

Nama : Agung Purwandono
Jabatan : Pimpinan Redaksi krjogja.com
Waktu : Senin, 4 November 2019
Tempat : Kantor Pusat Kedaulatan Rakyat Jalan Pangeran Mangkubumi No. 42-46

1. Q: Dalam teori manajemen media, proses kerja di media meliputi empat tahap mulai dari *news gathering, news editing, news distribution, news evaluating*. Bagaimana di krjogja.com?

A: Ya sama seperti itu sih. Kita dari reporter untuk melakukan reportase kemudian dikirimkan ke redaktur. Redaktur mengedit dan menaikkan ke media. Evaluasi itu mencakup juga kalau di media online kan jumlah pembaca kelihatan kan ya. Itu bisa jadi bahan evaluasi. Kalau di cetak mungkin begitu muncul di media cetak, ya sudah gitu. Kalau di media online sih misalnya ini pembacanya sedikit, ini pembacanya banyak. Evaluasinya kesitu ya, lebih ke bentuk pembacanya. Pembacanya dan respon pemcanya seperti apa. Karena memang kalau di media online jumlah pembaca itu terkait dengan pasang iklan, daya tawar kita ke media lain. Kalau di cetak kan berdasarkan sampling aja, kira kira bagaimana. Kalau di online kan bisa kelihatan, karena kan ada tools-toolsnya.

2. Q: Jadi saya lihat statistiknya naik turun gitu ya mas pembacanya terkadang di suatu berita yang berbeda, sesuai temanya gitu?

A: Iya makanya itu jadi bahan evaluasi. Karena kan sekarang kalau kita di media online big data itu jadi penting, berita itu dibaca atau enggak. Sekarang ada berita bagus tapi gak dibaca sama saja kan ya.

3. Q: Bagaimana pola pembagian kerja jurnalis di krjogja.com?

A: Jadi kalau untuk berita itu kita memang ada kiriman dari reporter KR cetak juga. Itu biasanya yang mengolah itu redaktur. Jadi bagaimana agar berbeda cara penyampaiannya, judulnya, biar gak sama persis. Itu juga soal gaya di media online terus juga untuk memberikan suatu informasi yang berbeda juga kepada pembaca.

4. Q: Jadi kalau gitu, jurnalis di cetak dan di online itu apakah sama mas?

A: Ya harusnya berbeda. Misalnya dari sisi medianya. Kalau di cetak itu kan medianya tercetak. Dari sisi medianya itu juga berpengaruh pada soal gaya membaca. Kalau di media online itu sebagian besar sekarang menggunakannya handphone. Misalnya di koran cetak satu paragraf itu bisa jadi lebih dari satu kalimat. Tapi kalau di KR online itu rata-rata 2-3 kalimat ya. Biar apa? Ya karena membacanya itu lewat handphone. Ini kan soal keterbacaannya ya. Kalau misalnya paragrafnya itu panjang dia secara keterbacaan akan sulit dan gak enak baca. Ini masih mending, kalau di cetak ini gak ada spasi bisa penuh ini. Nah itu soal cara membaca pada media yang berbeda. Terus kalau misalnya kalau di media online yang menentukan untuk membaca itu scroll jempol nih. Bagaimana agar jempol itu berhenti, misalnya nih buka krjogja.com. Gimana caranya dia berhenti dan meng-klik gitu, kaitannya dengan judul, dengan paragraf pertama. Maksudnya agar dia bisa berhenti untuk membaca media itu, misalnya nih ada berita bagus dan meng-klik gitu.

5. Q: Jadi intinya, berita di media online dan di media cetak itu berbeda. Misalnya ada nih berita media cetak dan bisa diolah di media online gitu. Benar begitu mas?

A: Iya karena kita konvergensi ya. Konvergensi itu kita berpindah, tapi kemudian bagaimana kita itu memanfaatkan. Maksudnya, misalnya punya reporter nih. Seharusnya gitu idealnya konvergensi itu. Cetak punya reporter 50 dan online punya reporter 20 nih misalnya. Gimana semuanya ini di newsroom ini membuat berita dan di newsroom itu dibagikan. Nah ini untuk media cetak dan ini untuk media online, seharusnya seperti itu idealnya. Tapi kan banyak faktor-faktor yang membuat itu belum bisa dilakukan.

