

BAB II

GAMBARAN UMUM PENELITIAN

2.1 Generasi X dalam Konteks Industri Media

Generasi X merupakan kelompok demografis yang lahir pada rentang tahun 1965 hingga 1980 dan memiliki karakteristik khas sebagai generasi transisi dari era analog menuju era digital. Generasi ini tumbuh dalam lingkungan media konvensional seperti surat kabar, radio, dan televisi, sehingga memiliki fondasi kuat terhadap nilai-nilai dasar jurnanisme, seperti akurasi, verifikasi, independensi, dan tanggung jawab sosial (Sulianta, 2025). Transformasi menuju media digital menuntut generasi X untuk beradaptasi dengan teknologi baru, termasuk penggunaan platform online, media sosial, serta sistem produksi berita berbasis kecepatan dan real-time (Antasya et al., 2025).

Karakteristik tersebut menunjukkan bahwa generasi X memiliki pengalaman profesional yang terbentuk melalui proses panjang dalam lingkungan kerja yang menekankan ketelitian dan kedalaman informasi. Kondisi ini menjadi relevan dalam penelitian kualitatif berbasis wawancara, karena pengalaman tersebut memungkinkan informan untuk memberikan refleksi yang lebih komprehensif terkait perubahan praktik jurnalistik (Sureni, 2025). Pemanfaatan teori profesionalisme dan etika jurnalis dalam penelitian ini berfungsi sebagai pemandu dalam merumuskan pertanyaan wawancara, khususnya dalam menggali bagaimana generasi X memaknai prinsip-prinsip jurnalistik di tengah tekanan media digital. Pendekatan ini juga membantu dalam menginterpretasikan temuan penelitian secara sistematis, sehingga tidak hanya bersifat deskriptif, tetapi juga analitis dan konseptual.

Keberadaan generasi X dalam industri media online saat ini masih cukup dominan, terutama pada posisi strategis seperti redaktur, editor, dan manajemen redaksi. Posisi tersebut menunjukkan bahwa generasi X tidak hanya berperan sebagai pelaksana teknis, tetapi juga

sebagai pengambil keputusan editorial. Kondisi ini menempatkan generasi X dalam situasi yang kompleks, yaitu mempertahankan nilai-nilai jurnalisme konvensional sekaligus menyesuaikan diri dengan tuntutan industri digital yang dinamis. Tantangan adaptasi ini berpotensi memunculkan pergeseran dalam praktik etika jurnalistik, terutama terkait kecepatan publikasi, tekanan klik, dan kompetisi antar media.

2.2 Industri Media Online di Indonesia dan Jawa Tengah

Perkembangan media online di Indonesia mengalami peningkatan yang sangat pesat seiring dengan transformasi digital dan tingginya penggunaan internet di masyarakat. Kehadiran media online telah mengubah pola konsumsi informasi dari media konvensional seperti surat kabar dan televisi menuju platform digital yang dapat diakses secara cepat dan real-time. Perubahan tersebut didorong oleh kemajuan teknologi komunikasi, penggunaan smartphone, serta meningkatnya kebutuhan masyarakat terhadap informasi yang aktual dan mudah diakses. Kondisi ini menyebabkan perusahaan pers di Indonesia mulai bertransformasi dari media cetak menuju media berbasis digital untuk mempertahankan eksistensi dan daya saing di tengah perkembangan teknologi informasi (Dewanpers.or.id, 2025).

Transformasi media cetak menuju media digital tidak hanya mengubah platform distribusi berita, tetapi juga memengaruhi pola kerja jurnalistik. Produksi berita pada media online menuntut kecepatan publikasi, pembaruan informasi secara terus-menerus, serta kemampuan jurnalis dalam memanfaatkan teknologi digital dan media sosial. Persaingan antar media online yang semakin ketat mendorong munculnya praktik clickbait atau penggunaan judul sensasional untuk menarik perhatian pembaca. Kondisi tersebut menjadi tantangan bagi dunia jurnalistik karena sering kali berpengaruh terhadap kualitas verifikasi dan kedalaman informasi. Media online saat ini tidak hanya bersaing dalam kualitas berita, tetapi juga dalam

kecepatan distribusi informasi dan jumlah kunjungan pembaca pada platform digital mereka (Marhamah & Fauzi, 2021).

Peningkatan penggunaan internet di Indonesia turut mempercepat perkembangan industri media online. Data Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia (APJII) tahun 2025 menunjukkan bahwa penetrasi internet Indonesia mencapai 80,66 persen atau sekitar 229 juta pengguna internet dari total populasi nasional. Angka tersebut menunjukkan bahwa sebagian besar masyarakat Indonesia telah terhubung dengan internet dan menjadikan media digital sebagai sumber utama dalam memperoleh informasi. Tingginya penetrasi internet tersebut memberikan peluang besar bagi pertumbuhan media online sekaligus meningkatkan kompetisi antarperusahaan pers digital di Indonesia.

