



# Digitalisasi dan Eksistensi Media Cetak (Studi Kasus Majalah Maisona) Kementerian Pekerjaan Umum dan Perumahan Rakyat Republik Indonesia

Muhammad Luthfi Prawiro Wijoyo<sup>1</sup>, Natalia Reviyanti<sup>2</sup>

<sup>1,2</sup>Universitas Indonesia

E-mail: [muhammad.luthfi26@ui.ac.id](mailto:muhammad.luthfi26@ui.ac.id), [natalia.reviyanti@ui.ac.id](mailto:natalia.reviyanti@ui.ac.id)

Article Info	Abstract
<b>Article History</b> Received: 2024-02-12 Revised: 2024-03-23 Published: 2024-04-24  <b>Keywords:</b> <i>Media Convergence; Digitalization and Existence; Print Media; Maisona Magazine.</i>	<p>Maisona is a magazine published by the Ministry of Public Works and Public Housing (Kementerian PUPR) of the Republic of Indonesia. This magazine is facing a change in its existence as a print medium in the digitalization era. As a response to technological developments, the Maisona Ministry of PUPR has also presented its digital version in the form of a digital magazine, which can be accessed through the official website of the RI Ministry of PUPR or a mobile application. The digital version of the PUPR Ministry's Maisona provides benefits such as wider access, greater interactivity, faster content updates, and savings in production and distribution costs. However, the existence of print media, including magazines, is still relevant for loyal readers, certain target markets, and areas in Indonesia that are not yet fully reached by the internet. In facing the digitalization era, Maisona, the Ministry of PUPR, needs to continue to adapt to changes in technology and consumer behavior to remain relevant and effective in conveying information to readers. Thus, Maisona, the Ministry of PUPR, can take advantage of the potential of both formats, print and digital, to carry out its role as an important information medium in supporting the vision and mission of the RI Ministry of PUPR.</p>
Artikel Info	Abstrak
<b>Sejarah Artikel</b> Diterima: 2024-02-12 Direvisi: 2024-03-23 Dipublikasi: 2024-04-24  <b>Kata kunci:</b> <i>Konvergensi Media; Digitalisasi dan Eksistensi; Media Cetak; Majalah Maisona.</i>	<p>Maisona adalah majalah yang diterbitkan oleh Kementerian Pekerjaan Umum dan Perumahan Rakyat (Kementerian PUPR) Republik Indonesia. Majalah ini menghadapi perubahan dalam eksistensinya sebagai media cetak di era digitalisasi. Sebagai respons terhadap perkembangan teknologi, Maisona Kementerian PUPR juga telah menghadirkan versi digitalnya dalam bentuk digital magazine yang dapat diakses melalui website resmi Kementerian PUPR RI atau aplikasi mobile. Versi digital dari Maisona Kementerian PUPR memberikan keuntungan seperti akses yang lebih luas, interaktivitas, update konten yang lebih cepat, dan penghematan biaya produksi dan distribusi. Namun, eksistensi media cetak, termasuk majalah, masih relevan bagi pembaca yang setia, target pasar tertentu, dan daerah-daerah di Indonesia yang belum sepenuhnya terjangkau oleh internet. Dalam menghadapi era digitalisasi, Maisona Kementerian PUPR perlu terus beradaptasi dengan perubahan teknologi dan perilaku konsumen untuk tetap relevan dan efektif dalam menyampaikan informasi kepada pembaca. Dengan demikian, Maisona Kementerian PUPR dapat memanfaatkan potensi dari kedua format, baik cetak maupun digital, untuk menjalankan perannya sebagai media informasi yang penting dalam mendukung visi dan misi Kementerian PUPR RI.</p>

## I. PENDAHULUAN

Dalam era digitalisasi saat ini, media cetak, termasuk majalah, menghadapi tantangan signifikan dalam mempertahankan eksistensinya. Perkembangan teknologi telah mengubah cara konsumen mengakses dan mengonsumsi konten, mempengaruhi model bisnis dan strategi pemasaran dalam industri majalah (Abrahamson, 2015). Fenomena ini dapat dianalisis dengan menggunakan teori konvergensi, di mana majalah sebagai medium tradisional harus beradaptasi dengan perubahan teknologi dan tren konsumen yang terus berkembang. Studi kasus majalah Maisona yang diterbitkan oleh Kementerian Pekerjaan Umum dan Perumahan

Rakyat (PUPR) Republik Indonesia dapat memberikan wawasan yang menarik tentang bagaimana media cetak menghadapi tantangan digitalisasi di Indonesia saat ini.