6. Q: Faktor-faktor apa saja itu mas?

A: Disini juga sebenarnya bukan hanya di KR ya, tapi juga saya pernah datang ke media-media cetak yang punya media online di Jakarta dan juga yang media online. Hal itu bukan hanya faktor soal faktor teknologi, tapi soal mindset bahwa berita di cetak lebih rumit dibanding online. Sehingga kemudian berita-berita online dan media sosial banyak hoaks, ya media itu jadi turun kepercayaannya. Padahal media-media online yang dia memang masih menggunakan karya jurnalistik, ya itu memang karya jurnalistik. Kalau menurut saya mindset ya. Jadi bagaimana dia dari KR cetak media cetak tidak secara khusus tapi semuanya kendalanya sama soal mindset. Sebenarnya wartawan di media cetak itu dia tulis untuk terbit besok. Misalnya media cetak ya, dia liputan pagi dan deadline-nya sore, jadi ya nanti-nantilah. Santailah, itu soal dia dan kebiasaan. Kalau dia liputan untuk online, ga bisa nih karena dia udah terbiasa santai, terbiasa nantilah beritanya, penulisannya tadi, judulnya leadnya, dan sebagainya. Ya itu dia yang pertama soal mindset, kemudian soal kemauan untuk berubah. Ya kalau teknologi, mereka memang sudah bisa menerima. Ya memang diakui bahwa teknologi itu tidak bisa ditolak.

7. Q: Mindset para jurnalis?

A: Ya mindset para redaktur, reporter.

8. Q: Ada satu faktor lagi yang berdasarkan hasil penelitian juga dikatakan cukup berpengaruh, yaitu faktor ekonomi. Kalau KR, apakah insentif itu menjadi penghambat atau malah menjadi peluang?

A: Sebenarnya itu bukan hanya di online ya, di semua media pasti itu juga menjadi faktor yang juga menentukan. Jadi maksudnya, ketika media cetak jumlah iklannya sudah mulai menurun, harapannya kan iklan media online. Dengan adanya media itu bisa menggaji. Soalnya iklan itu belanjanya iklan itu enggak langsung ke online, malah lebih banyak ke media sosial. Nah itu kalau faktor ekonomi ini menjadi penting karena soal bagaimana media ini mengembangkan diri. Ada mindset yang menganggap bahwa media online gak butuh banyak investasi karena gak butuh mesin cetak, gak butuh distribusi, transportasi dan lain sebagainya. Tapi media online itu juga butuh investasi yang mahal agar terutama adalah SDM dan teknologi. Kemudian agar berita itu dibaca gak bisa kita mengandalkan orang datang sendiri ke web kita. Jadi butuh media sosial agar sampai ke tangan pembaca. Kalau media sosial tidak didorong dengan ads, ya biasa-biasa saja. Tapi kita pun sampai sekarang gak pakai ads, karena memang soal keterbatasan tadi. Karena masih adanya mindset media online itu murah.