Perkembangan industri media online juga dapat dilihat dari meningkatnya jumlah perusahaan pers yang terdaftar dan terverifikasi oleh Dewan Pers. Data Dewan Pers tahun 2025 menunjukkan bahwa terdapat lebih dari 1.100 perusahaan pers yang telah terverifikasi secara administratif maupun faktual di Indonesia. Verifikasi tersebut menjadi indikator penting dalam menilai profesionalisme dan legalitas perusahaan media, khususnya media online yang jumlahnya terus bertambah setiap tahun. Keberadaan media yang terverifikasi menunjukkan upaya Dewan Pers dalam menjaga kualitas dan kredibilitas pemberitaan di tengah maraknya media digital dan arus informasi yang semakin cepat.

Perkembangan media online di Jawa Tengah menunjukkan dinamika yang cukup signifikan karena wilayah ini menjadi salah satu pusat aktivitas media regional di Indonesia. Pertumbuhan media online di Jawa Tengah dipengaruhi oleh tingginya aktivitas ekonomi, pendidikan, dan politik di berbagai kota besar, terutama Kota Semarang. Media online di Jawa Tengah tidak hanya berfungsi sebagai penyampai informasi lokal, tetapi juga menjadi sarana kontrol sosial dan ruang publik digital bagi masyarakat. Berbagai media online lokal mulai

berkembang dengan karakteristik pemberitaan yang berfokus pada isu daerah, pemerintahan, budaya, pendidikan, hingga peristiwa sosial masyarakat Jawa Tengah.

Kota Semarang sebagai ibu kota Provinsi Jawa Tengah memiliki posisi strategis sebagai pusat perkembangan media regional. Banyak perusahaan media online lokal maupun jaringan media nasional mendirikan kantor biro atau pusat operasional di Semarang karena kota ini menjadi pusat pemerintahan, ekonomi, dan pendidikan di Jawa Tengah. Kondisi tersebut menyebabkan persaingan media online di Semarang berkembang cukup pesat, terutama dalam penyajian berita yang cepat, aktual, dan mudah diakses masyarakat melalui berbagai platform digital. Keberadaan media online di Semarang juga menunjukkan perubahan pola konsumsi informasi masyarakat yang semakin bergantung pada media digital dan media sosial sebagai sumber berita utama.

2.3 Profil Media Online di Kota Semarang

Perkembangan media online di Kota Semarang menunjukkan pertumbuhan yang cukup pesat seiring meningkatnya kebutuhan masyarakat terhadap akses informasi digital yang cepat dan aktual. Kota Semarang sebagai ibu kota Provinsi Jawa Tengah menjadi pusat aktivitas pemerintahan, pendidikan, ekonomi, dan sosial yang menghasilkan tingginya kebutuhan akan informasi lokal maupun regional. Kondisi tersebut mendorong munculnya berbagai media online yang aktif menyampaikan berita mengenai peristiwa daerah, kebijakan pemerintah, ekonomi, pendidikan, budaya, hingga isu sosial masyarakat. Media online di Semarang tidak hanya hadir sebagai sarana penyebaran informasi, tetapi juga menjadi ruang komunikasi publik yang memanfaatkan teknologi digital dan media sosial untuk menjangkau audiens secara lebih luas (Aminuddin & Hasfi, 2020).

Karakter media online lokal di Kota Semarang umumnya berfokus pada pemberitaan regional yang dekat dengan kehidupan masyarakat Jawa Tengah. Media lokal cenderung mengangkat isu-isu daerah yang tidak banyak mendapat perhatian dari media nasional, seperti

perkembangan pemerintahan daerah, budaya lokal, pendidikan, pariwisata, hingga permasalahan sosial masyarakat setempat. Selain itu, media online lokal juga memanfaatkan pendekatan yang lebih dekat dengan audiens melalui penggunaan bahasa yang komunikatif, distribusi berita melalui media sosial, serta penyajian konten multimedia seperti video dan siaran langsung. Karakteristik tersebut menunjukkan bahwa media online lokal memiliki peran penting dalam membangun kedekatan informasi dengan masyarakat daerah.

Posisi media online regional di Kota Semarang semakin penting di tengah persaingan industri media digital nasional. Media online regional tidak hanya berfungsi sebagai penyedia informasi lokal, tetapi juga menjadi penghubung antara masyarakat daerah dengan isu nasional yang berdampak pada wilayah Jawa Tengah. Persaingan antar media online mendorong perusahaan pers untuk meningkatkan kecepatan distribusi berita, kualitas konten, serta pemanfaatan platform digital agar tetap mampu mempertahankan pembaca. Kondisi tersebut menyebabkan media online regional di Semarang berkembang dalam berbagai bentuk, mulai dari media independen lokal hingga media yang tergabung dalam jaringan perusahaan pers nasional.

