

# Survivalitas *Harian Solopos* di Era Konvergensi Media: Suatu Tinjaun Historis

Indah Suryawati

Universitas Budi Luhur, Jakarta, Indonesia, indah.suryawati@budiluhur.ac.id

*Artikel diterima: 07 Mei 2025; Diperbaiki: 14 Mei 2025; Disetujui: 27 Juni 2025*

Sejak awal (1997) *Harian Solopos* berkomitmen hadir sebagai surat kabar lokal. Kekosongan media cetak lokal saat itu dianggap sebagai peluang bisnis yang patut dikembangkan, mengingat belum pernah ada surat kabar yang dapat bertahan lama di Kota Solo. *Harian Solopos* tampil untuk mematahkan mitos Solo sebagai kota “kuburan”nya surat kabar. Mitos tersebut melekat seiring hampir setiap surat kabar yang terbit di Solo mengalami kegagalan dalam bertahan hidup (berproduksi). Penelitian ini bertujuan mengungkap jejak historis survivalitas surat kabar *Harian Solopos* dimulai dari masa awal kemunculannya dan bagaimana ia mempertahankan eksistensinya di tengah gelombang kemajuan teknologi informasi saat ini. Pendekatan penelitian yang digunakan adalah analisis historis. Sumber data utama riset ini adalah hasil wawancara mendalam dengan beberapa pimpinan redaksi *Harian Solopos*, serta diperkuat dengan sejumlah literatur yang valid dan kredibel. Penelitian ini menghasilkan temuan bahwa *Harian Solopos* berupaya tetap *survive* dengan melakukan serangkaian konvergensi media. *Harian Solopos* menerapkan *platform online* pada 2007, di saat surat kabar lain masih jarang melakukannya. Selain itu, *Harian Solopos* tetap konsisten hadir sebagai representasi surat kabar lokal berbahasa Indonesia di Solo. Sejumlah upaya inilah yang menempatkan *Harian Solopos survive* hingga saat ini dan mampu mengembangkan diri sebagai surat kabar lokal yang *multiplatform*.

**Kata Kunci :** *Harian Solopos; histori, surat kabar, survive, konvergensi media*

**Abstract--** Since the start (1997), *Harian Solopos* has been committed to being present as a local newspaper. The absence of local print media at that time was considered a business opportunity that should be capitalized on, given that no newspaper had ever been able to survive for long in the city of Solo. *Harian Solopos* appeared to break the myth of Solo as a "graveyard" for newspapers. This myth stuck as almost every newspaper published in Solo failed to survive (produce). This study aims to reveal the historical traces of the *Harian Solopos* newspaper, from its early days of emergence to its continued existence amid the current wave of advances in information technology. The research approach used is historical analysis. The primary data source for this research is the results of in-depth interviews with several editors-in-chief of *Harian Solopos*, and several valid and credible pieces of literature reinforce this. This study found that *Harian Solopos* attempted to survive by engaging in a series of media convergences. *Harian Solopos* implemented an online platform in 2007, a time when other newspapers were still reluctant to do so. In addition, *Harian Solopos* remains consistent in its presence as a representative of local Indonesian-language newspapers in Solo. These efforts have enabled *Harian Solopos* to survive until now and have allowed it to develop into a local multi-platform newspaper.

**Keywords:** *Harian Solopos; history, newspaper, survive, media convergence*

**Permalink/DOI:** <http://doi.org/10.15408/jsj.v7i1.48051>

**Citation:** Suryawati, Indah., (2025), Survivalitas *Harian Solopos* di Era Konvergensi Media: Suatu Tinjaun Historis, *Jurnal Studi Jurnalistik* (7),1,42-50, doi: 10.15408/jsj.v7i1.48051



## A. Pendahuluan

Sejarah panjang perkembangan pers Indonesia menempatkan Solo pada posisi istimewa. Tercatat, Solo merupakan kota pertama di Indonesia yang mempunyai surat kabar pribumi (surat kabar berbahasa Jawa). Lebih dari seratus surat kabar dan majalah tercatat pernah terbit di kota ini sejak kolonial Hindia Belanda menjajah Indonesia pada pertengahan abad ke-19.

Perkembangan surat kabar di Solo menunjukkan bahwa dalam setiap periode jaman, senantiasa terjadi perubahan dan kejadian yang memaksa surat kabar sebagai entitas media melakukan perubahan dan penyesuaian.

Sejarah perkembangan surat kabar di Solo, tergambar jelas upaya para penerbit ---yang awalnya diinisiasi oleh kaum terpelajar Keraton---, baik yang bersifat personal ataupun dalam suatu kelompok usaha, timbul tenggelam dengan tujuan yang berbeda-beda. Dari perkembangan sejarah ini pula, diketahui bahwa perusahaan-perusahaan yang berasal dari Hindia Belanda memiliki ketertarikan pada penerbitan di tanah Jawa, khususnya di Solo.

Tumbuh dan matinya surat kabar di Solo, terjadi karena beberapa sebab. Selain munculnya mesin cetak, kondisi sosial ekonomi, termasuk masalah-masalah politik dalam negeri dan global. Sedangkan secara konten, surat-surat kabar itu mencakup tipe berita dan ragam yang bermacam-macam.

