

Human Resource Development Strategies In Facing The Challenges Of The Digital Media Industry In Medan Tribune

Strategi Pengembangan Sumber Daya Manusia Dalam Menghadapi Tantangan Industri Media Digital Di Tribun Medan

Deddy Irawan^{1*}, Nursapia Harahap²

Universitas Islam Negeri Sumatera Utara, Medan, Indonesia^{1,2}

deddy0105191079@uinsu.ac.id¹, nursapiaharahap@uinsu.ac.id²

**Corresponding Author*

ABSTRACT

This research describes how Tribun Medan develops its Human Resources (HR) in facing the challenges of the digital media industry which is currently growing very rapidly. Based on this research, it is known that Tribun Medan makes several efforts in developing its human resources. One of the ways or steps taken by Tribun Medan to develop its human resources in responding to the challenges of the media industry is by upgrading or updating the human resources. Updates are usually carried out by means of training and coaching. There are trainings that are local (internal) specifically for HR who have just been recruited or joined with a training duration of two weeks. Also, there are trainings conducted on a national scale organized by the Tribun Network (central) from all elements of the Tribune throughout Indonesia. Each region sends one of its best representatives to attend the training. It is hoped that the training can become superior human resources and ready to be placed anywhere.

Keywords: HR Development, Tribun Medan, Digital Media Industry.

ABSTRAK

Penelitian ini menjabarkan tentang bagaimana Tribun Medan mengembangkan Sumber Daya Manusiannya (SDM) dalam menghadapi tantangan industri media digital yang saat ini berkembang sangat pesat. Berdasarkan penelitian ini diketahui bahwa Tribun Medan melakukan beberapa upaya dalam mengembangkan SDM-nya. Salah satu cara atau langkah-langkah yang dilakukan Tribun Medan untuk mengembangkan SDM-nya dalam menjawab tantangan industri media adalah dengan melakukan *upgrading* atau pembaruan terhadap para SDM. Pembaruan dilakukan biasanya dengan cara pelatihan dan pembinaan. Pelatihan-pelatihan ada yang bersifat lokal (internal) khusus SDM yang baru direkrut atau bergabung dengan durasi pelatihan selama dua pekan. Serta, ada juga pelatihan yang dilakukan dalam skala nasional yang diselenggarakan oleh Tribun Network (pusat) dari seluruh elemen Tribun yang ada di seluruh Indonesia. Masing-masing daerah mengirimkan satu perwakilan terbaiknya untuk mengikuti pelatihan tersebut. Diharapkan dari pelatihan tersebut dapat menjadi SDM yang unggul dan siap di tempatkan di mana saja.

Kata Kunci: Pengembangan SDM, Tribun Medan, Industri Media Digital.

1. Pendahuluan

Perkembangan teknologi informasi dan komunikasi, khususnya di bidang media digital, telah mengubah secara signifikan industri media di seluruh dunia. Industri media tradisional, termasuk media cetak, menghadapi tantangan yang serius dalam menghadapi pergeseran konsumen ke platform digital. Dalam upaya menghadapi tantangan ini, pengembangan sumber daya manusia (SDM) menjadi faktor kunci untuk menjaga daya saing dan kesuksesan perusahaan dalam industri media digital yang semakin kompetitif. Pengembangan SDM melibatkan berbagai strategi dan upaya untuk meningkatkan kualitas dan kapabilitas individu-individu dalam organisasi. Dalam konteks Tribun Medan, para profesional media harus mampu menguasai teknologi baru, memahami perilaku konsumen digital, dan menghadapi persaingan yang semakin ketat.

Kondisi sumber daya manusia saat ini di media digital dapat bervariasi tergantung pada konteks dan lokasi. Namun, secara umum, ada beberapa tren dan karakteristik yang dapat digambarkan, seperti keterampilan digital yang diperlukan, keterampilan kreatif dan konten yang relevan, kemampuan beradaptasi dengan perubahan, literasi digital, serta keterampilan komunikasi dan kolaborasi. Karyawan di industri media digital harus memiliki keterampilan teknologi yang kuat. Ini mencakup pemahaman tentang platform media sosial, analitik digital, manajemen konten, pemasaran digital, desain grafis, pengembangan web, dan keterampilan multimedia lainnya. Kemampuan untuk beradaptasi dengan cepat terhadap perkembangan teknologi dan tren baru juga sangat penting. Dalam media digital, kreativitas dan kemampuan untuk menghasilkan konten yang relevan dan menarik menjadi sangat penting. Karyawan di media digital harus mampu menghasilkan konten yang menarik perhatian, memahami audiens target, dan memiliki kemampuan naratif yang baik.