9. Q: Berdasarkan hasil pantauan saya, media sosial di KR itu terbilang cukup aktif. Jadi yang mengolah itu, apakah redaktur atau jurnalis atau bagaimana mas?
A: Ya sekarang kita admin sendiri, tapi berdasarkan berita-berita di KR. Jadi sekiranya ada yang membingungkan atau sensitif, jadi dia konsultasi dulu kepada kami. Ada admin sendiri, gitu.
10. Q: Kembali lagi mengenai distribusi media, apakah KR ada kerjasama dengan online lainnya diluar kepemilikan PT. BP. Kedaulatan Rakyat?
A: Ya, kita itu diminta kerjasama dengan media-media online nasional lainnya untuk redaksi. Itu agregator dan agregasinya ada Tempo, Liputan 6, Okezone, Babe, Kurio, Republika dan itu sebagian besar yang datang mereka.
11. Q: Tapi ini lebih ke negosiasi dengan manajemen ya mas?
A: Ya dengan redaksi juga ya, karena berita ya.
12. Q: Bagaimana dan mengapa mereka meminta KR untuk bekerjasama?
A: Sebenarnya simpel ya, mereka butuh konten lokal. Sementara mereka wartawan disini terbatas dan atau mungkin gak ada, yaudah dengan semakin banyaknya konten pembacanya semakin banyak. Kemudian lebih efektif dan efisien juga. Ya jadi disini yang lebih butuh itu mereka. Kalau kita berita-berita nasional ya ada, tapi mungkin gak terlalu banyak ya. Karena kan kita dari lokal. Tapi memang media online itu bourderless ya, pembacanya dari mana-mana. Jadi kalau kita mengangkat isu nasional, kita sudah kalah dengan mereka. Tapi kalau mereka mengangkat isu lokal, kita yang bisa kalah dari mereka. Jangkauan mereka lebih luas.
13. Q: Berarti tetap KR itu memenangkan pasar lokal dengan nilai proximity, begitu mas?
A: Ya soal lokalitas dan kedekatannya itu.
14. Q: Kalau di PT. BP. Kedaulatan Rakyat, itu terintegrasi dan kerjasama?
A: Ya berbagi misalnya dari krjogja.com berbagi ke KR cetak, Minggu Pagi, Koran Merapi, KR Radio, dan KR TV.
15. Q: Di KR apakah ada tuntutan sebagai jurnalis?
A: Dalam sehari mencari berita itu minimal 5, untuk hal seperti itu inisiatif mereka sendiri aja. Temen temen reporter online itu cuma sedikit cuma ada dua, jadi dibantu temen temen komunitas KR Academy sama reporter dari media cetak. Dari media cetak kan gak semua ngirim
16. Q: Dalam era digital, apakah krjogja.com dikatakan dapat menyesuaikan diri di era digital? Mengapa dapat dikatakan ya/tidak? Apakah alasan dan bagaimana fakta dan keadaan di krjogja.com?
A: Media online itu sangat dinamis ya perkembangannya sangat sangat cepat, berubah sangat cepat. Ya seperti itu algoritmanya, mesin pencari, media sosial. Dulu mungkin

media online itu identik dengan kecepatan. Sekarang sudah kalah dengan media sosial. Gak ada kata cukup ya harus diikuti terus.

17. Q: Di krjogja.com bagaimana strategi dan inovasi unik dan sekiranya berbeda serta tidak dimiliki media online lainnya di era digital?
A: Kita punya KR TV dan juga Production House. Ya memang belum lama, tapi memang sudah dikonsep sejak lama sejak krjogja.com ada sudah ada keinginan untuk itu.
18. Q: Jadi yang ngolah YouTube KR TV adalah jurnalisnya?
A: Iya jurnalisnya, jadi jurnalis merekam terus nanti dikasih ada tim editing sendiri terus diunggah di KR TV.
19. Q: Berarti jurnalis di krjogja.com dituntut untuk mampu memiliki skill tidak hanya menulis, tetapi juga buat informasi audiovisual?
A: Ya minimal bisa ambil gambarlah dan masalah editing sudah ada tim sendiri.
20. Q: Bagaimana tantangan dan kendala krjogja.com dalam beradaptasi di era digital?
A: Tantangannya ya banyak ya, sekarang kan media itu model bisnis itu tidak seperti dulu. Kalau dulu tidak seperti iklan saja, media cetak atau media online hanya iklan saja. Kemudian sekarang berubah. Iklan tidak hanya lari dari media cetak, dia tidak lantas pindah media online tapi pada media sosial. Disitu tantangannya harus mengikuti perkembangan itu. Itu harus didukung dengan SDM maupun sumber daya infrastruktur yang kuat. Sementara kami harus mengakui bahwa itu masih kurang di krjogja.com. Walaupun sebenarnya pembaca kita di Jogja kita paling banyak, terus di Jawa Tengah kemarin kita kalah dengan Solopos aja sih. Tapi itu dia karena dibantu dengan grup. Soalnya kita peran lokal.
21. Q: Mas kalau untuk KR Academy peran mereka selain untuk mendukung di berita, ada peran apa lagi?
A: Ya otomatis peran branding ya, mereka anak-anak muda minimal di sekitarnya mereka mengenalkan krjogja.com.
22. Q: Caranya mereka dengan berkompetisi gitu kan di media sosial?
A: Enggak. Kaya misalnya kumpul disini dan mereka membuat berita, buat liputan, dan kemudian kita juga keluar misalnya mengadakan pelatihan gratis dengan komunitas tentang bagaimana membuat press release, sharing tentang bagaimana membuat konten yang menarik dan justru mereka membuat konten-konten yang justru gak diambil jurnalis secara umum. Misalnya mereka sekarang sedang liputan tentang abdi-abdi dalem muda di keraton.
23. Q: Mas kalau di KR sendiri, itu ada gak sih mas memberikan pelatihan atau sejenis workshop gitu kepada jurnalis mengenai bentuknya KR Jogja bersifat website?
A: Ya itu secara otomatis ya. Kadang pelatihannya bukan dari kita tapi dari luar, misalnya ada peluang ini ada pelatihan ini. Sebelum dibentuk krjogja.com itu kita ke berbagai media