Relasi semacam ini menghasilkan lecutan-lecutan tertentu terhadap hidup matinya surat kabar di Solo. Ada surat kabar yang tutup karena kebijakan pemerintahan penjajah kala itu, dan ada pula surat kabar yang tutup karena sumber pembiayaan dan sumber daya manusia yang belum memadai. Ada karakteristik nyata yang berbeda, ketika surat kabar itu dilahirkan. Misalnya pada masa pemerintah Hindia Belanda dan jalinan dengan Keraton Kasunanan Surakarta, pada satu sisi, sedangkan pada sisi lain, surat kabar yang didirikan oleh perusahaan-perusahaan Belanda di tanah Jawa.

Keadaannya berbeda lagi, ketika Indonesia telah menjelma sebagai kesatuan gerakan politik dan kemerdekaan, maka surat kabar digunakan sebagai alat perlawanan dan perjuangan. Pun demikian, persuratkabaran pada masa pemerintahan Orde Lama, Orde Baru hingga Orde Reformasi.

Tulisan ini memberi kontekstualisasi terhadap kota Solo yang telah melahirkan banyak surat kabar

namun kemudian surat kabar tersebut berhenti terbit karena tak mampu *survive*. Namun, selalu saja ada pihak yang terus berusaha menghidupkan kembali surat kabar di Solo, yang pada gilirannya menentukan dinamika surat kabar di Solo.

Pihak yang dimaksud adalah pendiri Harian Bisnis Indonesia yang juga pendiri Harian Solopos, Sukamdani S. Gitosardjono. Situasi politik dan ekonomi Indonesia yang tidak stabil kala itu bukannya mematahkan semangat untuk mendirikan Harian Solopos. Sejak awal Harian Solopos berkomitmen hadir sebagai media lokal yang merupakan bagian dari jaringan bisnis media nasional (Bisnis Indonesia). Kekosongan media lokal di Solo pada tahun 1997, dianggap Sukamdani sebagai peluang yang patut digarap mengingat belum pernah ada surat kabar lokal yang kuat bertahan di Solo.

Sukamdani mempunyai keyakinan dapat meraih keberhasilan dalam membangun dan menjalankan bisnis persuratkabaran di Solo. Ia merasa paham dengan kondisi daerah Solo serta tidak ingin menyikapi mitos negatif Solo dengan pesimis. Sebagai orang asli Solo, Sukamdani justru memperlihatkan semangat dan berkeyakinan bahwa berhasil tidaknya perusahaan surat kabar di Solo tidak bergantung pada mitos, tetapi bergantung pada bagaimana perusahaan tersebut mampu menerapkan kaidah-kaidah profesionalisme yang terukur dan memahami budaya lokal yang hidup di tengah-tengah masyarakat<sup>1</sup>.

Kini Harian Solopos memasuki usia 28 tahun. Surat kabar ini masih *survive* di tengah gempuran teknologi digital. Harian Solopos sebagai media lokal memperlihatkan survivalitas yang menarik. Sejak awal tak ingin menyebut dirinya sebagai surat kabar nasional yang terbit di Kota Solo, tapi sebagai surat kabar lokal yang banyak membahas isu-isu lokal di Soloraya (Kota Sola, Klaten, Sragen, Karanganyar, Boyolali, Wonogiri, dan Sukoharjo), bahkan Harian Solopos teguh mempertahankan beberapa rubrik berbahasa Jawa. Sebenarnya ini sebuah *positioning* yang ambigu. Di satu sisi, bermaksud mengendalikan pasar dan pengiklan lokal, tetapi pada satu sisi ada upaya untuk memperluas cakupan bisnis dan kepentingan *revenue* secara lebih luas.

<sup>1</sup> Solopos. *Satu Dasawarsa: Meningkatkan Dinamika Masyarakat*. (Solo: Harian Umum Solopos, 2007).

Apa pun itu, sejak awal, *Harian Solopos* menjadi bagian dari jaringan media nasional Bisnis Indonesia. Sebagai surat kabar lokal, *Harian Solopos* berani berinovasi dan secara cepat melakukan perubahan untuk memenuhi tuntutan market sekaligus mengikuti perkembangan industri media yang berubah dengan cepat.

Gambar 1. Ciri Khas Halaman Cover Solopos



Sumber: <https://koran.solopos.com/edition/halaman-12?date=2024-01-27> diakses 25 Juni 2025

Seiring berjalannya waktu, kehadiran *Harian Solopos* mampu mengikat secara psikologis masyarakat sebagai bagian dari identitas sosial, memenuhi keinginan masyarakat Solo yang membutuhkan hadirnya media berita yang memiliki nilai *proximity* dan *familiar* yang tinggi. Tanpa perlu banyak berharap dari pemberitaan Kedaulatan Rakyat (Yogyakarta), Suara Merdeka (Semarang) dan Radar Solo (sisipan Jawa Pos dari Surabaya).

## B. Metode Penelitian

Pendekatan penelitian ini adalah kualitatif. John W Creswell (2009) mengartikan penelitian kualitatif sebagai proses memahami dan mengeksplorasi makna perilaku individu maupun kelompok individu yang menggambarkan permasalahan sosial dan kemanusiaan<sup>2</sup>

Adapun metode penelitian yang digunakan adalah metode analisis historis. Metode ini (Sayuti, 1989) adalah prosedur penelitian dengan menggunakan data masa lampau, baik itu suatu keadaan yang terjadi pada masa lampau dan hasilnya juga dapat dipergunakan untuk meramalkan kejadian atau keadaan masa sekarang atau yang akan datang<sup>3</sup>.