Media online yang menjadi fokus dalam penelitian ini merupakan media yang aktif beroperasi di Kota Semarang dan Jawa Tengah, serta memiliki karakteristik pemberitaan berbasis digital. Media-media tersebut dipilih karena dianggap relevan dengan fokus penelitian mengenai jurnalis generasi X dalam industri media online. Selain memiliki cakupan pemberitaan regional, sebagian media juga telah terverifikasi Dewan Pers sehingga dinilai memenuhi standar perusahaan pers yang sah dan profesional. Profil media online dalam penelitian ini tidak hanya mencakup identitas media, tetapi juga karakteristik operasional, seperti pola produksi berita, segmentasi audiens, serta orientasi pemberitaan. Uraian ini bertujuan untuk memberikan gambaran kontekstual yang spesifik mengenai lingkungan kerja jurnalis, khususnya generasi X, dalam media online di Kota Semarang. Adapun media online

yang menjadi informan dalam penelitian ini meliputi Tribun Jateng (jateng.tribunnews.com), Jateng News (JatengNews.id), Ayo Semarang (AyoSemarang.com), Jateng Pos (JatengPos.co.id), dan Kedaulatan Rakyat Online (KRJogja.com).

2.3.1 Tribun Jateng



Gambar 2.3.1.

Logo jateng.tribunnews.com

Tribun Jateng adalah media massa lokal yang berada di bawah jaringan Tribun Network yang merupakan bagian dari Kompas Gramedia. Secara historis, Tribun Jateng lahir dari Kelompok Pers Daerah (Persda) milik Kompas Gramedia. Persda sendiri berdiri pada tahun 1987 melalui PT Indopersda Primamedia dan memiliki tujuan membantu surat kabar daerah yang mengalami hambatan operasional akibat regulasi perizinan pers pada masa Orde Baru. Seiring waktu, Persda memperluas jaringan media regional berjenama “Tribun” di berbagai wilayah Indonesia (Halimatus, 2014).

Selanjutnya, Tribun Jateng terbit perdana pada tanggal 29 April 2013 di Kota Semarang, Jawa Tengah. Dalam bentuk surat kabar harian cetak, Tribun Jateng hadir dengan slogan “Spirit Baru Jawa Tengah” dan berupaya menjadi media lokal yang dekat dengan masyarakat Jawa Tengah melalui pemberitaan yang mengedepankan isu-isu regional (Halimatus, 2014).

Seiring perkembangan teknologi komunikasi dan media yang dinamis serta perubahan perilaku akses informasi masyarakat, Tribun Jateng bertransformasi dengan mengusung konsep konvergensi media melalui platform cetak dan digital. Informasi yang diproduksi

Tribun Jateng dalam produk jurnalistik, disajikan pada portal berita online di laman website jateng.tribunnews.com (Undip, 2021).

Tribun Jateng memiliki visi “Menjadi kelompok usaha penerbitan media regional tersebar, terbesar, dan terkemuka di Jawa Tengah.” Adapun, misi Tribun Jateng meliputi: (1) Menciptakan informasi terpercaya berbasis 3M (Multimedia, Multi Channel, Multi Platform) untuk memberikan spirit baru dan mendorong demokratisasi di Jawa Tengah. Serta, (2) Menjalankan bisnis media yang beretika, efisien, dan menguntungkan. (Jateng.tribunnews.com)

Strategi digital Tribun Jateng mengusung konsep 3M sebagai fondasi penting. Pertama, Multimedia merujuk pada penggunaan berbagai format konten seperti teks, foto, video, dan infografik. Kedua, Multichannel menunjukkan distribusi informasi melalui berbagai kanal komunikasi seperti website, media sosial, YouTube, dan aplikasi digital. Ketiga, Multiplatform menegaskan bahwa informasi dapat diakses melalui berbagai perangkat digital, baik komputer maupun telepon pintar.

Sebagai media online lokal, Tribun Jateng menyajikan berbagai jenis berita yang berkaitan dengan kebutuhan informasi masyarakat Jawa Tengah. Konten pemberitaan yang disajikan meliputi berita politik daerah, pemerintahan, hukum dan kriminalitas, pendidikan, ekonomi dan bisnis, olahraga, hiburan, gaya hidup, kesehatan, budaya lokal, peristiwa sosial masyarakat, berita nasional dan internasional, serta konten citizen journalism.

Adapun, dalam penyajian informasi, Tribun Jateng memiliki ciri khas yang terletak pada pendekatan lokalitas dalam pemberitaan. Upaya itu dilakukan sebagai strategi yang sejalan dengan konsep proximity dalam jurnalistik, yakni kedekatan geografis dan emosional antara media dengan audiensnya.

Dalam praktik jurnalistik digital, Tribun Jateng juga menerapkan pola pemberitaan cepat (speed journalism). Berita diperbarui secara real time untuk memenuhi kebutuhan masyarakat terhadap informasi aktual. Selain itu, penggunaan judul yang ringkas, informatif, dan menarik menjadi bagian dari strategi optimasi trafik digital. Lalu dalam adaptasi digital, Tribun Jateng melakukan optimalisasi media sosial, produksi konten multimedia, serta penguatan distribusi berita online berbasis SEO dan multi-platform. Transformasi tersebut menunjukkan bahwa media lokal tidak hanya bertahan di era digital, tetapi juga mampu menjadi aktor penting dalam ekosistem media online Indonesia.