Industri media digital terus berkembang dengan cepat. Karyawan di media digital harus memiliki kemampuan untuk beradaptasi dengan perubahan teknologi, tren, dan strategi pemasaran. Mereka harus fleksibel dan mampu belajar hal baru dengan cepat. Sumber daya manusia di media digital harus memiliki pemahaman yang baik tentang etika digital, privasi, keamanan, dan isu-isu hukum terkait media digital. Mereka juga harus memiliki pemahaman tentang kekuatan dan risiko penggunaan media sosial dan platform digital lainnya. Komunikasi yang efektif dan kemampuan untuk bekerja dalam tim menjadi penting dalam media digital. Karyawan di media digital harus mampu berkomunikasi dengan jelas dan efisien melalui berbagai saluran komunikasi digital. Mereka juga perlu memiliki kemampuan kolaborasi dan kerjasama dalam lingkungan kerja yang seringkali melibatkan tim yang beragam.

Harsono membahas tantangan yang dihadapi oleh sumber daya manusia di era Revolusi Industri 4.0, termasuk perubahan dalam keterampilan yang dibutuhkan, adaptasi terhadap perubahan teknologi, dan perlunya pengembangan keterampilan baru untuk menjawab tuntutan industri (Harsono, 2019). Santoso membahas pentingnya pengembangan sumber daya manusia di era Revolusi Industri 4.0, termasuk perubahan dalam paradigma pendidikan dan pelatihan, adaptasi terhadap teknologi digital, serta pengembangan keterampilan yang relevan dengan kebutuhan industri (Santoso, 2021). Moeheriono menjelaskan bahwa Sumber Daya Manusia (SDM) adalah totalitas individu yang bekerja di suatu organisasi, termasuk karyawan, pekerja, dan tenaga kerja lainnya yang memiliki keterampilan, pengetahuan, pengalaman, dan potensi untuk berkontribusi pada tujuan organisasi (Moeheriono, 2019).

Hidayat dan Harahap membahas upaya peningkatan daya saing sumber daya manusia di era Revolusi Industri 4.0, termasuk peran pendidikan dan pelatihan dalam mengembangkan keterampilan digital, serta perlunya adaptasi terhadap perubahan teknologi dan tren global (S.S. Hidayat & R. Harahap, 2020). Daryanto dan Kadir membahas pentingnya penguatan sumber daya manusia melalui pendidikan vokasi di era Industri 4.0, termasuk pengembangan keterampilan teknis dan keterampilan non-teknis yang relevan dengan kebutuhan industri (A. Daryanto & A. Kadir, 2020). Menurut Moeheriono, Sumber Daya Manusia (SDM) adalah totalitas individu yang bekerja di suatu organisasi, termasuk karyawan, pekerja, dan tenaga kerja lainnya yang memiliki keterampilan, pengetahuan, pengalaman, dan potensi untuk berkontribusi pada tujuan organisasi (Moeheriono, 2019). Riyanto menyatakan bahwa Sumber Daya Manusia (SDM) adalah tenaga kerja yang bekerja dalam organisasi dan memiliki peran strategis dalam mencapai tujuan organisasi. SDM mencakup individu-individu dengan kualifikasi, pengetahuan, keterampilan, dan sikap yang diperlukan untuk mendukung kinerja perusahaan (Riyanto, 2021).

Sumber Daya Manusia (SDM) melibatkan aspek-aspek seperti keterampilan, pengetahuan, pengalaman, kemampuan, dan potensi yang dimiliki oleh karyawan. Pengelolaan sumber daya manusia melibatkan strategi dan kebijakan untuk memaksimalkan potensi, kinerja, dan kepuasan karyawan dalam mencapai tujuan organisasi. SDM merupakan aset yang berharga bagi perusahaan karena memiliki peran penting dalam memberikan keunggulan kompetitif.

Melalui pengembangan keterampilan dan pengetahuan, perusahaan dapat meningkatkan kinerja karyawan dan menghadapi tantangan yang dihadapi dalam industri media digital. SDM yang berkualitas dan terampil dalam teknologi digital dapat membantu perusahaan beradaptasi dengan perubahan teknologi dan tren industri, serta meningkatkan daya saing perusahaan di pasar yang semakin kompetitif.

SDM merujuk pada individu-individu yang bekerja dalam suatu organisasi dan memberikan kontribusi untuk mencapai tujuan organisasi tersebut. SDM memiliki peran penting dalam keberhasilan suatu organisasi, termasuk dalam industri media digital. Pada bagian ini, akan dijelaskan konsep SDM, termasuk kompetensi, motivasi, kepemimpinan, dan pembelajaran organisasi. Konsep SDM dalam industri media digital telah dikaji oleh Prakoso dalam penelitiannya tentang pengaruh strategi pengembangan SDM terhadap kinerja karyawan di industri media digital (Prakoso, 2021). Dia menyatakan bahwa pengembangan kompetensi karyawan, motivasi yang tinggi, kepemimpinan yang efektif, dan adanya sistem pembelajaran organisasi yang baik sangat penting dalam menghadapi tantangan industri media digital.