<sup>2</sup> Sugiyono dan Puji Lestari. *Metode Penelitian Komunikasi (Kuantitatif, Kualitatif, dan Cara Mudah Menulis Artikel pada Jurnal Internasional)*. (Bandung: Alfabeta, CV, 2021. h. 470-471)

<sup>3</sup> Agus Rustamana, Abdul Hamid Zahwan, dkk. *Metode Historis Sebagai Pedoman Dalam Penyusunan Penelitian Sejarah*. *Jurnal Sindoro Cendikia Pendidikan*, 5 (6), 2024. h 1-10

Data yang diperoleh dalam penelitian ini adalah data kualitatif. *Pertama*, dalam bentuk hasil wawancara mendalam dengan Pemimpin Redaksi *Harian Solopos* dan *Solopos.com*, Rini Yustiningsih, yang mengetahui sejarah *Harian Solopos*. Dan *kedua*, bersumber dari buku-buku dan literatur lainnya yang kredibel yang dapat memberikan pemahaman dan pendalaman secara menyeluruh dan utuh dari objek yang diteliti.

Teknik analisis data dalam analisis historis melibatkan pengumpulan data kualitatif, kritik terhadap sumber untuk otentisitas dan kredibilitas, serta interpretasi data untuk merangkai fakta menjadi cerita yang koheren.

## C. Hasil dan Diskusi

### *Surat kabar pribumi pertama di Solo*

Hadirnya surat kabar *Bromartani* pada tahun 1855 merupakan awal dari sejarah panjang surat kabar di Solo. *Bromartani* bukan hanya surat kabar pribumi pertama di Solo, tetapi juga penerbitan pers komersial pertama di Indonesia karena sudah membuka diri untuk pemasangan iklan. Surat kabar ini terbit secara mingguan, setiap Kamis.

Terbitnya surat kabar *Bromartani*, tak lepas dari peran pemerintah kolonial Hindia-Belanda yang mendukung kepentingan usaha-usaha swasta di tanah jajahan. Pemerintah Hindia Belanda saat itu mengeluarkan *Regeringsreglement RR 1854* atau peraturan mengenai tata pemerintahan yang di dalamnya tercakup ketentuan usaha-usaha swasta. Sejak itu, banyak bermunculan perusahaan (Co.) penerbitan maupun percetakan Belanda baik surat kabar maupun majalah di Indonesia<sup>4</sup>.

Kehadiran surat kabar *Bromartani* berawal dari langkah Johannes Porteir, berkebangsaan Belanda, yang mendatangkan satu unit percetakan ke Kampung Mondokan Banjarsari, Solo. Bersama Harteveltdt, Porteir mendirikan suatu kongsi usaha yang dinamakan Harteveltdt & Co. Surat kabar ini pun berkembang dengan baik dibawah pengelolaan Raden Ngabehi Ronggowarsito sebagai pemimpin redaksi (pemred).

Pakubuwana VII pun memberi dukungan penuh pada *Bromartani*, karena surat kabar ini berisikan pengumuman atau maklumat pemerintahan,

<sup>4</sup> Alip Kunandar dan Indah Suryawati. *Memahami Hukum dan Etika Komunikasi*. (Yogyakarta: Galuh Patria, 2019).

informasi pertanian dan perdagangan, memuat berita-berita tentang mancangera, cerita-cerita hingga jadwal kereta api. Bahkan *Bromartani* juga memuat info obral atau berita lelang, berita kelahiran dan berita kematian serta rutin memuat sejumlah artikel tentang berbagai materi ilmiah/ilmu pengetahuan<sup>5</sup>.

Masyarakat Solo menyambut *Bromartani* dengan antusias. Pilihan menggunakan bahasa dan budaya lokal merupakan pilihan karena terkait dengan kondisi psikografis-kultur Keraton Surakarta yang menjadi pusat kebudayaan, intelektual sekaligus model pendidikan bergaya Eropa di tanah Jawa di kalangan terpelajar bangsawan Solo kala itu. Pemakaian bahasa dan aksara Jawa memudahkan *Bromartani* menjalin komunikasi dan membangun kedekatan dengan masyarakat kultur Jawa<sup>6</sup>. Kehadirannya turut mendorong terbitnya surat kabar dan buku-buku berikutnya yang tidak lagi menggunakan Bahasa Belanda melainkan Bahasa Jawa.

Dalam perkembangannya, surat kabar *Bromartani* hanya bertahan setahun (1855-1856). Ronggowarsito sebagai pemred pun ikut mengundurkan diri dengan alasan seorang penulis *Bromartani* bernama Raden Purwowijoyo tersandung kasus delik pers yakni delik penghinaan terhadap Residen Surakarta sebagai penguasa setempat. Ini sekaligus menandai surat kabar pertama yang melanggar delik pers di Indonesia. Izin terbit surat kabar ini pun langsung dicabut. Sementara Purwowijoyo mendapat hukuman satu bulan penjara. Bahkan Ronggowarsito selaku pemred tak boleh lagi melakukan kegiatan kewartawanan. Dengan demikian, matinya penerbitan pers pertama, dalam sejarah persuratkabaran di Indonesia, khususnya di Solo, bukan karena segi ekonomi, tetapi karena persoalan relasi antara media dan penguasa. Praktis Solo untuk sementara waktu tidak memiliki surat kabar pribumi hingga tahun 1870, setelah surat kabar *Bromartani* tutup.

<sup>5</sup> Solopos. *Satu Dasawarsa: Meningkatkan Dinamika Masyarakat*. (Solo: Harian Umum Solopos, 2007).

