

## **BAB V**

### **PENUTUP**

Penelitian ini merupakan penelitian kualitatif yang dilakukan dengan tujuan untuk mengetahui bagaimana strategi manajemen media alternatif Serat.id dalam bertahan selama masa pandemi Covid-19. Sebagai media alternatif dengan bentuk lembaga yang minimalis serta berkecenderungan menawarkan konten dari perspektif yang berbeda kepada publik, tentunya Serat.id harus tetap hidup agar idealisme dan wacananya terus tersebar luas. Untuk itu, sistem manajerial sangat diperlukan dan menjadi relevan untuk melihat bagaimana Serat.id mempertahankan idealisme dan eksistensinya, terutama orang-orang yang berada di dalamnya. Dalam mengidentifikasi hal tersebut, peneliti mengacu pada konsep atau metode manajemen media milik Comedia dan Siregar (Atton, 2002; Rahmitasari, 2017).

Selanjutnya, pada bab ini peneliti akan berusaha menjabarkan apa yang menjadi kesimpulan dari seluruh penjelasan di dalam penelitian ini terkait strategi manajemen media yang dilakukan Serat.id selama pandemi. Kemudian mengaitkan hasil temuan penelitian dengan berbagai implikasi mulai dari tataran akademis, praktis dan sosial serta peneliti akan memberikan rekomendasi yang bisa diaplikasikan terhadap penelitian sejenis berikutnya.

## 5.1 Simpulan

Telah diketahui di dalam penelitian ini bagaimana industri media di Indonesia terdampak pandemi Covid-19, tidak terkecuali media alternatif. Serat.id sebagai salah satu media alternatif regional Jawa Tengah termasuk yang turut merasakan pengaruh dari pandemi yang tidak kunjung berkesudahan, telah melakukan dan merumuskan sejumlah strategi manajemen media agar mampu bertahan di situasi tersebut. Seperti yang telah dijelaskan pada bab-bab sebelumnya, tidak ada metode tetap atau khusus untuk mengevaluasi, mengukur maupun mengidentifikasi jenis strategi yang dilakukan suatu perusahaan media dalam mengoperasikan medianya, sehingga penggunaan dan pelaksanaannya bisa sangat bebas dan beragam. Mengacu pada konsep manajemen media Comedia dan Siregar yang diadopsi dalam penelitian ini, setidaknya terdapat lima kategori strategi yang dimiliki Serat.id, yakni keuangan, ruang redaksi (*newsroom*), SDM, teknologi serta *marketing*.

Dari lima kategori strategi yang dirumuskan Serat.id tersebut, dapat diketahui bahwa selama pandemi Covid-19, strategi yang dikembangkan Serat.id untuk bisa bertahan dari segi **finansial** adalah (a) mengajukan donasi ke *Google News Initiative*; (b) mengajukan beasiswa liputan (*fellowship*) ke lembaga/organisasi independen seperti lembaga lingkungan, pro demokrasi, hingga *Non-Governmental Organization International* lainnya; (c) menjaring iklan secara profesional; dan (d) menjual Serat.id ke Solopos. Dari keempat strategi ini, strategi yang tidak dapat diimplementasikan Serat.id

adalah menjual medianya ke Solopos karena masih menimbulkan banyak pro dan kontra dari internal. Sementara eksekusi dari strategi lainnya berhasil menyokong eksistensi Serat.id hingga kini. Pada kategori *newsroom*, strategi manajemen media yang dirumuskan Serat.id untuk menyelamatkan sirkulasi dan idealisme mereka adalah (a) mempelajari kembali target audiens dan menyusun dua rubrikasi baru, yakni kartun dan *user generated content*; (b) Serat.id mengandalkan produksi berita Kilas untuk menunjukkan eksistensi media di tengah pandemi. Dari dua strategi manajemen media ini, Serat.id tidak dapat mengeksekusi rencana strategi yang pertama, dikarenakan keterbatasan sumber daya manusia baik dari segi waktu maupun *skill*.

Berikutnya, strategi manajemen media yang dikembangkan Serat.id pada kategori **sumber daya manusia** adalah (a) mengembangkan kapasitas para anggota/internal ke berbagai pelatihan khusus seperti pemasaran dan bisnis; (b) berupaya menghadirkan iklim kerja yang demokratis, adil, dan transparan. Pada kategori ini, strategi yang tidak bisa dieksekusi oleh Serat.id adalah strategi yang pertama. Hal tersebut karena terkendala oleh kesibukan masing-masing pengelola. Di sisi lain, PU Serat.id juga ingin memisahkan peran jurnalis dengan tanggung-jawab di bidang pemasaran, agar jurnalis Serat.id tidak kehilangan fokusnya. Kemudian, strategi manajemen media yang dikembangkan Serat.id pada kategori **teknologi** dalam menunjang pendistribusian wacana alternatif bisa sampai ke masyarakat adalah (a) memanfaatkan *Progressive Web App* (PWA) untuk mendorong loyalitas pembaca; (b) berencana menggunakan *google analytics* dan *data tools google*

lainnya seperti *google search console*, *news consumer insights*, *news tagging guide*, *realtime content insights*; (c) mengoptimalkan *Search Engine Optimization* (SEO); (d) memanfaatkan *Learning Management System* (LMS).