di Jakarta diminta untuk memperbaiki KR online mencari masukan apa yang kurang, apa kendalanya, dan sekarang sudah berubah lagi. Tantangannya udah beda. Kalau dulu tantangannya gausah mencari jurnalis yang hasilnya cetak tapi cari dari online saja. Tapi sekarang tantangannya dapat uang dari media online. Tantangannya selalu berubah.

24. Q: Ada gak sih mas grupnya untuk jurnalis KR misalnya bisa sharing-sharing mengenai perubahan gitu?

A: Ada, ada Asosiasi Media Siber namanya.

25. Q: Bagaimana posisi jurnalis di KR secara struktural?

A: Ya sementara ini masing-masing di media cetak dan masing-masing di media online. Dulu pernah dicoba dijadikan satu ya, dulu ada namanya Newsroom. Jadi itu tantangannya sangat besar dan tidak memungkinkan, ya tadi soal mindset tadi itu.

26. Q: Dulu KR pernah mengembangkan konvergensi Newsroom?

A: Ya, itu tahun 2012an dan sekarang kembali ke platformnya masing-masing. Tapi dengan materi yang lebih cair, misalnya materi dari cetak boleh diambil untuk kita di online dan materi dari online boleh diambil untuk di cetak. Dia mengirimkan berita di online sekaligus dicetak.

27. Q: Jadi bagaimana penentuan tema berita?

A: Untuk penentuan tema liputan dari masing-masing pemimpin redaksi cetak dan pemimpin redaksi online. Nah dia kan masing-masing. Jadi misalnya kalau wartawan online gak datang, tapi wartawan cetak datang ya kita ambil dari cetak. Sesederhana itu. Misal cetak gak punya materi dan kemudian online punya, ya diambil dari media online dan sebaliknya.

28. Q: Iya soalnya dulu ada kan mas Pikiran Rakyat dan mereka pun ternyata gagal menerapkan konvergensi media.

A: Itu kendalanya sama (dengan Kedaulatan Rakyat), saat itu konvergensi itu media cetak masih kuat.

29. Q: Kalau di KR sendiri bagaimana mas, bagaimana media yang paling kuat dan mendominasi?

A: Ya masih cetak sih. Media lokal itu kan kekuatannya ada di media cetak, walaupun sudah sangat jauh jauh dulu.

30. Q: Tapi apakah ada kemungkinan mas kalau misalnya suatu saat nanti bahwa KR itu berbasis online?

A: Mungkin saja (suatu hari nanti KR hanya berbasis online). Tapi kayanya cetak itu gak akan mati, dia hanya akan mengubah bentuknya dan isinya. Ya mungkin kalau selama ini kebanyakan hard news, ya hard news mungkin akan dikurangi.

31. Q: Kontennya, gitu mas?

A: Ya. Sama seperti dulu, ketika ada televisi apakah kemudian dia akan mati? Ya akan menyesuaikan. Ya sama seperti sekarang. Dengan ada internet, apakah koran akan mati? Pasti akan redup juga, tapi bagaimana dia akan menyesuaikan mengenai bagaimana caranya dia beradaptasi.

Nama : FX Harminanto
Jabatan : Jurnalis
Waktu : Selasa, 5 November 2019
Tempat : Kantor DPRD Provinsi DIY, Jalan Malioboro, Sosromenduran, DIY 55271