Saat ini media online Tribun Jateng telah berstatus terverifikasi faktual oleh Dewan Pers Indonesia. Status verifikasi ini menunjukkan bahwa media tersebut telah memenuhi standar perusahaan pers sebagaimana diatur dalam Undang-Undang Pers No. 40 Tahun 1999. Sebagai perusahaan pers, Tribun Jateng tidak hanya memenuhi syarat administratif, tetapi juga telah diverifikasi langsung terkait praktik jurnalistik, profesionalisme redaksi, kesejahteraan wartawan, serta penerapan Kode Etik Jurnalistik (Dewan Pers, 2026)

2.3.2 Jateng News



Gambar 2.3.2. Logo JatengNews.id

Jatengnews.id adalah media online lokal yang berdiri pada 17 April 2021. Jateng News di bawah naungan PT. Biwara Media Group hadir dengan mengusung tagline “Beritanya Wong Jawa Tengah” untuk menjawab kebutuhan informasi masyarakat Jawa Tengah di era digital. Secara historis, kemunculan media online lokal seperti Jatengnews.id merupakan bagian dari gelombang digitalisasi pers daerah di Indonesia. Media lokal yang sebelumnya bergantung

pada media cetak mulai bertransformasi ke platform digital guna menjangkau pembaca secara lebih luas dan cepat. (Jatengnews.id)

Media ini dibangun oleh para jurnalis muda dengan semangat menghadirkan informasi positif, melawan hoaks, serta memperkuat kepentingan publik. Visi Jateng News, ingin menjadi media lokal terpercaya yang menyajikan informasi positif dan membangun masyarakat Jawa Tengah. Sedangkan misi Jateng News antara lain menyediakan informasi berbasis kepentingan publik, menjaga toleransi sosial, melawan korupsi, menegakkan nilai-nilai HAM, menyajikan informasi positif bagi masyarakat Jawa Tengah, serta menjadi media alternatif di tengah maraknya hoaks dan disinformasi digital.

Jateng News menyajikan berbagai rubrik seperti daerah, ekonomi, pendidikan, olahraga, lifestyle, dan wisata. Meskipun baru berusia lima tahun, Jatengnews.id terus melakukan inovasi digital berbasis hyperlocal journalism yang adaptif terhadap perubahan teknologi komunikasi agar selalu dekat dan menjadi rujukan masyarakat melalui pemanfaatan media sosial, konten multimedia, dan jaringan reporter daerah.

Secara administratif, media ini berada di bawah badan hukum PT Jatengnews Mandiri Media dengan nomor SK Kemenkumham AHU-0100002.AH.01.01. TAHUN 2025. Adapun, redaksi berkantor di Semarang Town Square (SETOS), Kota Semarang. Saat ini Jateng News telah terverifikasi faktual oleh Dewan Pers Indonesia pada 30 April 2024.

2.3.3 Ayo Semarang



Gambar 2.3 Logo AyoSemarang.com

AyoSemarang.com adalah media online lokal di Jawa Tengah yang merupakan bagian dari ekspansi jaringan media digital lokal yang dibangun oleh Ayo Media Network. Portal berita yang mengusung strategi jurnalisme lokal berbasis digital ini berdiri pada 3 Desember 2018.

Secara eksplisit, visi dan misi resmi AyoSemarang.com tidak dipublikasikan secara lengkap di halaman utama situs. Namun, berdasarkan berbagai publikasi Ayo Media Network, dapat disimpulkan bahwa media ini mengusung semangat jurnalisme lokal berkualitas dengan orientasi pada keberagaman, kedekatan komunitas, dan informasi yang edukatif. (batang.ayoindonesia.com)

Hal itu disampaikan CEO Ayo Media Network Roberto A.M. Purba dalam Konvensi Nasional Media Massa tahun 2022. Ia menjelaskan, bahwa Ayo Media Network menerapkan “strategi kelokalan” dalam membangun media digital. Strategi tersebut bertujuan menghadirkan berita yang dekat dengan kehidupan masyarakat setempat dan mengembangkan jurnalisme berkualitas berbasis etika jurnalistik. (batang.ayoindonesia.com)

Secara umum, visi dan misi yang dapat diidentifikasi dari praktik jurnalistik AyoSemarang.com meliputi: (1) Menyediakan informasi lokal yang aktual dan terpercaya, (2) Mengembangkan jurnalisme berbasis lokalitas, (3) Menyajikan berita yang edukatif, humanis,

dan berkualitas, (4) Menjunjung etika jurnalistik dan kode etik pers, dan (5). Membangun kedekatan antara media dan komunitas lokal.