<sup>6</sup> Widodo Muktiyo. *Dinamika Media Lokal dalam Mengkonstruksi Realitas Budaya Lokal Sebagai Sebuah Komoditas*. (Surakarta: UPT Penerbitan dan Percetakan UNS dan Lembaga Pengembangan Pendidikan (LPP) Universitas Sebelas Maret Surakarta, 2011). h.13

### ***Masa pemerintahan Hindia Belanda***

Fase perkembangan berikutnya, terbitlah surat kabar kedua berbahasa Jawa yang diberi nama *Djurumartani* yang terbit tujuh tahun kemudian setelah tutupnya surat kabar pribumi *Bromartani* atau tepatnya tahun 1863. Mulanya surat kabar *Djurumartani* terbit di Semarang dengan perusahaan yang bernama DeGroot-Kolf & Co. Ini adalah perusahaan penerbitan, percetakan sekaligus perusahaan penjualan buku terbesar serta paling sukses di zaman kolonial Hindia Belanda. Adapun yang ditunjuk redaktur surat kabar *Djurumartani* kala itu adalah C.F. Winter Jr., yang juga merupakan juru bahasa di Keraton Solo.

Surat kabar ini mampu bertahan lima tahun, tetapi kemudian bernasib sama dengan surat kabar *Bromartani* yang berhenti terbit karena dijerat pasal delik pers. Surat kabar *Djurumartani* kemudian memutuskan pindah terbit dari Semarang ke Solo. Atas usulan Paku Buwana IX, surat kabar *Djurumartani* memilih berganti nama dengan menggunakan nama *Bromartani*, sebuah nama media yang sempat hidup sebelumnya. Sejak itu, surat kabar *Bromartani* (*reborn*) dapat bertahan lama hingga tahun 1932. Sejarah pers telah mencatat bahwa pers di masa pemerintahan kolonial Hindia Belanda dapat dikatakan cukup berkembang di Solo. Namun banyaknya surat kabar yang pernah terbit pada masa Kolonial Belanda, hanya tiga surat kabar yang dianggap memiliki jasa besar bagi masyarakat, terutama dalam membimbing penerbitan masa itu ke arah kemajuan dan kebebasan berpikir terkait persuratkabaran. Tiga surat kabar ini adalah *Jawi Kandha* (1891-1919) dikelola oleh percetakan Belanda, Albert Rusche & Co; *Jawi Hiswara* (1891-1919) dan *Cakrawati* (1919). Ketiga surat kabar ini pun akhirnya memilih berhenti sebelum jelang pemerintah militer Jepang menjajah Solo.

Pada masa pemerintahan Hindia Belanda, Solo dianggap sebagai kota yang lebih maju dibanding kota-kota lain di Jawa Tengah. Pemerintah Hindia Belanda melihat ada potensi ekonomi yang bisa dikembangkan melalui usaha penerbitan dan percetakan di Solo. Hanya ironisnya, potensi ekonomi dirasa tidak cukup kuat dalam menghadapi perubahan situasi politik di masa pemerintahan kolonial Hindia Belanda. Misalnya perubahan sistem pengawasan yang semula bersifat preventif kemudian diubah menjadi sistem pengawasan

represif untuk membatasi *freedom of expression* masyarakat pribumi.

Hal lain dari perkembangan pers di zaman kolonial Hindia Belanda adalah pesan yang disuarakan surat kabar dan majalah mulai beragam. Beberapa diantaranya hadir untuk kepentingan pemerintah Keraton Kasunan Surakarta, seperti *Sasandara* (1900), *Candrakanta* (1901-1903), *Darmo Woro* (1934), dan *Kabar Paprentahan* (1938). Ada media cetak yang mewakili masyarakat Tioghoa, diantaranya *Darmo Kondo* (1913) ---yang kemudian dibeli oleh Dr. Soetomo padatahun 1920---, *Taman Pewarta* (1914), dan *Jawa Tengah* (1926).

Secara umum, pada masa pemerintahan kolonial Hindia Belanda, surat kabar muncul dalam dua format. *Pertama*, format koran biasa yang memuat berita seperti pada umumnya, dan *kedua*, format sebagai koran opini. Artinya, jauh sebelum era digital, ternyata sudah pernah ada media cetak yang hanya memuat opini-opini sebagaimana yang ada di media *online* seperti saat ini. Koran-koran opini saat itu menyuarakan identitas kelompok dan mengkritisi pemerintah kolonial Hindia Belanda, namun dengan nama anonim karena pada masa itu sudah berlaku delik pers<sup>7</sup>.

### **Masa Pemerintahan Militer Jepang**

Menjelang kedatangan Jepang sekitar tahun 1942, beberapa surat kabar yang sanggup bertahan di masa-masa pergerakan nasional terpaksa gulung tikar karena pemerintahan militer Jepang mengeluarkan larangan terbit untuk semua surat kabar dan media cetak lainnya. Saat pemerintah militer Jepang menduduki Indonesia, beberapa surat kabar yang masih bertahan kemudian memilih tutup. Bukan karena tak mampu bertahan atau mengalami kebangkrutan terkait persoalan ekonomi, melainkan media tersebut dilarang terbit oleh pemerintahan militer Jepang. Saat itu, terjadi pergeseran dan perubahan aturan di bidang pers. Militer Jepang secara otoriter tidak mengizinkan satu pun surat kabar dan majalah hidup di Solo, baik itu untuk melayani kepentingan pemerintah Keraton Kasunan Surakarta dan kepentingan masyarakat pribumi, apalagi media yang dikelola oleh penerbitan/percetakan Belanda.