Selain kondisi sumber daya manusia saat ini di media digital, ada juga penjelasan terkait kondisi industri media digital saat ini. Kondisinya saat ini dapat berbeda-beda tergantung negaranya, wilayah, dan sektor spesifik. Namun, beberapa tren dan pandangan yang umum ditemukan meliputi pertumbuhan dan perkembangan pesat, persaingan yang ketat, menetisasi dan keberlanjutan, hingga perubahan dalam konsumsi konten.

Industri media digital terus mengalami pertumbuhan yang signifikan dalam beberapa tahun terakhir. Hal ini disebabkan oleh peningkatan penetrasi internet, pertumbuhan penggunaan perangkat mobile, dan pergeseran perilaku konsumen ke platform digital. Industri media digital ditandai oleh persaingan yang kuat. Banyak perusahaan berlomba-lomba untuk menarik dan mempertahankan pangsa pasar, menghasilkan konten yang menarik, dan mengembangkan strategi pemasaran yang efektif. Persaingan ini mendorong inovasi dan pengembangan konstan. Bagi perusahaan media digital, tantangan utama adalah mencari model bisnis yang menguntungkan dan berkelanjutan. Monetisasi konten, iklan digital, dan pengembangan produk dan layanan tambahan menjadi fokus penting bagi industri ini. Perubahan dalam perilaku konsumen memengaruhi industri media digital. Banyak orang lebih memilih mengakses konten melalui platform digital, seperti media sosial, streaming video, dan situs web berita, dibandingkan dengan media tradisional. Hal ini mendorong pergeseran strategi pemasaran dan distribusi konten.

Dalam penjelasannya, Wicaksono menyajikan gambaran mengenai kondisi industri media digital di Indonesia saat ini, termasuk perkembangan teknologi, penetrasi internet, tren konsumsi media digital, serta tantangan dan peluang yang dihadapi (Wicaksono, 2020). Sutisna membahas peran media digital dalam era Industri 4.0, termasuk dampak transformasi digital terhadap industri media di Indonesia, perubahan dalam strategi pemasaran dan distribusi, serta tantangan dan peluang yang dihadapi (Sutisna, 2019). Sementara PricewaterhouseCoopers (PwC) menggambarkan industri media digital sebagai industri yang berkaitan dengan konten digital, seperti video streaming, musik digital, iklan digital, dan aplikasi mobile (PricewaterhouseCoopers, 2019). Menurut Suroso dan Agus, industri media digital adalah sektor ekonomi yang melibatkan produksi, distribusi, dan konsumsi konten digital melalui platform dan teknologi digital seperti internet, aplikasi mobile, dan media sosial (Agus, H. Suroso & A., 2020). Wirman menggambarkan industri media digital sebagai industri yang terkait dengan produksi, distribusi, dan konsumsi konten digital seperti berita online, video streaming, musik digital, dan platform media sosial (Wirman, 2019).

Menurut Raharjo dan Warsito, industri media digital melibatkan produksi, distribusi, dan konsumsi konten media digital dengan menggunakan teknologi informasi dan komunikasi sebagai sarana utama (A. Raharjo & B. Warsito, 2020). Sedangkan Fahmi mengulas perkembangan media digital di Indonesia, termasuk penggunaan media sosial, tren konsumsi

konten digital, serta tantangan dalam mengelola perubahan teknologi dan perubahan perilaku konsumen (Fahmi, 2020). Kurniawan membahas dinamika industri media digital di Indonesia, termasuk pertumbuhan e-commerce, perubahan model bisnis media, serta tantangan dan peluang yang dihadapi oleh perusahaan media digital di Indonesia (Kurniawan, 2021).

Industri media digital merupakan sektor yang berkembang pesat dan memiliki peran penting dalam dunia informasi dan komunikasi. Media digital meliputi berbagai platform online seperti situs web, aplikasi mobile, media sosial, dan platform streaming. Industri ini telah mengubah cara konsumen mengakses dan mengonsumsi konten media, serta memberikan peluang baru bagi perusahaan media untuk mencapai audiens yang lebih luas (E. Ardianto & A. S. Sembiring, 2018). Definisi industri media digital merujuk pada segala aktivitas yang melibatkan produksi, distribusi, dan konsumsi konten media melalui platform digital. Industri ini mencakup berbagai bentuk media, termasuk media berita, hiburan, musik, dan lain sebagainya. Perkembangan industri media digital telah mengalami perkembangan yang pesat dalam beberapa dekade terakhir. Kemajuan teknologi, termasuk internet, perangkat mobile, dan jejaring sosial, telah mengubah cara orang mengakses dan berinteraksi dengan konten media.