Pemberitaan yang disajikan Ayo Semarang fokus pada berita lokal Semarang dan Jawa Tengah yang cepat dan aktual sebagai upaya membangun identitas media yang dekat dengan masyarakat daerah. Media ini menyajikan berbagai kategori berita seperti politik lokal, olahraga, budaya, wisata, pendidikan, hingga human interest.

Dalam era digital, AyoSemarang.com melakukan berbagai inovasi, seperti optimalisasi media sosial seperti Instagram dan Tiktok untuk distribusi berita dalam bentuk teks, gambar, dan video dengan tujuan meningkatkan engagement pembaca; pengembangan rubrik lokal khas Semarang seperti “Semarangan”, “Karikatur”, dan “PSIS” sebagai diferensiasi dari media nasional; dan strategi jurnalisme hyperlocal yang fokus pada isu lokal dan dekat dengan kehidupan masyarakat Semarang. Strategi ini dianggap penting untuk mempertahankan loyalitas pembaca di tengah derasnya arus informasi nasional dan global. (batang.ayoindonesia.com)

Selain itu, AyoSemarang.com juga melakukan pendekatan humanis dan edukatif dengan mengembangkan rubrik “Ayonyumbang” yang berisi artikel humanis dan edukatif. Lalu, portal berita online tersebut juga beradaptasi terhadap algoritma digital dengan menerapkan pola distribusi berita berbasis search engine optimization (SEO), penggunaan headline digital-friendly, serta optimalisasi multiplatform untuk meningkatkan trafik pembaca dan visibilitas berita di mesin pencari.

AyoSemarang.com saat ini telah terverifikasi faktual Dewan Pers sejak tahun 2020 untuk menunjukkan pengakuan terhadap profesionalisme dan legalitasnya sebagai perusahaan

pers resmi. Hal itu dibuktikan melalui Sertifikat Verifikasi Dewan Pers Nomor 579/DP-Verifikasi/K/XI/2020. (Dewanpers.or.id).

2.3.4. Jateng Pos



Gambar 2.3.4. Logo Jatengpos.co.id

Jateng Pos merupakan media lokal berbasis di Semarang, Jawa Tengah, yang memiliki sejarah panjang sebagai bagian dari jaringan Jawa Pos Group. Media ini dikenal sebagai transformasi atau “reinkarnasi” dari Harian Meteor. Harian Meteor merupakan surat kabar lokal populer dengan segmentasi pembaca kelas menengah ke bawah dan memiliki karakteristik pemberitaan yang ringan, cepat, serta dekat dengan isu kriminalitas, hiburan, dan kehidupan masyarakat perkotaan. Dalam kajian akademik, Meteor bahkan disebut sebagai “yellow newspaper” atau koran kuning karena gaya pemberitaannya yang sensasional dan populis (Supadiyanto: 2014).

Dalam perkembangannya, Jateng Pos tidak hanya mempertahankan eksistensinya sebagai surat kabar cetak, tetapi juga melakukan konvergensi media berkembang menjadi media online melalui platform jatengpos.co.id. Kondisi ini dilakukan karena pada awal 2010-an, industri surat kabar mulai mengalami tekanan besar akibat berkembangnya internet dan media digital. Penurunan oplah, perubahan pola konsumsi media, serta menurunnya pendapatan iklan menyebabkan banyak media cetak lokal mengalami krisis. Meteor juga mengalami kondisi serupa. Secara perlahan jumlah pembaca terus menurun dari sebelumnya mampu mencetak 15 ribu eksemplar. (Aminuddin dan Hasfi: 2020).

Transformasi dari Meteor menjadi Jateng Pos merupakan bagian dari strategi konvergensi media yang meliputi (1) Konvergensi teknologi dengan mengembangkan platform media online melalui situs jatengpos.co.id dan memperluas distribusi informasi melalui media sosial seperti Instagram, Facebook, Twitter/X, dan YouTube. (2) Konvergensi konten dengan mulai menggabungkan berbagai format multimedia seperti artikel digital, video berita, foto jurnalistik, dan konten media sosial. (3) Konvergensi bisnis dengan membuka peluang bisnis baru melalui platform online, Jatengpos.co.id untuk menjangkau pengiklan yang lebih luas, tidak hanya dari Jawa Tengah tetapi juga dari wilayah lain di Indonesia. (4) Konvergensi profesional dengan melakukan pelatihan terhadap jurnalis agar mampu bekerja secara multitasking. Wartawan didorong untuk mampu menulis berita, mengambil foto, membuat video, dan mendistribusikan konten ke berbagai platform digital (Aminudin dan Hasfi: 2020).

Secara eksplisit, visi dan misi lengkap Jateng Pos tidak dipublikasikan secara rinci pada laman resminya. Namun, slogan yang digunakan oleh media ini adalah “Untuk Jawa Tengah Lebih Baik”, yang mencerminkan orientasi media terhadap pembangunan daerah dan penyediaan informasi bagi masyarakat Jawa Tengah. (JATENGPOS.CO.ID)

Berdasarkan karakteristik pemberitaan dan pengembangan medianya, visi Jateng Pos dapat dipahami sebagai upaya menjadi media lokal terpercaya yang mampu memberikan informasi aktual, cepat, dan relevan bagi masyarakat Jawa Tengah.