<sup>7</sup> Dyahsasanti, Vika Klaretha, Hal-hal Pertama dari Solo (2): Surat Kabar, Radio dan Pertunjukan Komersial, 2023; <https://www.kendi.id/hal-hal-pertama-dari-solo-2-surat-kabar-radio-dan-pertunjukan-komersial/>,

Tak heran jika selama masa pemerintahan militer Jepang terjadi kekosongan media di Solo. Surat kabar yang terbit di Solo pada kurun waktu 1942 hingga 1945 sebelum proklamasi kemerdekaan benar-benar tidak ada. Kalau pun ada surat kabar yang diizinkan terbit di Indonesia hanya lima media saja yaitu koran *Asia Raya*, koran resmi dari pendudukan militer Jepang di Indonesia dan diedarkan ke seluruh Indonesia (1942-1945), *Sinar Baroe* (Semarang), *Sinar Matahari* (Jogjakarta), *Soara Asia* (Surabaya), dan *Tjahaja* (Bandung)<sup>8</sup>.

Tekanan politik pada masa penjajahan Jepang berbeda dengan masa pemerintahan kolonial Hindia Belanda. Jepang secara otoriter membatasi izin terbit dan membatasi kebebasan berekspresi. Cara ini memudahkan Jepang untuk melakukan kontrol terhadap pergerakan masyarakat pribumi.

### **Pasca Proklamasi Kemerdekaan–Era Reformasi**

Pasca Proklamasi Kemerdekaan, barulah kehidupan pers Solo kembali memperlihatkan geliat yang menggembirakan. Beberapa media yang terbit antara lain *Merah Putih*, *Indonesia Raya*, *Lasjkar*, dan *Pasific*. Dua tahun kemudian beberapa surat kabar lainnya menyusul terbit, seperti *Suluh Tani*, *Guntur*, *Penggugah*, *Merdeka*, *Suara Pemuda*, *Revolusi Pemuda*, dan lain-lain.

Bila dihitung, jumlah media cetak yang terbit di Solo mulai kurun waktu 1945 (setelah proklamasi kemerdekaan) hingga 2009 terdapat 38 media, termasuk Harian Umum Solopos yang lahir pada tahun 1997. Namun itu tidak berlangsung lama, beberapa surat kabar kembali mengalami pasang surut dan sebagian besar memutuskan tutup. Surat kabar yang dimaksud antara lain *Dwi Warna* (1950), *Gelora Berdikari* (1960), *Berita Ekonomi* (1962), *Patria* (1965), *Bharata* (1968), *Andika* (1968), dan lain-lainnya.

Fenomena banyaknya media yang terbit di Solo dan kemudian memilih berhenti terbit menjadi penyebab Solo mendapat julukan kota ‘kuburan’nya koran<sup>9</sup>. Menurut TribunSolo.com, tak ada penerbit/percetakan pers yang berminat menerbitkan surat kabar di Solo hingga era 1990-an karena alasan percetakan dan penjualan (entitas

<sup>8</sup> [laraspostonline.com](http://laraspostonline.com), 2023

<sup>9</sup> Solopos. *Arah Baru Masa Depan Industri Informasi*. (Solo: PT Aksara Solopos, 2017).

ekonomi) hingga banyak surat kabar yang tidak bertahan lama<sup>10</sup>.

Bila dicermati, surat kabar yang hidup di Solo, mulai dari zaman pemerintahan kolonial Hindia Belanda hingga era Reformasi, memiliki permasalahan yang kurang lebih sama. Tak ada satu pun media yang hadir dan memilih segera mati. Semua media yang ada di zamannya berusaha untuk hidup dan *survive* dalam jangka waktu lama, namun perjuangan untuk hidup dan *survive* memiliki tantangannya yang berbeda-beda.

Surat kabar yang hadir di Solo pasca proklamasi kemerdekaan diperhadapkan pada tantangan untuk segera menghadirkan diri pada *platform online* maupun *multiplatform*. Surat kabar yang tidak segera bertransformasi akan sulit meraup iklan dan semakin ditinggalkan oleh pembacanya. Bisa dipastikan, saat ini media cetak yang tidak segera beradaptasi dengan teknologi akan mengalami kebangkrutan dan kemudian tutup.

### ***Harian Solopos dan Momentum Politik***

Lahir 19 September 1997, Harian Solopos bisa disebut sebagai surat kabar lokal dengan tingkat keberanian yang tinggi. *Pertama*, Harian Solopos berani hadir untuk mematahkan mitos kota Solo sebagai ‘kuburan’nya surat kabar. *Kedua*, beberapa bulan sebelum Harian Solopos dilahirkan, sesungguhnya Indonesia berada dalam kondisi krisis akibat situasi politik jelang keruntuhan rezim Orde Baru plus krisis moneter yang melanda Indonesia sejak awal Juli 1997. Krisis yang berkepanjangan ini berdampak pada merosotnya nilai tukar rupiah yang sangat tajam terhadap dollar AS yang sebelumnya nilai tukar \$1 setara Rp. 2.500.- dan kemudian menjadi \$1 setara Rp. 20.000.