Industri majalah telah mengalami perubahan signifikan sepanjang sejarahnya, dari awal munculnya istilah "magazine" pada abad ke-18 hingga saat ini (Suraya, 2019). Adaptasi format, mekanisme distribusi, dan perubahan nilai tambah dalam konten menjadi tantangan bagi industri majalah dalam menghadapi era digital. Dalam konteks ini, konvergensi menjadi teori yang relevan untuk menganalisis perubahan yang terjadi dalam industri majalah, di mana perubahan teknologi digital mempengaruhi

format, distribusi, dan pemasaran konten majalah.

Dalam era digitalisasi, industri majalah harus beradaptasi untuk tetap relevan ditengah perubahan perilaku konsumen yang semakin terbiasa dengan konten digital. Majalah harus menghadapi tantangan dalam menciptakan produk digital yang menarik dan dapat diakses melalui berbagai perangkat seperti website, media sosial, aplikasi seluler, dan layanan langganan. Majalah juga menggunakan berbagai inovasi dalam bentuk periklanan, seperti native advertising, untuk memperoleh pendapat yang diperlukan. Hal ini membuat peluang baru bagi majalah untuk menjadi lebih interaktif dengan para pembaca, dengan menawarkan konten yang lebih dinamis, memanfaatkan hyperlink, dan memberikan rekomendasi artikel (Abrahamson, 2015).

Namun disisi lain, majalah juga menghadapi kesulitan dalam bersaing dengan media digital lainnya. Pendapatan majalah terus menurun karena adanya batasan-batasan dalam format cetak yang tidak dapat diterobos dalam kompetisi dengan media digital yang lebih fleksibel dan dinamis (Wilson et al., 2012). Oleh karena itu, majalah harus menghadapi tantangan ini dan mencari cara untuk tetap relevan dalam era digitalisasi.

Dalam konteks tersebut, penelitian ini akan menggabungkan teori konvergensi dalam analisis terhadap perubahan dalam eksistensi majalah di era digitalisasi di Indonesia saat ini menghadapi tantangan yang kompleks. Seiring dengan berkembangnya teknologi dan perubahan dalam preferensi konsumen, industri majalah harus beradaptasi untuk tetap relevan dan bersaing dengan media digital lainnya. Teori konvergensi menjadi salah satu konsep yang relevan untuk menggambarkan perubahan dalam eksistensi majalah di era digitalisasi.

Salah satu contoh di Indonesia, majalah *Maisona* yang diterbitkan oleh Kementerian Pekerjaan Umum dan Perumahan Rakyat (PUPR) Republik Indonesia menjadi salah satu upaya adaptasi industri majalah di era digitalisasi. Majalah *Maisona* menghadirkan versi cetak digital, yang dapat diakses melalui platform digital, seperti website resmi, media sosial, dan aplikasi perangkat seluler. Sebagai majalah yang berfokus pada isu-isu pembangunan dan infrastruktur, *Maisona* menghadirkan konten yang beragam, mulai dari informasi tentang pembangunan infrastruktur, teknologi terbaru, hingga inspirasi dalam dunia properti dan

konstruksi. Dengan menggunakan konsep konvergensi, *Maisona* mampu menghadirkan konten yang lebih interaktif dan mudah diakses oleh para pembaca di era digital. Dalam menghadapi perubahan dalam eksistensinya sebagai media cetak di era digitalisasi, *Maisona* terus mengedepankan konsep konvergensi media dengan mengintegrasikan konten majalah tradisional ke dalam platform digital. Analisis terhadap kasus *Maisona* ini dapat memberikan pemahaman yang lebih dalam tentang bagaimana media cetak menghadapi tantangan dalam era digitalisasi di Indonesia saat ini. Penelitian ini bertujuan untuk mengkaji digitalisasi dan eksistensi media cetak, khususnya melalui studi kasus pada majalah *Maisona* yang diterbitkan oleh Kementerian Pekerjaan Umum dan Perumahan Rakyat (PUPR) RI.