1. Q: Bagaimana tuntutan menjadi jurnalis di KR? Apakah jurnalis harus mampu membuat berita untuk platform cetak, radio, audio, bahkan audio-visual?
A: Kalo aku sih ikutnya di online sih jadinya nulisnya lebih ke berita online. Kalau memang yang berita cetak biasanya yang editorial udah ada editor dari cetak sendiri. Ya aku lebih ke online sih.
2. Q: Apakah jurnalis di Kedaulatan Rakyat telah diberikan pemahaman mengenai produk media antara media cetak, audio, audio-visual, online?
A: Itu akan terbentuk secara sendirinya sih berdasarkan pengalaman. Kalau di KR itu dari awal emang besarnya ke PWI sih ya. Nah untuk masuk PWI itu harus ada sertifikasi. Jadi untuk pelatihannya lebih ke PWI.
3. Q: Ada istilah jurnalis offline-online di KR, benar?
A: Gak ada sih. Tapi kalau yang redaksionalnya ada di cetak dan ada yang di online. Kalau yang di cetak sendiri sendiri, ada Koran Merapi, ada Minggu Pagi, ada KR. Kalau yang online kan krjogja.com, KR Radio juga.
4. Q: Bagaimana cara jurnalis di KR melakukan pengemasan ulang berita untuk dihasilkan pada platform media yang berbeda?
A: Jadi sendiri sendiri di masing-masing divisinya. Tapi kita sebenarnya bisa juga bersinergi dan berkolaborasi. Misalnya yang cetak gak punya berita kemudian beritaku bisa dipakai dan begitu pula sebaliknya.
5. Q: Tapi lebih ke berbagi konten berita ya? Bukan berbagi jurnalis?
A: Bukan, karena udah ada bidangnya masing-masing. Apalagi di cetak terutama.
6. Q: Bagaimana bentuk inovasi kerja jurnalis di Kedaulatan Rakyat untuk menyesuaikan diri dalam era teknologi?
A: Aku lima tahun ini merasakan di online. Keinginan dari redaksi itu banyak karena kan menyesuaikan dengan kebutuhan konsumen juga. Membaca berita kan sekarang eranya beda. Intinya harus multitasking. Gak hanya mengandalkan kemampuan menulis, tapi harus bisa mengambil foto, video, mengedit, kemudian menggunakan sosial media. Kita harus bersinergi untuk itu.
7. Q: Bagaimana tuntutan untuk bekerja secara multitasking di KR?
A: Itu lebih ke individunya sih ya aku pikir, kebetulan di online temen temen jiwanya lebih muda jadi lebih gampang untuk kolaborasi. Jadi kalau di online sih yang aku rasain sih semuanya sudah benar-benar meleak. Jadi udah ada divisi khusus sosial media juga, udah ada divisi khusus untuk YouTube juga.

8. Q: Pernah liputan untuk YouTube KR TV
A: Aku liputan terus ngeditnya juga. Tapi kemudian ada tim yang masuk juga. Jadi aku kirim gambar mentahnya aja terus mereka yang olah.
9. Q: Bagaimana pendistribusian berita yang dilakukan oleh Kedaulatan Rakyat, apakah masih pada pola umum manajemen media online yaitu proses peliputan dilakukan oleh jurnalis kemudian diterbitkan oleh editor?
A: Jadi gini, aku nulis berita kemudian aku kirim ke email redaksi. Kemudian ada empat redaktur yang bergiliran untuk mengkoreksi, edit judul, upload. Harus ada koreksinya, kalau tidak ya tidak memenuhi kaidah jurnalistik. Ada korektornya, ada tahapan-tahapan sebelum terbitnya. Kalau di KR tetap harus ada editing.
10. Q: Artinya jurnalis tidak memiliki wewenang untuk upload berita?
A: Itu editor, jurnalis tidak punya kewenangan untuk mengolah berita dari cetak ke online. Jurnalis cuma mencari berita dari luar. Itu bagian redaktur atau editorial.
11. Q: Kalau di media sosial, bagaimana manajemen kontennya?
A: Misalnya 'ini tema ini cocok nih di sosmed' nah kemudian tim sosmed yang mengolah sendiri. Cari berita mana aja nih yang menarik untuk di-posting di sosial media. Misalnya, 'sosial media, nih ada berita bagus untuk di sosial media dan beritanya ada di web'. Nah kemudian diolah sama tim sosial media. Jadi kolaborasinya gitu, jadi tetep basicnya itu tetep di berita produk jurnalistik.
12. Q: Jadi, Divisi Sosial Media juga melakukan pengemasan ulang berita?
A: Divisi Sosial Media mengambil konten dari para jurnalis kemudian diolah oleh mereka. Jadi di divisi media itu semua produk jurnalistik, jadi bisa terverifikasi secara konten. Sosial media KR itu kaya tempat untuk mengaksesnya aja sih, toolsnya aja. Tapi tetap tujuan akhirnya adalah untuk menuju web krjogja.com.
13. Q: Bagaimana pola kerja antar jurnalis untuk liputan dan menghasilkan berita? Bagaimana proses pemilihan tema berita?
A: Biasanya bebas sih. Kalau selama ini ya, redaksi percaya apa yang terjadi di lapangan dan reporternya pasti tau. Karena cukup lama juga ya 5 tahun dinamikanya banyak banget jadi udah percaya. Tapi misalnya ada 'ini ada ini nih' ada link share gitu, yaudah kita kerjakan. Tapi jarang banget sih. Karena ya menariknya krjogja.com itu reporter yang di lapangan itu dibebaskan untuk mengeksplor. Kalau melihat apa yang menarik dan bagus kamu tulis deh.
14. Q: Bagaimana tantangan dan kendala KR dalam beradaptasi di era digital?
A: Jurnalis di lapangan terutama harus banyak memacu batas yang dimiliki, jadi kalau misalnya dulu cukup foto dan tulis. Kalau sekarang misalnya ada hal yang menarik, oke divideo. Nanti cari angle yang berbeda, cari angle yang menarik. Jadi memacu diri melampaui batas. Batas yang kemarin-kemarin gitu, harus improve di lapangan. Karena