Tidak banyak masyarakat yang mengetahui bahwa pada tahun pertama Harian Solopos beroperasi, media ini mengalami masa-masa sulit. Menurut Pemimpin Redaksi Solopos dan Solopos.com, Rini Yustiningsih, Harian Solopos di tahun pertama masih tertatih-tatih dan belum ‘*establish*’. Sempat mengalami penurunan oplah hingga 3 ribu eksemplar per hari. Padahal di awal terbit, Solopos pernah mencetak 10 ribu eksemplar. Penurunan oplah berlangsung antara tujuh hingga delapan bulan dan tiba-tiba semua itu berubah ketika momentum politik terjadi yaitu kerusuhan Mei 1998. Tiras Solopos pun melonjak dan

masyarakat pun beramai-ramai menjadikan Solopos sebagai rujukan informasi utama dalam memantau kerusuhan yang terjadi di Solo. Bahkan pada sekitar tanggal 14 hingga 16 Mei 1998, oplah Solopos yang biasanya berkisar 18 ribu eksemplar melonjak menjadi 60 ribu eksemplar (Rini Y., wawancara, 8 Juni 2024).

‘Kita diselamatkan kerusuhan tahun 1998, wilayah Solo ditutup kan? Ketika pintu-pintu ditutup sementara membuat media tidak bisa masuk,, jadi tersentris (terpusat) di Jakarta. Media-media pun tidak bisa masuk ke Solo, akses informasi kita terhenti. Di sini Solopos menunjukkan perannya menyajikan berita-berita eksklusif soal kerusuhan Mei. Sejak itu nama Solopos dikenal dan mampu menggeser dominasi Suara Merdeka di Solo. Di momentum kerusuhan Mei 1998 ini, masyarakat tiba-tiba mengatakan saya harus memakai produk Solopos’ (Rini Yustiningsih, wawancara, 8 Juni 2024).

Menjelang Reformasi, suasana begitu mencekam karena sejumlah peristiwa pembakaran terjadi di Solo, sebagai bagian apa yang dikenal sebagai dengan kerusuhan Mei 1998. Dalam situasi *chaos* semacam itu, masyarakat Solo kesulitan mendapatkan informasi. Ntok Pancowarno, salah satu tokoh senior pers di Solo menceritakan bahwa telah terjadi kekosongan media cetak saat kerusuhan Mei 1998. Koran-koran dari luar Solo yang biasa beredar di Solo, tiba-tiba menghilang karena situasi politik dan keamanan yang memanas. Harian Solopos saat sebelum kerusuhan Mei 1998 masih belum mendapat kepercayaan penuh, namun pada akhirnya momentum Mei 1998 menempatkan Harian Solopos sebagai korannya *wong* Solo. Situasi ini membalikkan keadaan bahwa Harian Solopos menjadi koran yang diandalkan masyarakat Solo untuk mendapatkan informasi kerusuhan<sup>11</sup>.

Sisi keberhasilan Harian Solopos adalah mampu menghadirkan berita-berita eksklusif dan foto-foto eksklusif menyangkut kerusuhan Mei 1998. Hal semacam ini tidak ditemui di koran-koran lain. Sejak itu nama Harian Solopos makin dikenal masyarakat dan menjadi rujukan informasi yang utama. Harian Solopos menyajikan rentetan peristiwa kerusuhan yang terjadi pada tanggal 14

<sup>10</sup> solo.tribunnews.com, 2023

<sup>11</sup> Solopos. *Satu Dasawarsa: Meningkatkan Dinamika Masyarakat*. (Solo: Harian Umum Solopos, 2007)

hingga 16 Mei 1998 di beberapa wilayah Solo Raya<sup>12</sup>.

Sejumlah kalangan menyebut, kerusuhan Mei 1998 di Solo bukan hanya momentum politik, tetapi juga momentum “keberuntungan” (*blessing*) bagi Harian Solopos. Namun keberuntungan tak akan ada artinya jika Solopos tidak memaksimalkan kemampuan redaksional dan kemampuan mengelola pasar yang saat itu sangat membutuhkan berita-berita eksklusif terkait kerusuhan Mei 1998. Dalam bahasa lain, Harian Solopos berusaha mengedepankan profesionalitas manajemen maupun profesionalisme jurnalistik.

*Blessing in disguised* menempatkan Harian Solopos dalam proses yang cepat menjadi media yang begitu membekas di benak khalayak. Tapi sayang, berdasarkan pengakuan Harian Solopos (2007)<sup>13</sup> sendiri, bertambahnya oplah saat itu tidak menyebabkan Harian Solopos mendapatkan keuntungan yang berlipat karena naiknya harga kertas koran dan biaya lain-lainnya.

Gambar 2. Radio Solopos FM



### ***Survivalitas Harian Solopos***

Persaingan bisnis media semakin ketat, tidak hanya antar sesama media cetak akan tetapi juga dengan jenis media massa lainnya hingga *platform online* yang belakangan tumbuh pesat seiring dengan pesatnya media sosial yang juga memanfaatkan *platform* tersebut sebagai penyedia informasi berkonsep berita. Bagi Harian Solopos, fenomena tersebut adalah tantangan semata dan berupaya bagaimana bisa beradaptasi.

<sup>12</sup> Espos Plus, 2022.

<sup>13</sup> Solopos. *Satu Dasawarsa: Meningkatkan Dinamika Masyarakat*. (Solo: Harian Umum Solopos, 2007)

Sudut pandang ini lebih dari hanya sekedar perspektif jurnalis, karyawan dan pekerja media lainnya di Harian Solopos, tetapi telah menjadi paradigma, komitmen dan semacam budaya organisasi yang terus diperbaharui. Mengingat perubahan pola konsumsi informasi masyarakat dan terus berkembangnya *platform* digital ikut mendorong terjadinya disrupsi pada media arus utama, tak terkecuali surat kabar.