Industri media digital merupakan sektor yang terus berkembang pesat dan menghadapi berbagai tantangan. Pada bagian ini, akan dijelaskan beberapa tantangan yang dihadapi oleh industri media digital, antara lain perubahan teknologi, persaingan yang ketat, perubahan perilaku konsumen, dan perubahan tren dalam produksi dan distribusi konten media. Putra mengamati implementasi strategi pengembangan sumber daya manusia dalam meningkatkan daya saing industri media digital (Putra, 2022). Dia menekankan bahwa dalam menghadapi tantangan tersebut, perusahaan media digital perlu fokus pada pengembangan karyawan dalam mengikuti perkembangan teknologi, memahami perubahan perilaku konsumen, dan memiliki keahlian yang relevan dalam produksi dan distribusi konten media digital.

2. Metode Penelitian

Penelitian ini akan menggunakan pendekatan kualitatif. Pendekatan ini dipilih karena penelitian ini bertujuan untuk memahami konteks dan dinamika industri media digital serta strategi pengembangan sumber daya manusia di Tribun Medan. Pendekatan kualitatif memungkinkan peneliti untuk mendapatkan pemahaman mendalam tentang pengalaman, pandangan, dan sikap para profesional media di Tribun Medan terkait dengan strategi pengembangan SDM. Pendekatan kualitatif memungkinkan peneliti untuk memahami fenomena yang kompleks dan mendalam, serta melibatkan partisipasi aktif dari responden dalam menggali informasi dan pemahaman yang lebih mendalam mengenai strategi pengembangan sumber daya manusia (SDM) dalam menghadapi tantangan industri media digital di Tribun Medan.

Adapun teknik-teknik penelitian yang dilakukan ialah wawancara, observasi, dan dokumentasi. Wawancara mendalam akan dilakukan dengan para profesional media di Tribun Medan. Wawancara akan dilakukan secara satu-satu untuk mendapatkan pemahaman yang mendalam tentang perspektif dan pengalaman mereka terkait dengan pengembangan sumber daya manusia dan tantangan industri media digital. Wawancara akan direkam dengan izin responden dan kemudian akan ditranskripsi untuk analisis lebih lanjut. Wawancara akan dilakukan dengan pihak manajemen Tribun Medan, termasuk manajer SDM dan manajer departemen terkait, untuk mendapatkan informasi tentang strategi pengembangan SDM yang telah diterapkan, tantangan yang dihadapi, serta hasil yang telah dicapai dalam menghadapi tantangan industri media digital.

Observasi langsung akan dilakukan di lingkungan kerja Tribun Medan. Peneliti akan mengamati interaksi antar pegawai, dan keterlibatan mereka dalam penggunaan teknologi media digital, serta lingkungan kerja secara umum. Observasi akan membantu mendapatkan pemahaman tentang praktik aktual yang dilakukan dalam menghadapi tantangan industri media

digital. Studi dokumentasi akan dilakukan dengan menganalisis dokumen-dokumen yang relevan terkait pengembangan sumber daya manusia di Tribun Medan, termasuk kebijakan perusahaan, program pelatihan dan pengembangan, serta laporan kinerja organisasi. Dokumen-dokumen ini akan memberikan gambaran tentang upaya yang telah dilakukan dalam menghadapi tantangan industri media digital. Dokumen-dokumen yang relevan seperti kebijakan pengembangan SDM, program pelatihan, dan evaluasi kinerja akan dianalisis untuk memperoleh informasi tentang strategi pengembangan SDM yang telah diterapkan di Tribun Medan

Dalam penelitian ini, subjek penelitian adalah Tribun Medan, yaitu sebuah perusahaan media yang beroperasi di Medan. Fokus penelitian akan difokuskan pada strategi pengembangan sumber daya manusia yang diterapkan oleh Tribun Medan dalam menghadapi tantangan yang ada dalam industri media digital. Objek penelitian adalah strategi pengembangan sumber daya manusia yang diimplementasikan oleh Tribun Medan. Penelitian akan menggali informasi terkait dengan langkah-langkah yang diambil oleh Tribun Medan untuk mengembangkan keterampilan, pengetahuan, dan kompetensi karyawan dalam menghadapi perubahan yang cepat dalam industri media digital. Orang yang menjadi informan dalam penelitian ini ialah Pemimpin Redaksi Tribun Medan. Penelitian akan dilakukan hari Senin, 17 Juli 2023 bertempat di kantor Tribun Medan yang terletak di Jl. K.H. Wahid Hasyim No.37, Babura, Kec. Medan Baru, Kota Medan, Provinsi Sumatera Utara, Kode Pos 20154.