## **II. METODE PENELITIAN**

Penelitian ini merupakan studi deskriptif dengan pendekatan kualitatif. Penelitian ini menggunakan metode studi literatur. Metode studi literatur adalah serangkaian kegiatan yang berkenaan dengan metode pengumpulan data pustaka, membaca dan mencatat, serta mengolah bahan penelitian (Veranita et al., 2021). Studi literatur bisa menjadi cara untuk menyelesaikan persoalan fenomena dengan menelusuri sumber-sumber atau penelitian yang pernah dibuat sebelumnya yang relevan dengan fenomena yang diteliti. Studi literatur atau tinjauan literatur juga digunakan untuk menjadi ringkasan analisis dari badan penelitian mengenai suatu masalah penelitian tertentu dengan cara menggambarkan, mengevaluasi dan mengklasifikasikan pengetahuan yang sudah diketahui pada suatu bidang objek (Bonner, 2015). Pada proses pencarian literatur, untuk pemilihan hasil pencarian dilakukan dengan menyaring hasil pencarian berdasarkan kriteria yang telah ditetapkan (Coats, 2002).

Penelitian ini menggunakan systematic review dengan Preferred Reporting Items for Systematic Review & Meta-Analyses (PRISMA). PRISMA akan membantu penelitian dalam menyusun sebuah literatur sistematik review dan meta-analysis yang berkualitas. PRISMA berfokus pada cara-cara di mana penulis dapat memastikan pelaporan yang transparan dan lengkap dari jenis penelitian (Bucher et al., 2005). PRISMA ini membedakan setiap tahapan dalam proses systematic review menjadi beberapa tahapan yaitu identification, screening, eligibility, dan included.

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk membuat deskripsi, gambaran atau lukisan secara sistematis, faktual dan akurat mengenai fakta-fakta, sifat-sifat serta hubungan antar fenomena yang diselidiki (Çoğaltay & Karadağ, 2015; Creswell, 2012; Sutopo, 2006). Selain itu tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui bagaimana adaptasi digitalisasi yang dilakukan oleh majalah *Maisona* Kementerian Pekerjaan Umum dan Perumahan Rakyat (PUPR) RI dapat memberikan pemahaman yang lebih dalam tentang perubahan dalam format konten, mekanisme distribusi, dan model bisnis majalah cetak dalam menghadapi era digital, serta implikasinya bagi eksistensi dan kelangsungan media cetak di era industri 4.0.

### III. HASIL DAN PEMBAHASAN

Artikel-artikel jurnal yang telah dikumpulkan membantu menjawab pertanyaan tentang digitalisasi serta konvergensi media cetak untuk dapat tetap eksis di masa digital ini. Adapun hasil temuan dari systematic literature review ini antara lain:

#### 1. Transisi ke Ranah Digital dan Tantangannya

Kemajuan teknologi digital tentu tidak bisa dihindarkan lagi, cepat atau lambat media-media konvensional akan mengalami perubahan tersebut mulai dari model bisnis hingga kompetensi para awak medianya (Grant & Booth, 2009). Adapun beberapa media cetak mulai mengikuti perkembangan zaman dengan melakukan konvergensi media ke digital mulai dari website, YouTube, dan Instagram seperti majalah *GoGirl* hingga membuat portal berita online seperti *Suara Pembaruan* (Rumata, 2018).