Sementara itu, misi Jateng Pos dapat dianalisis melalui praktik medianya, antara lain (1) Menyediakan informasi lokal dan regional yang aktual; (2) Menjadi sarana kontrol sosial dan edukasi masyarakat; (3) Mengembangkan jurnalisme digital berbasis multimedia; (4) Menjangkau pembaca lintas platform digital; (5) Mendukung pembangunan sosial dan ekonomi Jawa Tengah.

Sebagai media lokal regional, Jateng Pos menyajikan berbagai jenis berita dan artikel yang berfokus pada isu-isu di Jawa Tengah maupun nasional seperti politik dan pemerintahan, hukum dan kriminalitas, ekonomi dan bisnis, pendidikan dan sosial, olahraga dan hiburan, pariwisata dan budaya.

Saat ini Jateng Pos telah terverifikasi faktual oleh Dewan Pers. Verifikasi tersebut menunjukkan bahwa media ini telah memenuhi standar perusahaan pers sebagaimana diatur dalam Undang-Undang Pers di Indonesia. (Dewanpers.or.id)

2.3.5. Kedaulatan Rakyat



Gambar 2.5 Logo Kedaulatan Rakyat Online (Krjogja.com)

KRjogja.com merupakan media online yang berada di bawah naungan Kedaulatan Rakyat Group, sebuah perusahaan pers yang berbasis di Daerah Istimewa Yogyakarta. Kedaulatan Rakyat berdiri sejak 27 September 1945. Media massa ini dikenal sebagai salah satu pelopor pers nasional dan merupakan surat kabar tertua di Indonesia yang masih terbit hingga saat ini. (KRjogja.com).

Secara historis, surat kabar Kedaulatan Rakyat merupakan salah satu media tertua di Indonesia yang mulai terbit pada 27 September 1945, atau sekitar 40 hari setelah Proklamasi Kemerdekaan Indonesia. Media ini didirikan oleh H. Samawi dan M. Wonohito di Yogyakarta. (KRjogja.com)

Nama “Kedaulatan Rakyat” diambil dari istilah dalam Pembukaan Undang-Undang Dasar 1945 yang menegaskan bahwa kedaulatan berada di tangan rakyat. Pada masa awal kemerdekaan, surat kabar ini menjadi alat perjuangan dan media informasi masyarakat Yogyakarta serta Jawa Tengah bagian selatan. (KRjogja.com)

Seiring dengan perkembangan teknologi informasi dan komunikasi, industri media mengalami transformasi signifikan dari media konvensional ke media digital. Fenomena ini mendorong Kedaulatan Rakyat Group untuk melakukan konvergensi media dengan menghadirkan platform digital. Dalam konteks tersebut, KRjogja.com resmi diluncurkan pada 1 Juni 2009 sebagai bentuk adaptasi terhadap era jurnalisme digital (KRjogja.com).

Sebagai bagian dari Kedaulatan Rakyat Group, KRjogja.com mengusung semangat jurnalisme lokal yang mengedepankan nilai budaya, kedalaman informasi, dan kepentingan publik. Walaupun tidak ditemukan pernyataan visi-misi formal yang dipublikasikan secara rinci pada laman resmi, orientasi editorial KRjogja.com dapat dilihat dari pernyataan perusahaan bahwa media ini berupaya (1) Menjadi media informasi terpercaya bagi masyarakat Yogyakarta dan Jawa Tengah; (2) Mengangkat nilai-nilai budaya lokal Yogyakarta; (3) Menyajikan berita yang tidak hanya cepat, tetapi juga mendalam dan edukatif; (4) Menyesuaikan kebutuhan informasi masyarakat digital modern. Moto historis Kedaulatan Rakyat sendiri adalah “Suara Hati Nurani Rakyat”, yang mencerminkan fungsi pers sebagai representasi aspirasi masyarakat.

Pada tahap awal, KRjogja.com berfungsi sebagai perpanjangan dari media cetak Harian Kedaulatan Rakyat dengan memuat ulang berita-berita dari versi cetak. Namun, seiring waktu, portal ini berkembang menjadi media online yang memproduksi konten secara mandiri dan real-time, menyesuaikan dengan karakteristik media digital yang menuntut kecepatan dan aktualitas informasi.

Dalam penyajian kontennya, KRjogja.com membagi informasi ke dalam berbagai rubrik yang mencerminkan kebutuhan informasi masyarakat. Rubrik tersebut meliputi berita lokal Daerah Istimewa Yogyakarta, Jawa Tengah, nasional, internasional, ekonomi, pendidikan, olahraga, teknologi, serta gaya hidup.