Disrupsi dapat diartikan, dalam cara pandang mereka, bukan dipandang sebagai semata-mata gangguan terhadap industri media yang sedang berjalan, tetapi juga dimaknai seberapa tangguh dan kuatnya sebuah organisasi ketika menghadapi turbulensi ekonomi dan perubahan teknologi. Pun termasuk pula munculnya kompetitor baru dengan inovasi serta model bisnis baru, yang berimplikasi pada berubahnya peta bisnis yang dijalankan setiap perusahaan media sebagai peluang dan tantangan sekaligus<sup>14</sup>. Karena itu, Harian Solopos berusaha keras tetap hadir dalam versi cetak meski oplah surat kabar mengalami penurunan oplah setiap tahunnya.

Harian Solopos kemudian melakukan penataan perusahaan secara bertahap ke *platform* digital dimulai pada tanggal 19 September 2007, bertepatan dengan HUT Solopos ke-10. Perubahan pun dilakukan hingga menyentuh struktur organisasi dan manajerial, seperti perubahan pada alur dan pola kerja Harian Solopos melalui konvergensi.

Strategi konvergensi adalah penyatuan antara komunikasi, data, dan informasi ke dalam satu wadah<sup>15</sup>. Konvergensi merupakan interkoneksi informasi dan konten media sebagai akibat digitalisasi dan jaringan komputer<sup>16</sup>. Konvergensi media bisadisebut sebagai bentuk strategi organisasi media untuk “survive” atau sekedar memperpanjang usia hidup di tengah perubahan yang sangat drastis. Jika organisasi media hanya mengandalkan versi cetak saja, maka media akan

<sup>14</sup> Muhammad Badri. *Book Series: Jurnalisme Kontemporer*. (Aceh: Syiah Kuala University Press, 2021).

<sup>15</sup> Hackley, C., & Hackley, A. R.. *Advertising at the threshold: Paratextual promotion in the era of media convergence. Marketing Theory*, 19(2), 2019. h. 195–215. <https://doi.org/10.1177/1470593118787581>

<sup>16</sup> Almeida-Santana, A., Moreno, S., & Boza, J. *The paradox of cultural and media convergence. Segmenting the European tourist market by information sources and motivations. Journal of Tourism Research*, 20(5), 2018. h. 613–625.

kehilangan pengguna yang telah bergeser ke *online* dan digital dalam mencari dan mendapatkan informasi penting maupun hiburan. Sementara satu saluran dalam bentuk *website* saja, pengguna media belum tentu intens mengaksesnya<sup>17</sup>. Karena itu, Harian Solopos tetap menghadirkan diri dalam versi cetak sekaligus hadir dalam versi *multiplatform* untuk *survive*.

Langkah yang diambil Harian Solopos sebagai media lokal terbilang berani. Sebab sejumlah surat kabar ada yang memutuskan untuk tak lagi hadir dalam versi cetak atau memilih berhenti dan memutuskan hanya hadir dalam versi *online* dan *multiplatform*. Sebut saja Harian Republika yang berhenti terbit di penghujung tahun 2022. Sebagaimana diumumkan Arys Hilman, Direktur PT Republika Media Mandiri, dalam surat terbukanya tertanggal 14 Desember 2022 bahwa Republika sepenuhnya berjalan dalam wahana digital mulai 1 Januari 2023. Republika mencurahkan semua kekuatan editorial, sumber daya, dan energi untuk kanal-kanal digital yang sudah dipersiapkan—di antaranya *republika.co.id*, *republika.id*, *Retizen*, dan akun-akun resmi di *social media*—dalam sajian *multiplatform* yang mencakup kekuatan teks, grafis, *audio*, foto, dan *video*.

Berangkat dari fenomena tersebut, sejumlah surat kabar berupaya menghadirkan diri dalam *platform online* dan digital serta beberapa *platform* berbeda lainnya. Diyakini, media cetak yang memiliki *multiplatform* akan lebih mudah dalam menyebarkan konten untuk raihan khalayak yang lebih luas dan di sisi lain, lebih mudah dalam memasarkan konten iklan untuk menambah keuntungan lebih besar dari sebelumnya.

Harian Solopos mengawali konvergensi dengan mengintegrasikan diri ke dalam *platform online* yaitu *solopos.com (website)* yang kini memiliki 36.200.118 pengguna dengan *pageviews* 293.941.878. Selanjutnya Harian Solopos mengembangkan diri ke dalam konvergensi yang lebih luas yaitu wahana *multiplatform*, seperti *Espos Indonesia (YouTube)* dengan 5.7 *subscriber*; *Espos Live* dengan 2.39 ribu *subscriber (channel untuk streaming event dan kebutuhan stakeholders)*, *Espos Plus* untuk berlangganan (*premium*); dan *Expose*<sup>18</sup>. Harian Solopos juga membangun akun-

akun media berita di *platform* media sosial yaitu *Fanpage Facebook (FB) Solopos.com* dengan 694,490 *followers*; *Twitter @solopos\_com* dengan 66.309 ribu *followers*; *Instagram @koransolopos* dengan 105.115 *followers*, dan *TikTok* 3.954.399 *followers* dengan 820 ribu *likes*<sup>19</sup>. Bahkan Harian Solopos membangun media penyiaran konvensional maupun digital yaitu *Radio Solopos 103 FM*, *soloposfm (radio streaming)*, dan *SoloposTV (tv streaming)*.