Dari sekian rencana ini, strategi manajemen teknologi yang belum bisa diimplementasikan oleh Serat.id adalah rencana kedua dan keempat. Hal itu dikarenakan Serat.id memiliki SDM yang terbatas dalam mengelola kesiapan teknologi mereka. Di sisi lain, rencana mereka terhadap konsep adopsi teknologi LMS, dianggap masih mentah dan perlu tinjauan lebih lanjut bersama para anggota Serat.id. Namun untuk bisa membahas hal itu, mereka dihadapi oleh kesibukan masing-masing di luar Serat.id itu sendiri. Terakhir, strategi manajemen media yang dikembangkan Serat.id pada kategori **pemasaran** adalah (a) mengadakan *roadshow* berupa pelatihan jurnalistik gratis kepada masyarakat; (b) mengadakan program magang “Belajar Bersama Serat”; serta (c) memanfaatkan akses *media partner* sebagai strategi pemasaran mereka. Semua strategi pada kategori ini telah berhasil dilaksanakan Serat.id hingga kini, dan mereka juga mengalami peningkatan *readership* di masa pandemi Covid-19. Sementara untuk strategi manajemen pemasaran di media sosial, Serat.id belum memiliki strategi yang konkrit karena kurangnya kapasitas/kompetensi anggota di divisi *social media officer* mereka.

Meskipun dalam melaksanakan strategi manajemen medianya, Serat.id terkendala dengan kapasitasnya yang terbatas hingga cukup

lemahnya stabilitas organisasi yang mereka miliki, melihat semangat dan komitmen Serat.id dalam menjaga eksistensi dan ideologi hingga kini, layak diapresiasi. Terlebih upaya tersebut mereka salurkan untuk menjamin *public sphere* yang adil dan aman bagi masyarakat yang sering dipinggirkan dan dimisinterpretasikan oleh media arus utama. Tekad dan komitmen tersebutlah yang justru menjadi barometer kualitas media ini dalam mengabdikan dan mengabadikan nilai-nilai jurnalisme yang sesungguhnya di Indonesia.

## 5.2 Saran

Penelitian mengenai media alternatif di Indonesia sudah mulai bermunculan mengingat perkembangan teknologi membuka peluang dan ruang baru bagi media-media ini untuk turut berkontestasi dengan media lain. Meski demikian, kajiannya belum sebanding dengan media arus utama di Indonesia. Untuk itu, peneliti menyarankan penelitian berikutnya membahas media alternatif lain yang ada di Indonesia, khususnya jika ditinjau menggunakan Sistem Teori dan konsep-konsep lain yang digunakan dalam penelitian ini. Sehingga semakin banyak literatur yang bisa dipelajari tentang bagaimana teori dan konsep-konsep tersebut dapat menjelaskan perkembangan media alternatif beserta kelembagaan atau manajemen media mereka di era digital dan di struktur sosial yang semakin mapan ini.

Studi yang peneliti lakukan terhadap manajemen media Serat.id di tengah pandemi Covid-19 diantaranya juga membahas urgensi keuangan atau sisi ekonomi yang memang tidak bisa dipisahkan dari topik media alternatif. Namun, membahas sisi politik media alternatif juga tidak kalah menarik untuk dikaji. Mengingat selain penelitian di segmentasi tersebut masih jarang ditemukan pada studi kasus media alternatif di Indonesia, media alternatif juga memiliki sistem manajemen dan tujuan yang berbeda dengan media mapan.

Penelitian selanjutnya yang dapat dilakukan ialah menyelidiki beberapa konten media alternatif dari berbagai perusahaan media yang berbeda guna melihat heterogenitas informasi yang diklaim dan ditawarkan media ini kepada publik. Dapat juga menyelidiki tentang pentingnya posisi dan peran masyarakat dalam keberlangsungan hidup media alternatif/media-media kecil. Bagaimana pun media semacam ini hadir untuk mengisi keberagaman informasi di tengah publik, sehingga matinya media ini karena ketidak-berdayaan mereka untuk bertahan juga merupakan hal yang merugikan bagi masyarakat. Untuk itu, bagaimana kontribusi, kesadaran, dan dukungan masyarakat terhadap praktik dan konten-konten media alternatif/media-media kecil ini pun menjadi hal yang layak diketahui.