Salah satu ciri khas KRjogja.com adalah penekanan pada isu-isu lokal, khususnya yang berkaitan dengan Yogyakarta dan sekitarnya. Hal ini menunjukkan posisi media sebagai bagian dari pers lokal yang memiliki kedekatan dengan komunitas pembacanya. Selain itu, konten yang dihadirkan juga mengakomodasi nilai-nilai budaya lokal, yang menjadi identitas penting dalam praktik jurnalistik media ini.

Target audiens KRjogja.com bersifat heterogen, mencakup berbagai kelompok sosial seperti pelajar, mahasiswa, profesional, pengusaha, hingga masyarakat umum. Meskipun berbasis lokal, media ini juga menjangkau pembaca di tingkat nasional, terutama melalui akses digital yang tidak terbatas secara geografis.

Karakter audiens yang beragam ini menuntut KRjogja.com untuk menyajikan konten yang variatif, baik dari segi topik maupun gaya penyampaian. Dengan demikian, media ini berupaya mempertahankan keseimbangan antara informasi serius (hard news) dan konten ringan (soft news).

Sebagai bagian dari industri pers, KRjogja.com berkomitmen untuk menjalankan praktik jurnalistik yang sesuai dengan kode etik jurnalistik. Prinsip-prinsip seperti akurasi, objektivitas, independensi, dan keberimbangan menjadi landasan utama dalam produksi berita.

Selain itu, KRjogja.com juga telah diverifikasi oleh Dewan Pers, yang menunjukkan bahwa media ini memenuhi standar perusahaan pers yang profesional di Indonesia. Verifikasi tersebut mencakup aspek administrasi maupun faktual, termasuk struktur organisasi, kompetensi wartawan, serta mekanisme redaksi (Dewan Pers, 2020).

Komitmen terhadap kredibilitas ini menjadi penting di tengah maraknya informasi digital yang tidak terverifikasi (hoaks), sehingga media dituntut untuk tetap menjaga kepercayaan publik.

2.4 Profil Jurnalis di Indonesia dan Kota Semarang

Profesi jurnalis di Indonesia mengalami perkembangan yang cukup dinamis seiring dengan perubahan teknologi komunikasi dan pertumbuhan media digital. Data Dewan Pers menunjukkan bahwa hingga tahun 2025 terdapat lebih dari 1.100 perusahaan pers yang telah terverifikasi secara administratif maupun faktual di Indonesia, dengan sebagian besar bergerak pada platform media online. Kondisi tersebut menunjukkan bahwa kebutuhan terhadap tenaga jurnalis masih cukup tinggi, khususnya dalam industri media digital yang terus berkembang. Kehadiran media online menyebabkan profesi jurnalis tidak lagi terbatas pada media cetak, radio, dan televisi, tetapi juga mencakup produksi berita berbasis website, media sosial, dan multimedia digital. (Dewanpers.or.id: 2025)

Perubahan profesi jurnalis di era digital ditandai dengan transformasi pola kerja jurnalistik yang semakin cepat dan berbasis teknologi. Jurnalis saat ini tidak hanya bertugas menulis berita, tetapi juga dituntut mampu mengambil foto, merekam video, melakukan siaran langsung, hingga mengelola distribusi berita melalui media sosial. Konvergensi media menyebabkan satu orang jurnalis sering kali menjalankan beberapa fungsi sekaligus dalam proses produksi berita. Kondisi tersebut berbeda dengan sistem kerja media konvensional yang cenderung membagi pekerjaan secara lebih spesifik antara reporter, fotografer, editor, dan penyiar. Perubahan ini menunjukkan bahwa perkembangan teknologi digital telah mengubah karakter profesi jurnalis menjadi lebih fleksibel, cepat, dan multitasking.

Dominasi generasi tertentu dalam dunia jurnalistik juga menjadi fenomena penting dalam perkembangan industri media saat ini. Generasi X yang lahir pada rentang tahun 1965–1980 umumnya masih mendominasi posisi strategis dalam perusahaan media, seperti redaktur,

editor, dan pimpinan redaksi. Pengalaman panjang dalam media konvensional membuat generasi X memiliki pemahaman yang kuat mengenai etika jurnalistik, proses verifikasi berita, dan standar profesionalisme pers. Sementara itu, generasi Y dan generasi Z lebih banyak terlibat sebagai reporter media online dan pengelola konten digital karena memiliki kemampuan adaptasi teknologi yang lebih cepat. Perbedaan karakter antar generasi tersebut memengaruhi pola kerja, cara berkomunikasi, dan proses produksi berita di lingkungan media digital.