sekarang masanya beda. Misalnya nih suatu berita kita lempar ke sosial media, beda responnya dan lebih menarik. Kadang-kadang harus lebih jeli dan lebih hati-hati. Karena kan sekarang tantangannya gampang banget nih diteliti rekam jejaknya. Benar gak nih faktanya ini, benar gak nih yang ditulis, benar gak nih ucapan narasumber. Jadi harus berhati-hati. Tidak cuma mengedepankan keakuratan, tetapi juga kredibilitas.

15. Q: Apakah semua jurnalis di KR menyadari hal-hal seperti itu?

A: Aku pikir semuanya sudah menyadari itu karena ada tahapan uji kompetensi dan sertifikasi. Kemudian itu semua disadari dan dilakukan. Aku pribadi sih melakukan dan memahami hal itu. Aku sih selama ini masih ingin belajar. Jadi sejauh ini aku belum banyak menemukan masalah kalau di lapangan, jadi ya oke-oke aja. Disuruh ngapain aja aku belajar. Diluar pun kalau misalnya aku ketemu sama anak-anak TV, sama anak-anak online lain. Jadi gimana sih anak-anak TV itu kerjanya, aku belajar juga dari situ. Jadi gak terlalu masalah untuk hal-hal seperti itu.

16. Q: Bagaimana harapan ke depannya terhadap KR untuk dapat semakin maju di era digital

A: Ikuti dinamisnya zaman, "*ngeli ning ora keli*". Jadi zaman itu sekarang dinamis banget, ya gimana sih teknologi itu bisa merubah banyak hal.

Nama : Okto Lampito
Jabatan : Pimpinan Redaksi Surat Kabar Harian Kedaulatan Rakyat
Waktu : Kamis, 7 November 2019
Tempat : Kantor Pusat Kedaulatan Rakyat Jalan Pangeran Mangkubumi No. 42-46