3. Hasil Dan Pembahasan

Hasil wawancara dengan responden

Responden dalam penelitian ini adalah Pemimpin Redaksi Tribun Medan, yaitu lin Sholihin. lin Sholihin adalah seorang pria yang berasal dari Kota Pontianak, Kalimantan Barat. lin Sholihin menjadi seorang Pemimpin Redaksi di Tribun Medan sejak tahun 2021 hingga sekarang. Saat ini lin Sholihin berstatus sebagai seorang suami dari satu istri dan telah memiliki dua anak yang keduanya adalah perempuan. Penempatan dirinya sebagai Pemimpin Redaksi di Tribun Medan merupakan bagian dari arahan dan kebijakan yang diterbitkan oleh Tribun Network atau Tribun Pusat yang terletak di DKI Jakarta. Wawancara langsung dilakukan antara peneliti dengan Pemimpin Redaksi Tribun Medan di dalam ruangan kerjanya, yaitu lantai III kantor Tribun Medan Jalan K.H. Wahid Hasyim No.37, Babura, Kec. Medan Baru, Kota Medan, Provinsi Sumatera Utara, Kode Pos 20154 pada tanggal 17 Juli 2023.

Bagaimana pertama kali Tribun Medan ini berdiri?

"Tribun Medan ini bagian dari Tribun Network. Kalau dahulu di tahun 2004 atau 2005 kami masih menyebutnya dengan kelompok Persda atau Pers Daerah. Ini awalnya merupakan bagian dari Kompas Gramedia. Jadi, Kompas Gramedia itu sebagai induk utama, lalu dia punya beberapa media, misalnya Harian Kompas, Kompas.com, dan segala macam. Kemudian, dibuatlah media berjaringan yang saat itu namanya Persda. Lalu kemudian hari ini berubah namanya menjadi Tribun Network. Nah, kalau Tribun Medan itu berdiri mulai tanggal 27 September 2010. Tribun Network ini hadir di setiap kota di seluruh Indonesia yang mewakili 34 provinsi yang kemarin, sekarang ada tambah empat provinsi lagi. Total keseluruhan Tribun Network memiliki 68 unit se-Indonesia dari Aceh sampai ke Papua. Nah, Tribun Medan sendiri saat pertama kali berdiri itu medianya dalam bentuk media harian atau koran atau cetak dengan jangkauan Provinsi Sumatera Utara. Memang kita ambil nama cenderung nama ibu kota provinsi."

Bagaimana dengan media online? Berdiri sejak kapan?

"Nah, kalau media online (digital) kita tahun 2012 mulai aktif. Namun, sebenarnya dahulu (sebelum tahun 2012) kita digital ada, tetapi itu bagian (pelengkap) saja (belum

diseriusi). Karena pembaca kita di media cetak saat itu kan masih banyak sekali. Jadi, dahulu itu pada tahun 2010, oplah Tribun Medan bisa mencapai 64.000 eksemplar per hari. Memang terjadi perubahan kebiasaan, perubahan teknologi, perubahan cara orang menikmati berita, sampailah kita (fokus) ke website atau digital itu jaraknya dua tahun setelah terbit media cetak pada tahun 2010. Hari pun kita tidak bergerak online di website, akan tetapi kita juga mengelola media sosial, ada YouTube, Instagram, Facebook, TikTok, dan lainnya.”

Bagaimana pada masa transisi dari media cetak ke online pada saat itu?

“Memang di masa transisi itu kita lakukan jauh-jauh hari, di 2010 Tribun Medan berdiri, kemudian di tahun 2012 kita sudah mulai menyesuaikan dengan digital, tuh. Jadi, pergeserannya signifikan gitu. Jadi, tidak seperti hari ini misalnya katakanlah ada media cetak mau pindah ke digital secara tiba-tiba, itu tidak bisa. Karena dia ada perubahan perilaku, perubahan teknologi, perubahan pola pikir, itu yang buat susah. Kalau di media cetak misalnya, ada banyak waktu yang bisa digunakan untuk melengkapi data, karena biasanya proses cetak koran itu di malam hari. Nah, jadi teman-teman Reporter itu misalnya melakukan peliputan pada pukul 07.00 WIB, nanti kirim beritanya itu paling tidak sebelum pukul 16.00 WIB, sebelum rapat budgeting, karena biasanya di Tribun Medan rapat budgeting dilakukan pada pukul 16.00 WIB untuk menentukan headline berita di halaman koran yang akan terbit besok hari. Berbeda dengan digital yang misalnya jam segini ada peristiwa dan dilakukan peliputan, mungkin 15 menit atau 20 menit sudah harus terbit di website. Nah, kalau ditanya perubahannya apa yang signifikan? Satu, berubah cara kerja. Cara tentu masuk dalam sumber daya manusia, kan. Yang tadinya katakanlah teman-teman Reporter itu sudah terbiasa mengirim beritanya lama, sekarang berselang 15 atau 20 menit berita harus sudah terbit di website. Jadi, ada jarak waktu sekitar 15 atau 20 menit. Nah, merubah perilaku itu yang agak susah. Dua tahun pada masa transisi Tribun Medan dari media cetak ke digital itulah yang kita lakukan. Saya ingat betul waktu ada perubahan, saat era 2008 saya di Tribun Pontianak ke 2010 itu Tribun sudah bersiap diri sebenarnya ke digital. Itu kita rasakan dahulu sempat menggunakan alat yang namanya flexi telepon, kayak telepon rumah tapi mobile. Lalu, terjadi perubahan, tuh, ke Blackberry Messenger (BBM), terus teman-teman Reporter kita bekali dengan BBM. Kemudian, ada perubahan ke Android atau IOS. Nah, artinya si SDM harus bersiap, dong, yakni bersiap dengan perubahan cara kerja maupun bersiap dengan perubahan peralatan.”

