatkan sistem manajemen konten (*content management system*), pengembangan media sosial, produksi konten multimedia, serta distribusi informasi secara multiplatform. Dengan demikian,

Serambi Indonesia tidak lagi beroperasi hanya sebagai penerbit surat kabar, tetapi berkembang menjadi media yang mengintegrasikan surat kabar, portal berita daring, media sosial, video digital, podcast, e-paper, dan berbagai platform digital lainnya dalam satu ekosistem media.

Transformasi menuju konvergensi media membawa berbagai perubahan terhadap pengelolaan perusahaan. Dari sisi distribusi, jangkauan pembaca menjadi semakin luas karena informasi tidak lagi dibatasi oleh wilayah distribusi surat kabar, tetapi dapat diakses oleh masyarakat Aceh maupun diaspora Aceh di berbagai daerah dan luar negeri melalui platform digital. Dari sisi organisasi, proses produksi berita berkembang dari sistem single platform menjadi sistem multiplatform yang mengintegrasikan berbagai jenis konten dalam satu proses produksi. Sementara itu, dari sisi bisnis, pengembangan platform digital membuka peluang baru melalui monetisasi media digital di tengah menurunnya pendapatan media cetak. Kondisi tersebut menunjukkan bahwa konvergensi media menjadi strategi adaptasi yang memungkinkan Harian Serambi Indonesia mempertahankan eksistensinya di tengah perubahan ekosistem industri media.

Berdasarkan perkembangan tersebut, evolusi Harian Serambi Indonesia menunjukkan dua fase transformasi yang berbeda. Fase pertama merupakan transformasi yang mengubah Mingguan Mimbar Swadaya menjadi Harian Serambi Indonesia melalui modernisasi manajemen dan teknologi produksi media cetak. Sementara itu, fase kedua merupakan transformasi digital yang ditandai dengan pengembangan media daring dan integrasi ke dalam Tribun Network untuk pengembangan digital secara serius. Kedua fase tersebut memperlihatkan bahwa perkembangan Harian Serambi Indonesia berlangsung secara berkelanjutan sebagai bentuk adaptasi organisasi terhadap perubahan lingkungan industri media, sehingga mampu mempertahankan eksistensinya sebagai salah satu media lokal terbesar di Aceh hingga saat ini.

Saat ini, Harian Serambi Indonesia berada dibawah kepemimpinan Zainal Arifin M Nur

sebagai Pimpinan Redaksi, sejak sekitar tahun 2019. Berikut adalah struktur organisasi dari Harian Serambi Indonesia saat ini.

Pemimpin Umum	: Sjamsul Kahar
Pemimpin Redaksi	: Zainal Arifin M Nur
Manajer Online	: Safriadi Syahbuddin
News Manajer	: Bukhari M Ali
Print Production Manager	: Said Kamaruzzaman
Ass. Print Production manager	: Yocerizal

Saat ini, Harian Serambi Indonesia terbit setiap hari dengan tirus sebanyak “belasan ribu” eksemplar per hari. Serambi Indonesia mengembangkan ekosistem media yang telah terintegrasi. Harian Serambi Indonesia memiliki portal berita online utama yang hadir pada tahun 2010 bernama serambinews.net yang kemudian berubah menjadi serambinews.com. Platform digital yang mereka miliki meliputi YouTube, Instagram, Facebook, TikTok, dan X. Mereka juga memperluas jangkauan pada layanan seperti Toko Buku Zikra, Serambi on TV, Radio Serambi FM, jasa percetakan, event organizer (EO), serta anak perusahaan percetakan di Aceh Barat Daya dan Lhokseumawe.

Pada Januari 2026, Harian Serambi Indonesia meraih penghargaan Adam Malik Award 2026 dengan kategori Media Cetak Lokal Terbaik dari Kementerian Luar Negeri Republik Indonesia. Penghargaan ini diserahkan langsung oleh Menteri Luar Negeri Sugiono dan diterima langsung oleh Pemimpin Redaksi Zainal Arifin M Nur. Penghargaan ini menjadi bukti pengakuan terhadap kualitas jurnalisme Serambi Indonesia serta kontribusinya dalam mendukung diplomasi publik Indonesia.

Maka, sebelum menerapkan konvergensi media, operasional Harian Serambi Indonesia sepenuhnya bergantung pada sistem media cetak. Produksi berita diarahkan untuk memenuhi kebutuhan penerbitan surat kabar harian dengan pola kerja redaksi yang berorientasi pada satu

platform. Distribusi informasi dilakukan melalui jaringan penyebaran koran ke berbagai wilayah di Aceh, sementara sumber pendapatan perusahaan terutama berasal dari penjualan oplah dan iklan cetak. Model bisnis tersebut mampu menjadikan Serambi Indonesia sebagai surat kabar lokal terbesar di Aceh selama bertahun-tahun. Namun, memasuki era disrupsi digital, industri media cetak mulai menghadapi tantangan berupa kelangkaan ketersediaan kertas yang membuat harga kertas sangat mahal dan terjadinya perubahan perilaku masyarakat dalam mengakses informasi yang semakin mengutamakan kecepatan, kemudahan akses, dan pembaruan berita secara *real-time*. Kondisi tersebut tidak hanya memengaruhi pola konsumsi informasi masyarakat, tetapi juga berdampak pada penurunan oplah surat kabar dan pergeseran belanja iklan menuju platform digital, sebagaimana dialami oleh banyak perusahaan pers di Indonesia.

Dalam upaya merespons terhadap perubahan tersebut, Serambi Indonesia melakukan transformasi menuju konvergensi media melalui pengembangan platform digital dan integrasi dalam jaringan Tribun Network. Transformasi ini memungkinkan perusahaan tidak lagi hanya mengandalkan surat kabar cetak sebagai media distribusi informasi, tetapi juga memanfaatkan portal berita daring, media sosial, video, podcast, dan e-paper untuk menjangkau audiens yang lebih luas. Penerapan konvergensi di Serambi Indonesia ditandai dengan integrasi proses produksi berita lintas platform sehingga organisasi media mampu beradaptasi terhadap perubahan ekosistem media digital. Melalui transformasi tersebut, Serambi Indonesia tidak hanya mempertahankan eksistensinya sebagai media lokal, tetapi juga memperluas jangkauan distribusi informasi, meningkatkan fleksibilitas penyebaran berita, serta mengembangkan model bisnis yang lebih sesuai dengan perkembangan industri media digital. Dengan demikian, evolusi Harian Serambi Indonesia menunjukkan bahwa konvergensi media menjadi strategi adaptasi organisasi untuk menjaga keberlanjutan perusahaan di tengah disrupsi teknologi dan perubahan perilaku konsumsi media masyarakat.