1. Q: Industri 4.0 adalah sebuah revolusi peradaban yang menginginkan segala hal untuk menggunakan teknologi dan serba digital. Sebagai pemain lama di kalangan industri media, katakanlah sudah berdiri sejak 27 September 1945, apa langkah yang ditempuh KR untuk dapat beradaptasi pada era industri 4.0?
A: Ya jadi ketika kita sadar juga zaman ini akan terus berjalan zaman itu nggak bisa ditentang, tapi bagaimana kita harus bersahabat dan bagaimana kita harus meresponnya. Kita menyiapkan media-media seperti online, dan wartawan wartawan kita juga belajar di tempat media online lainnya. Kita juga ada radio teman-teman dari radio juga membutuhkan bantuan kita untuk membantu informasi. Nah disitulah mulai konvergensi media ada radio, online.
2. Q: Semenjak gagalnya menerapkan konvergensi ini suruh itu apakah KR masih menerapkan konvergensi jenis lainnya?
A: Newsroom itu karena pindah kantor saja tapi kita tetap sama kok. Artinya dari radio dan lain-lain juga meminta bantuan kepada kita misalnya meminta berita dari kita.
3. Q: Jadi apakah konvergensinya itu bentuknya media yang terintegrasi gitu Pak? apakah media-media di KR itu bekerja secara bersama dengan dalam artian berbagai jurnalis?
A: Jadi gini kita ada radio tetap ada online tetap ada. Dan di media cetak juga siap untuk berbagai konten antara media di radio online dan sebaliknya wartawan dicetak juga menerima bantuan berupa berita dari media lain di KR. Jadi aktivitasnya adalah berbagai konten seperti itu.
4. Q: Bagaimana kebijakan KR dalam menerapkan langkah dan strategi untuk dapat beradaptasi di era industri 4.0? Mengapa kebijakan tersebut dipilih oleh KR? Apakah alasan bahwa langkah dan strategi tersebut dirasa cocok untuk diterapkan di KR?
A: Ya sementara harus cocok ya, pada situasi demikian pun memang harus dicocokkan. Sekarang kan sebenarnya konvergensi itu tentang keniscayaan, kami juga terus mengembangkan, dan kami juga terus melakukan evaluasi. Seperti tadi ini kami juga baru mengadakan rapat evaluasi dan mengadakan rapat evaluasi itu hampir setiap hari. Kalau untuk rapat mengenai kebijakan itu dari siang malam kita rapat. Mereka juga jika membutuhkan wartawan ataupun berita dari mulai dari Semarang Jakarta dan lainnya kita juga mengizinkan, di sini mereka dalam artian radio dan online.
5. Q: Merujuk pada prediksi Meyer bahwa 2043 adalah kematian industri media cetak. Sebagai media cetak yang bersirkulasi di daerah lokal, bagaimana tanggapan bapak mengenai hal ini?
A: Boleh berkurang tapi saya tidak percaya terhadap teori. Dulu orang berkata kalau TV muncul radio akan pasti mengalami pengurangan peran karena radio hanya berupa

audionya tok, jadi nggak kelihatan. Jadi ketika televisi muncul, radio itu dipastikan dalam sekian tahun lagi akan mati. Seperti halnya televisi, televisi juga terancam oleh YouTube. Survei-survei mengatakan bahwa anak muda sekarang itu jarang menonton TV. Tapi saya percaya akan bertahan. Seperti media cetak, media cetak yang tidak punya surat penerbitan editor dan lain sebagainya bisa jadi itu hoax. Sesuatu itu sudah diramalkan, tapi kita bisa lihat bahwa sekarang ini masih eksis. Tapi memang tidak sebanyak sekarang. Tapi saya percaya masih tetap akan ada karena publik juga masih menghendaki. Bahkan situasi seperti sekarang ini masih ada beberapa orang yang datang ke KR untuk berlangganan KR baik itu datang secara langsung ataupun melewati telepon. Artinya apa, media tersebut mengemasnya sesuai enggak dengan pasarnya.

6. Q: Jadi bentuk strategi yang bagaimana yang lebih dikembangkan KR?

A: Strateginya kita tetap menjadi koran yang akurat. Jadi ketika orang baca itu oh iya pasti percaya, bangun kepercayaan itu kepada publik pada masyarakat untuk membaca. Kita juga tidak boleh kalah tetapi kita percaya kalau misalnya media online, televisi, itu hanya memberitahu. Tapi kita liputannya khusus. Jadi kalau misalnya di online itu lebih sedikit nah dicetak itu lebih banyak dan lebih detail.

7. Q: Di Amerika terdapat sebuah *backpack journalist* yang mana jurnalis masa depan memiliki kemampuan *multi-tasking* dengan bukan hanya membuat naskah berita multiplatform, tetapi juga mengambil gambar, mengedit berita audio visual, dan sebagainya. Apakah ada kemungkinan jika Kedaulatan Rakyat dapat menerapkan hal ini?

A: Iya jadi salah satu strateginya itu bagaimana kita dicetak lebih detail dan mendalam sementara di online itu lebih singkat. Tapi kita memilih konten yang seperti apa. Belum tentu loh semua konten itu disukai oleh para pembaca. Dan dibarengi dengan membangun akurasi.

8. Q: Jadi KR ini mengembangkan berita di online itu lebih ringkas dan berita di cetak itu lebih mendalam dan lebih detail dan hal itu merupakan salah satu strategi strategi untuk tetap mempertahankan medium cetak KR tadi, benar seperti itu Pak?

A: Ya benar sekali.