Waktu masa transisi itu apakah Tribun Medan cukup terkejut atau tidak?

“Karena kita sudah bersiap sejak awal, dua tahun masa transisi itu biasanya dimulai, tuh, mengenalkan cara CMS dan segala macamnya ke SDM. Lalu, media online (digital) itu menjadi unit tersendiri saat itu. Dahulu media online tidak semasif hari ini, paling kita butuh Cuma tiga editor, karena berita yang dibuat Reporter di lapangan itu juga kita produksi untuk dicetak (koran) dan itu juga kita produksi untuk media online (digital). Hanya berubah di Reporternya. Jadi, kalau ada Editor yang piket pagi, katakan delapan jam, mulai dari pukul 07.00 WIB itu terus berganti di 24 jam, tidak putus dia, akan ketemu dan ketemu lagi dia. Maka, Reporter harus mengirim berita secepat betul, biasanya kita kasih jarak waktu paling lama satu jam. Kalau sekarang kita standarnya minimal Reporter harus mengirimkan berita 15 menit dari setelah melakukan peliputan. Beritanya tidak hanya dalam bentuk tulisan (teks), tapi juga dalam bentuk video. Nah, dalam masa transisi itu SDM kita upgrade, yakni dalam artian jika SDM itu tidak mampu, kita cari orang lain. Kalau yang mau, dia belajar. Nah, kalau di Tribun sendiri ada tradisi yang berpindah-pindah (tugas) ke daerah yang lain. Kalau kami menyebutnya upgrade SDM itu Bantuan Tempur (Banpur). Misalnya, kita akan buka di Sorong, Papua Barat, di sana belum siap tenaga lokalnya, masih dalam proses rekrutmen dan pelatihan. Sementara, perusahaan baru di sana harus jalan, maka orang-orang dari daerah lain yang turun membantu.

Kemudian, ketika sudah siap tim di sana (tim lokal) baru kita balik atau pindah ke tempat baru lagi."

Kalau oplah pada tahun 2010 itu sebanyak 64.000 per harinya, sekarang bagaimana?

"Terkoreksi sangat jauh. Saat ini kita hanya cetak 12.000-an eksemplarnya per hari. Jauh turunnya, tahun 2010 ke 2023 rentang waktunya lamalah, ya, sudah 13 tahun. Itu terkoreksi betul untuk tebitan (produksi) cetaknya (koran) dan kecenderungannya terus menurun. Lalu ke mana? Ya, ke digital. Jadi, ketika oplah kami turun, tapi pembaca digital kami tumbuh. Jadi, kan, dia berpindah tempat saja, bukan meninggalkan, toh. Nah, untuk melihat rata-rata pembaca Tribun Medan itu biasanya kita ukur lewat user atau pages view. User itu jumlah IP yang mengunjungi, sedangkan pages view itu jumlah halaman (page) yang dibaca. Satu user bisa membaca lebih dari satu page. Jadi, satu telepon (handphone) merupakan satu IP. Satu IP bisa membuka lebih dari satu halaman (website Tribun Medan), kan biasanya baca berita di website Tribun Medan ada halaman satu, halaman dua, dan seterusnya atau di tengah kita jumpa berita lagi dan kita anggap menarik, kemudian kita klik dan masuk ke halaman baru. Nah, rata-rata user kita per hari itu maksimal (paling besar) kita bisa dapat sebanyak 1 juta user dan paling kecil biasanya hari weekend atau hari libur, itu orang condong lebih tidak menggunakan smartphone, ya, itu 600.000-an user. Kalau jumlah pages view itu bisa sampai 4 juta atau 3 juta. Jadi, kalau kita rata-ratakan page per sesinya itu satu user membaca kira-kira 2.5 page."

Susunan struktur formatur perusahaan di Tribun Medan bagaimana?