Data Aliansi Jurnalis Independen (AJI) menunjukkan bahwa sebagian besar jurnalis muda di Indonesia saat ini bekerja pada media online dengan rentang usia produktif sekitar 20–40 tahun. Kondisi tersebut menunjukkan adanya pergeseran demografi profesi jurnalis dari dominasi media cetak menuju media digital. Jurnalis generasi muda cenderung lebih akrab dengan penggunaan teknologi digital, media sosial, dan sistem distribusi informasi berbasis internet. Meskipun demikian, generasi X masih memiliki peran penting dalam menjaga kualitas jurnalistik karena dianggap memiliki pengalaman dan pemahaman yang lebih kuat terhadap prinsip-prinsip etika pers. (Aji.or.id: 2025)

Perbedaan antara jurnalis konvensional dan jurnalis online terlihat dari pola kerja dan orientasi pemberitaan. Jurnalis konvensional umumnya bekerja dengan ritme produksi berita yang lebih terstruktur dan memiliki waktu verifikasi yang lebih panjang sebelum berita dipublikasikan. Sebaliknya, jurnalis online bekerja dalam tekanan kecepatan informasi sehingga dituntut untuk menghasilkan berita secara real-time dan terus memperbarui perkembangan informasi. Persaingan antar media digital menyebabkan jurnalis online sering menghadapi tekanan jumlah tayangan, klik pembaca, dan kecepatan unggah berita. Kondisi tersebut berpotensi memengaruhi kualitas pemberitaan apabila tidak diimbangi dengan proses verifikasi yang memadai.

Kondisi jurnalis media online di Kota Semarang menunjukkan karakteristik yang serupa dengan perkembangan jurnanisme digital secara nasional. Kota Semarang sebagai pusat media regional di Jawa Tengah menjadi tempat berkembangnya berbagai perusahaan media online lokal maupun jaringan media nasional. Jurnalis media online di Semarang umumnya bekerja dalam lingkungan kerja yang menuntut mobilitas tinggi, kecepatan produksi berita, dan kemampuan mengoperasikan berbagai platform digital. Selain menjalankan tugas peliputan, jurnalis juga dituntut aktif mendistribusikan berita melalui media sosial untuk meningkatkan jangkauan pembaca dan interaksi dengan audiens.

Tantangan kerja jurnalis online semakin kompleks di tengah perkembangan industri media digital yang kompetitif. Tekanan untuk memproduksi berita secara cepat sering kali menyebabkan jurnalis menghadapi beban kerja yang tinggi dan keterbatasan waktu dalam proses verifikasi informasi. Persaingan antar media digital juga mendorong munculnya praktik clickbait atau penggunaan judul sensasional demi meningkatkan jumlah pembaca. Selain itu, perkembangan media sosial menyebabkan jurnalis harus bersaing dengan arus informasi dari masyarakat umum yang dapat menyebarkan berita secara instan tanpa melalui proses jurnalistik. Kondisi tersebut menjadi tantangan serius bagi profesionalisme jurnalis dalam menjaga akurasi, independensi, dan kredibilitas pemberitaan di era media digital.

2.5 Keberadaan Generasi X dalam Industri Media Online

Keberadaan generasi X dalam industri media online menunjukkan peran yang signifikan dalam menjaga kualitas jurnalistik di tengah disrupsi digital. Generasi ini umumnya memiliki pengalaman panjang dalam dunia jurnalistik konvensional, sehingga menjadi rujukan dalam penerapan standar profesionalisme dan etika kerja. Dalam praktiknya, generasi X sering kali berperan sebagai penghubung antara generasi yang lebih muda dengan sistem kerja jurnalistik yang berbasis nilai (Zuhri et al.: 2026).

Adaptasi terhadap media online menjadi tantangan utama bagi generasi X. Perubahan sistem kerja yang menuntut kecepatan, multitasking, serta penguasaan teknologi digital menjadi faktor yang memengaruhi pola kerja jurnalis. Selain itu, tekanan industri media yang semakin kompetitif juga berdampak pada independensi dan kualitas pemberitaan. Kondisi ini menunjukkan bahwa generasi X berada dalam posisi strategis sekaligus rentan terhadap perubahan nilai dalam praktik jurnalistik.

2.6 Pemilihan Informan

Pemilihan informan dalam penelitian ini didasarkan pada pertimbangan konseptual dan metodologis untuk memastikan relevansi data dengan fokus penelitian. Beberapa kriteria utama yang digunakan adalah sebagai berikut:

1. Media Online Terverifikasi Dewan Pers

Informan dipilih dari media yang telah terverifikasi oleh Dewan Pers untuk menjamin bahwa mereka berasal dari perusahaan pers yang sah dan menjalankan praktik jurnalistik sesuai standar.

2. Jenis Kelamin

Variasi jenis kelamin menjadi pertimbangan untuk memperoleh perspektif yang beragam dalam memahami pengalaman jurnalis generasi X.

3. Posisi Jurnalis

Informan mencakup jurnalis yang bekerja sebagai reporter lapangan maupun yang berada pada posisi redaksi atau manajemen, sehingga data yang diperoleh mencerminkan berbagai sudut pandang dalam organisasi media.

Pertimbangan tersebut bertujuan untuk memastikan bahwa data yang dikumpulkan memiliki validitas dan relevansi yang tinggi, serta dapat dipertanggungjawabkan secara konseptual dalam analisis penelitian.