Meski Harian Solopos telah menjadi bagian dalam media *multiplatform*, namun *positioning* Harian Solopos tidak berubah hingga kini yaitu sebagai surat kabar lokal. Sejak awal Harian Solopos berkomitmen untuk mengisi kekosongan surat kabar lokal yang terbit di Soloraya (Kota Sola, Klaten, Sragen, Karanganyar, Boyolali, Wonogiri, dan Sukoharjo). Namun niatan untuk memperluas cakupan dan performas pasar pembaca dan pengiklan yang lebih luas tidak dibatasi oleh klaimnya sebagai media lokal di Soloraya.

#### D. Kesimpulan

Sejarah panjang perkembangan surat kabar di Indonesia maupun perkembangan surat kabar lokal telah menempatkan Solo pada posisi istimewa. Penelitian ini menunjukkan bahwa perusahaan surat kabar yang masih *survive* hingga hari ini di Solo adalah surat kabar yang tak hanya mempertahankan versi cetaknya, tapi juga mampu mengembangkan diri ke dalam saluran-saluran baru yang berbasis *online*, digital dan media sosial (*multiplatform*). Karena kemampuan tetap mempertahankan versi cetak dan sekaligus bertransformasi ke *multiplatform* merupakan langkah strategis untuk kelangsungan hidup media cetaknya (*survive*) itu sendiri.

Harian Solopos memutuskan segera membangun *platform online* ketika tepat menginjak usia 10 tahun dan secara cepat menghadirkan diri ke dalam *multiplatform* adalah cara Harian Solopos untuk *survive*. Penambahan *multiplatform* adalah bentuk strategi perusahaan untuk meraih lebih banyak masyarakat dalam mengakses informasi melalui Harian Solopos. Sekaligus ingin menawarkan iklan yang lebih luas karena mampu menasar pembaca *online*.

#### E. Ucapan Terima Kasih

Ucapan terima kasih disematkan kepada Pemimpin Redaksi Harian Solopos dan

<sup>17</sup> Muhammad Badri. *Book Series: Jurnalisme Kontemporer*. (Aceh: Syiah Kuala University Press, 2021) h.139

<sup>18</sup> *emagz.solopos.com*, 2024

<sup>19</sup> *google analytics*, Februari 2024

Solopos.com, Rini Yustiningsih. Kontribusi berupa kesediaan wawancara langsung dalam beberapa kesempatan dan memberikan pinjaman beberapa buku koleksi Harian Solopos yang sangat membantu dalam pengumpulan data primer dan sekunder penelitian ini.

Ucapan terima kasih juga diberikan kepada Dr. Basuki Agus Suparno M.Si, Dosen Magister Ilmu Komunikasi UPN Veteran Yogyakarta, yang bersedia berdiskusi dan menajamkan analisis penulis terkait histori dan perkembangan surat kabar di Solo.

### Daftar Pustaka

- Almeida-Santana, A., Moreno, S., & Boza, J. (2018). *The paradox of cultural and media convergence. Segmenting the European tourist market by information sources and motivations. Journal of Tourism Research*, 20(5), 613–625.
- Badri, Muhammad. (2021). *Book Series: Jurnalisme Kontemporer*. Aceh: Syiah Kuala University Press.
- Hackley, C., & Hackley, A. R.. *Advertising at the threshold: Paratextual promotion in the era of media convergence. Marketing Theory*, 19(2), 2019. h. 195–215. <https://doi.org/10.1177/1470593118787581>
- Kunandar, Alip, dan Suryawati, Indah. (2019). *Memahami Hukum dan Etika Komunikasi*. Yogyakarta: Galuh Patria.
- Muktiyo, Widodo. (2011). *Dinamika Media Lokal dalam Mengkonstruksi Realitas Budaya Lokal Sebagai Sebuah Komoditas*. Surakarta: UPT Penerbitan dan Percetakan UNS dan Lembaga Pengembangan Pendidikan (LPP) Universitas Sebelas Maret Surakarta.
- Solopos. (2007). *Satu Dasawarsa: Meningkatkan Dinamika Masyarakat*. Solo, Harian Umum Solopos.
- Solopos. (2017). *Arah Baru Masa Depan Industri Informasi*. Solo: PT Aksara Solopos.
- Sugiyono, dan Lestari, Puji. (2021). *Metode Penelitian Komunikasi (Kuantitatif, Kualitatif, dan Cara Mudah Menulis Artikel pada Jurnal Internasional)*. Bandung: CV. Alfabeta.
- Rustamana, Agus, Zahwan, Abdul Hamid, dkk. *Metode Historis Sebagai Pedoman Dalam Penyusunan Penelitian Sejarah. Jurnal Sindoro Cendikia Pendidikan*, 5 (6), 2024. h 1-10
- Dyahsasanti, Vika Klaretha, Hal-hal Pertama dari Solo (2): Surat Kabar, Radio dan Pertunjukan Komersial, <https://www.kendi.id/hal-hal-pertama-dari-solo-2-surat-kabar-radio-dan-pertunjukan-komersial/>, diunduh pada tanggal 13 Februari 2023, 12:42WIB
- <https://www.laraspostonline.com/2021/07/jejak-media-cetak-zaman-kolonial-di.html> diunduh pada tanggal 04 Februari 2023, 14:40 WIB
- <https://solo.tribunnews.com/2018/09/18/sejarah-pers-di-kota-bengawan-dan-julukan-solo-kota-kuburan?page=all>, diunduh tanggal 06 Agustus 2023, 13:12 WIB.
- <https://emagz.solopos.com/>, diunduh pada tanggal 13 Februari 2023, 11:42WIB
- <https://koran.solopos.com/edition/halaman-12?date=2024-01-27> diakses 25 Juni 2025