9. Q: Jadi bagaimanakah kesiapan infrastruktur dan sumber daya manusia di KR?

A: Batas-batas memperbaharui dengan mendatangkan wartawan wartawan muda. Insyaallah dari segi infrastruktur dan sumber daya manusia sangat bagus. Saya juga sadar tidak selamanya saya menjadi pemimpin redaksi ada saatnya anak-anak muda yang sekarang ini akan menjadi pemimpin redaksi suatu hari nanti. Ada saatnya generasi seperti kalian ini bisa naik lagi.

10. Q: Dalam melakukan penyesuaian diri di era digital, faktor apa saja yang terlibat untuk mendukung dan mendorong perkembangan KR ke arah yang lebih maju?

A: Ya itu tadi bagaimana cara kita membangun kepercayaan kepada publik. Jadi berita kami itu akurat. Jadi kalian kalau ingin mencari informasi informasi yang akurat datang kepada kami. Dan jangan ketinggalan. Bagi saya tetap, online itu hanya memberitahu

karena banyak media-media online yang memberitakan secara tidak akurat. Jadi gini loh, media-media itu ada verifikasi dari dewan pers. Nah begitu. Jadi seperti krjogja.com ini adalah media yang sudah terverifikasi oleh dewan. Ada banyak media-media yang sekarang asal terbitin dan apalagi sekarang banyak buzzer-buzzer politik mereka menjadikan itu bisnis. Ya kembali lagi ke era post-truth di mana kebenaran itu adalah miliknya.

11. Q: Apakah para jurnalis di Kedaulatan Rakyat memiliki tuntutan untuk dapat mengolah berita secara *multi-tasking*?

A: Iya memang harus begitu meskipun pada akhirnya dia memiliki kecenderungan kemana gitu. Ya seperti saya harus *multi-tasking*.

12. Q: Di Amerika terdapat sebuah istilah *backpack journalist backpack journalist* yang mana jurnalis masa depan memiliki kemampuan *multi-tasking* dengan bukan hanya membuat naskah berita multiplatform, tetapi juga mengambil gambar, mengedit berita audio visual, dan sebagainya. Apakah ada kemungkinan jika Kedaulatan Rakyat dapat menerapkan hal ini?

A: Di Indonesia belum, tapi di Indonesia malah lebih giat di medsos blog. Hal ini belum lazim ada di Indonesia. Tapi beberapa tahun lagi bisa jadi mungkin. Tapi kalau untuk konten-konten seperti yang beredar di web di medsos sendiri masih mungkin. Seperti misalnya Yuni membuat berita kemudian di-share. Jadi untuk citizen journalism Indonesia itu banyak.

13. Q: Bagaimana dengan media lain yang berada di bawah kepemilikan PT. BP. Kedaulatan Rakyat, apakah ada bekerjasama dalam berbagi berita, SDM (jurnalis), atau bahkan keuangan? Misalnya antara KR cetak dengan krjogja.com atau bahkan dengan KR Radio 107.2 FM?

A: Untuk berbagi keuangan tidak karena ada aktivitas distribusi masing-masing.

14. Q: Jadi misalnya distribusi koran Merapi dan Minggu Pagi itu apakah masih diolah oleh koran cetak Kedaulatan Rakyat?

A: Kami gak mengolah, jadi kita punya wadah dan koran sendiri-sendiri. Tapi kita tetap berbagi konten itu tadi. Sebenarnya ada juga, tapi kan misalnya Merapi lebih ke berita-berita yang crime. Kalo Minggu Pagi lebih ke feature feature gitu. Kita berbeda karena masing-masing punya spesifikasi masing-masing.

15. Q: Bagaimana tantangan dan kendala surat kabar harian Kedaulatan Rakyat dalam beradaptasi di era digital?

A: Kalau tantangan menurut saya ya lebih ke literasi terhadap bagaimana anak-anak muda itu membaca. Jujur saja mereka malas membaca. SDM juga iya tapi anak-anak muda sekarang juga hebat mengolah berita.

16. Q: Bagaimana inovasi KR untuk bertahan di era digital?

A: Inovasinya kami (KR cetak) memuat berita-berita yang lebih detail meskipun kadang-kadang 'Kenapa sih anak muda sekarang bacanya sedikit-sedikit?'. Mungkin anak-anak muda sekarang malas membaca banyak banyak. Kalau kita tetap menjaga akurasi dan kreativitas.