Meskipun begitu, melakukan transisi ke media digital tidaklah semudah yang dibayangkan, melainkan terdapat banyak tantangan untuk media cetak dapat melakukan konvergensi media. Adapun tantangan-tantangan tersebut dapat berupa tuntutan untuk terus memimpin perubahan serta inovasi sehingga tidak menjadi gatekeeper dalam satu teknologi saja (Guenther, 2011), terus-menerus memberikan konten sembari berkompetisi dengan para kompetitornya (Rumata, 2018), serta menyiapkan struktur dan infrastruktur baik SDM maupun non-SDM untuk menjalankan konvergensi dengan maksimal (Prihartono & Sos, 2016).

#### 2. Strategi-strategi para Media Cetak

Untuk tetap eksis dan dapat bersaing dengan para kompetitornya, para pelaku industri media cetak harus memikirkan berbagai langkah kreatif guna memastikan media mereka tidak tertinggal dibandingkan media-media saingan ataupun media lainnya. Adapun tiap media hendaknya tidak bergantung pada satu jenis strategi saja, melainkan dapat menggunakan strategi 3M atau Multimedia, Multichannel, Multiplatform untuk memastikan distribusi medianya menjangkau khalayak yang luas (Khadziq, 2016). Adapula industri media cetak lain yang menggunakan beberapa jenis strategi seperti strategi "Omni-Media", komunikasi media sosial, dan perluasan merek untuk mengatasi "gangguan" dari media-media digital (Ren, 2020).

#### 3. Pentingnya Inovasi Industri Media Cetak

Dalam mengejar ketertinggalannya dalam persaingan era digital, para pimpinan redaksi maupun pimpinan media-media cetak harus terus menerus berinovasi untuk bisa menjaga keeksisan mereka. Para pemimpin industri ini tidak bisa hanya diam dan mengharapkan pendapatan tradisional seperti pemasukan dari iklan dan biaya langganan, melainkan harus membuat inovasi-inovasi terbaru seperti dengan meningkatkan, memperluas, dan mendefinisikan kembali produk mereka melalui konten digital dan mempertajam customer value propositions yang ditawarkan kepada pelanggan (PRIHANTO, 2018). Selain strategi yang tidak monoton, diperlukan juga kecepatan dalam implementasi konvergensi mengingat media-media digital semakin banyak setiap harinya. Adapun keberhasilan industri majalah dalam jangka panjang bergantung pada pengambilan keputusan yang tepat pada tahap awal perkembangan pasar saat ini (Guenther, 2011).

Selain dari sisi para pemimpin industri atau para stakeholder, pembangunan sumber daya manusia yang "melek" teknologi digital atau memiliki digital competence juga merupakan modal yang kuat untuk para media dapat bersaing di era digital. Adapun support atau dukungan serta motivasi dari para atasan maupun supervisor dapat meningkatkan minat serta kompetensi para awak media dalam penguasaan media digital (Parkatti et al., 2022). Untuk melakukan konvergensi media yang maksimal, para pimpinan media

juga harus memberikan penghargaan yang setimpal kepada para awak media yang telah menjadi ujung tombak transisi media cetak dalam bentuk materiil dan nonmateriil (Prihartono & Sos, 2016) guna memastikan konvergensi yang sedang dijalankan didukung penuh oleh para awak media.

Dalam proses digitalisasi, para pelaku industri media pun harus memperhatikan perubahan-perubahan perilaku para khalayak di era digital. Adapun salah satu contohnya ialah penurunan perhatian berkelanjutan yang mana juga terlihat dalam perilaku membaca berbasis layar. Meskipun membuat anotasi dan menyorot saat membaca menjadi aktivitas umum dalam lingkungan cetak, pola "tradisional" ini belum sepenuhnya bermigrasi ke lingkungan digital saat masyarakat membaca dokumen elektronik (Liu et al., 2019).

Salah satu bentuk konvergensi media yang sudah berjalan ialah majalah Maisona milik Kementerian Pekerjaan Umum dan Pekerjaan Rakyat (PUPR). Meskipun masih memiliki desain khas majalah konvensional, Maisona hanya hadir dalam bentuk digital. Semenjak rilis di tahun 2016, Maisona sudah mencetak 26 volume dan semua dapat diakses ataupun diunduh di website Kementerian PUPR.