"Di Tribun Medan ada dua divisi, yaitu Divisi Bisnis dan Divisi Redaksi. Divisi Bisnis itu dipimpin oleh Jenderal Manajer. Kalau Divisi Redaksi dipimpin oleh Pemimpin Redaksi, saya Pemimpin Redaksinya. Kenapa harus ada dua? Ini untuk membedakan antara urusan bisnis dengan urusan jurnalistik. Ini membantu teman-teman (karyawan) menjaga independensi. Contohnya, ada orang mau pasang iklan, kami (Redaksi) tidak mengurus itu, tapi yang mengurus tim bisnis. Nah, untuk di Redaksi sendiri pimpinan tertinggi itu ada Pemimpin Redaksi. Lalu di bawah ada manajer, itu ada Manajer Peliputan, Manajer Online, Manajer Produksi (Cetak), Wakil Manajer. Kemudian ada koordinator-koordinator (Redaktur dan Editor), seperti Koordinator Video, Koordinator Website, dan koordinator lainnya. Baru yang paling depan teman-teman Reporter. Jadi, sebenarnya kalau profesikan sama saja, yakni Reporter."

Berapa jumlah keseluruhan SDM Tribun Medan baik Divisi Redaksi maupun Divisi Bisnis?

"Kalau di Redaksi kita ada 76 SDM (karyawan baik karyawan tetap atau kontrak). Kalau di Bisnis ada sekitar 30-an. Jadi total kita ada 100-an SDM."

Bagaimana Tribun Medan mengidentifikasi tantangan utama yang dihadapi dalam industri media digital saat ini?

"Ini jauh hari sudah kita lakukan. Buktinya apa? Ketika media online belum semasif saat ini, itu kita sudah ke situ. Namun, hanya saja porsinya kita masih di media cetak, tapi kita sudah mempersiapkan diri unjuk website menuju portal berita (online)."

Apa strategi Tribun Medan untuk menghadapi perubahan cepat dalam teknologi dan industri media digital?

"Inovasi, harus inovasi. Jadi kalau kami tetap bergerak di media cetak (koran), kami akan punah sebagai seperti layaknya dinosaurus. Orang handphone saja kita upgrade terus. Inovasi kalau dahulu cuma main di media cetak (koran), hari ini kami punya website dan kami juga punya media sosial. Kita juga punya studio. Kami bekerja sudah layaknya plus-plus kalau saya sebut. Kenapa? Karena teman-teman media televisi itu audio visual tapi tidak menulis berita. Kalau kami lengkap, kami menulis berita, ambil foto dan video, jadi talent, jadi host pembawa

acara, jadi presenter, terus kami sebarakan lewat media sosial. Akun media sosial, YouTube misalnya. Kami ada dua akun YouTube, satu akun itu 2.4 juta subscriber dan yang satunya lagi sudah hampir 200.000 subscriber. Untuk media sosial TikTok juga ada dua akun. Yang pertama bernama Tribun Medan Daily, itu pengikutnya sekitar 2.1 juta orang dan yang satunya sekitar 21.000 pengikut. Kemudian, Facebook pengikutnya 1.8 juta orang, Instagram pengikutnya 191.000 orang, yang terbaru ada Trhreads kita ikuti juga trennya.”

Bagaimana Tribun Medan memastikan keterampilan pengetahuan SDM-nya tetap relevan atau up to date dengan perkembangan media digital saat ini?

“Kita ada upgrading. Jadi di Tribun Network itu tidak merekrut orang secara sembarangan. Jadi, untuk menjadi Reporter itu minimal mereka harus pelatihan selama dua pekan. Kami cenderung suka mengambil yang fresh, maksudnya dia yang baru lulus dari pendidikan perguruan tingginya atau yang biasa magang di sini. Magang selama enam bulan di sini, kalau bagus cara kerjanya, lulus kuliah (pendidikan), kita panggil. Bahkan ada yang belum wisuda juga kita panggil untuk bekerja di Tribun Medan. Nah, itu kita kontrak dahulu sampai dia itu bisa meyakinkan kita dan kita tidak melangkat regulasikan. Terus, ketika pelatihan, ada yang dilatih cara menulis berita, ada juga yang dilatih cara membuat video, itu di upgrade dan terus dilatih teman-teman SDM disesuaikan dengan kondisi hari ini. Maka perubahan itu pasti di sini, jadi tidak mungkin stagnan di situ saja. Katakanlah si A hari ini mengedit berita, tidak mesti dia bulan depan bagian mengedit berita, bisa jadi bulan dia jadi tim mengedit video. Jadi, ini dilakukan dengan melihat situasi dan kebutuhan. Kalau kita lihat dia tidak cocok di posisi itu, masa kita biarkan. Jangan-jangan dia tidak suka, lebih enak itukan mencari pekerjaan yang dia suka dengan pekerjaan itu, makanya kita lakukan rotasi berdasarkan penilaian dan evaluasi.”

Hasil dokumentasi dengan responden saat melakukan penelitian (wawancara)

4. Penutup

Kesimpulan

Dalam menghadapi tantangan industri media digital saat ini Tribun Medan bergerak secara masif untuk mengembangkan sumber daya manusianya (SDM). Sejumlah strategi dilakukan Tribun Medan untuk mengembangkan SDM dan perusahaan media Tribun itu sendiri. Dari mulai pelatihan yang dilakukan dalam skala internal maupun SDM mengikuti pelatihan yang digelar secara nasional. Umumnya pelatihan berskala nasional dilakukan oleh Tribun Network (pusat) yang melibat seluruh komponen Tribun Medan yang ada di Tanah Air. Pelatihan ini dilakukan dengan berpindah-pindah tuan rumah penyelenggaranya yang biasanya dilakukan secara berkala. Pelatihan berskala nasional ini sempat berhenti tatkala pandemi Covid-19 melanda.

Tribun Network sendiri memiliki peraturan dan kebijakan terkait penempatan sebagai pemimpin tertinggi di Tribun suatu daerah tertentu. Seseorang tidak dapat menjadi Pemimpin Redaksi atau Jenderal Manajer di tempat dia berasal. Misalnya, seseorang berasal dari Sumatera Utara, maka orang tersebut tidak dapat di tempatkan di Tribun Medan untuk menjadi pimpinan tertinggi. Melainkan harus di tempatkan di daerah yang lain, misalnya ke Tribun Pontianak yang ada di Kalimantan Barat. Kebijakan itu diadopsi untuk menghindari konflik of interest atau konflik kepentingan. Kalau orang lokal menjadi pimpinan tertinggi di Tribun yang ada di daerahnya, maka itu berpeluang besar terjadi konflik kepentingan.

Daftar Pustaka

- Harsono, S. (2019). Tantangan Sumber Daya Manusia dalam Menghadapi Revolusi Industri 4.0. *Jurnal Manajemen dan Kewirausahaan*, 21(1), 13-20.
- Santoso, A. (2021). Pengembangan Sumber Daya Manusia di Era Revolusi Industri 4.0. *Jurnal Manajemen dan Pemasaran Jasa*, 14(1), 133-146.

- Harahap, S. S., & Hidayat, R. (2020). Peningkatan Daya Saing Sumber Daya Manusia dalam Era Revolusi Industri 4.0. *Jurnal Akuntansi, Manajemen, dan Ekonomi*, 22(2), 205-218.
- Daryanto, A., & Kadir, A. (2020). Penguatan Sumber Daya Manusia Melalui Pendidikan Vokasi di Era Industri 4.0. *Jurnal Pendidikan Vokasi*, 10(1), 64-75.
- Wicaksono, D. (2020). The Current State and Future Prospects of the Indonesian Digital Media Industry. *Jurnal Ilmu Komunikasi*, 17(3), 231-246.
- Sutisna, Y. (2019). The Role of Digital Media in the Era of Industry 4.0: Challenges and Opportunities for the Indonesian Media Industry. *Jurnal ASPIKOM*, 5(3), 560-570.
- Fahmi, R. (2020). The Development of Digital Media in Indonesia: Current Condition and Future Challenges. *Jurnal Ilmiah Dinamika Informasi*, 10(1), 57-66.
- Kurniawan, D. A. (2021). The Dynamics of Indonesian Digital Media Industry: Opportunities and Challenges. *Jurnal Manajemen Maranatha*, 19(1), 1-14.
- Ardianto, E., & Sembiring, A. S. (2018). Transformasi Industri Media dan Konsekuensinya Bagi Praktik Jurnalisme di Era Digital. *Jurnal Ilmu Komunikasi*, 16(2), 143-156.
- Moehersono. (2019). *Manajemen Sumber Daya Manusia*. PT RajaGrafindo Persada.
- Hasibuan, M. S. P. (2018). *Manajemen Sumber Daya Manusia*. PT Bumi Aksara.
- Riyanto, S. (2021). *Manajemen Sumber Daya Manusia*. PT Rajagrafindo Persada.
- Prakoso, D. (2021). Pengaruh Strategi Pengembangan Sumber Daya Manusia terhadap Kinerja Karyawan di Industri Media Digital. *Jurnal Manajemen Sumber Daya Manusia*, 15(2), 45-62.
- PricewaterhouseCoopers. (2019). *Global Entertainment & Media Outlook 2019–2023*. PricewaterhouseCoopers.
- Suroso, H., & Agus, A. (2020). Industri Media Digital dan Peranannya dalam Ekonomi Digital Indonesia. *Jurnal Ekonomi Kuantitatif Terapan*, 13(2), 187-202.
- Wirman, H. (2019). Industri Media Digital di Era Revolusi Industri 4.0. *Jurnal Komunikasi Profesional*, 1(1), 1-11.
- Raharjo, A., & Warsito, B. (2020). Revitalisasi Industri Media Digital dalam Menyongsong Era Society 5.0. *Jurnal Komunikasi Ikatan Sarjana Komunikasi Indonesia*, 5(1), 37-46.
- Putra, A. S. (2022). Implementasi Strategi Pengembangan Sumber Daya Manusia dalam Meningkatkan Daya Saing Industri Media Digital. *Jurnal Ekonomi dan Bisnis*, 8(1), 78-92.