**Gambar 1.** Tampilan Majalah Maisona

#### IV. SIMPULAN DAN SARAN

##### A. Simpulan

Dalam penelitian ini, telah diketahui bahwa Majalah Maisona Kementerian Pekerjaan Umum dan Perumahan Rakyat Republik Indonesia telah berhasil melakukan adaptasi digitalisasi yang efektif untuk menjaga eksistensinya di tengah perubahan tren media yang cepat. Hal ini dapat dilihat dari penggunaan media sosial sebagai sarana promosi, pengembangan platform digital yang mempermudah akses pembaca, serta integrasi konten cetak dan digital yang memberikan pengalaman multimedia kepada pembaca. Perkembangan teknologi yang pesat, terutama dalam bidang digital, telah memberikan peluang dan tantangan bagi media cetak seperti Majalah Maisona. Melalui penggunaan teknologi yang cerdas dan strategi adaptasi yang tepat, Majalah Maisona berhasil memperkuat eksistensinya dan tetap menjadi pilihan pembaca dalam mengakses informasi terkini mengenai Pekerjaan Umum dan Perumahan Rakyat.

Selain itu, konvergensi media yang terjadi dalam era digital juga menjadi faktor penting dalam kesuksesan adaptasi digitalisasi Majalah Maisona. Dengan mengintegrasikan konten cetak dan digital secara sinergis, Majalah Maisona mampu memberikan pengalaman multimedia yang lebih kaya kepada pembaca, serta meningkatkan interaksi dengan pembaca melalui media sosial dan platform digital. Dalam menghadapi perubahan tren media dan tantangan digitalisasi, Majalah Maisona juga telah menunjukkan fleksibilitas dalam beradaptasi dan inovasi dalam strategi pemasaran dan distribusi konten. Hal ini dapat dilihat dari kehadiran Majalah Maisona di berbagai platform digital, serta upaya untuk terus menghadirkan konten yang relevan, menarik, dan berkualitas bagi pembaca.

Dengan demikian, kesimpulan dari penelitian ini adalah bahwa adaptasi digitalisasi yang dilakukan oleh Majalah Maisona Kementerian PUPR RI telah memberikan kontribusi positif dalam menjaga eksistensinya di era digital. Perkembangan teknologi dan konvergensi media menjadi faktor penting dalam strategi adaptasi digitalisasi Majalah Maisona, yang mampu memperkuat hubungan dengan pembaca, memperluas aksesibilitas, serta tetap relevan di tengah perubahan tren media saat ini.

## B. Saran

Rekomendasi untuk penelitian ini adalah agar Majalah Maisona terus mengikuti perkembangan teknologi dan tren media digital, serta terus melakukan inovasi dalam penggunaan media sosial, pengembangan platform digital, dan integrasi konten cetak dan digital. Selain itu, penting untuk tetap mengutamakan konten yang relevan, menarik, dan berkualitas sebagai daya tarik bagi pembaca khususnya pada informasi terkait Pekerjaan Umum dan Perumahan Rakyat. Dengan strategi adaptasi digitalisasi yang cerdas dan terarah, Majalah Maisona dapat terus menghadirkan informasi yang bernilai bagi pembaca, serta memperkuat eksistensinya sebagai media cetak yang handal dan diperhitungkan di antara Kementerian atau Lembaga bahkan di Indonesia.

## DAFTAR RUJUKAN

- Abrahamson, D. (2015). The future of the magazine form: Digital transformation, print continuity. *Journal of Magazine Media*, 16(1).
- Bonner, E. M. (2015). *Millennials and the future of magazines: How the generation of digital natives will determine whether print magazines survive*. The University of Alabama.
- Bucher, H.-J., Büffel, S., & Wollscheid, J. (2005). Digital newspaper as E-Paper. *A Hybrid Medium between Print and Online Newspaper*.
- Coats, R. (2002). *To Charge or Not to Charge?: Online News Business Model No. 2*. Poynter. <https://www.poynter.org/reporting-editing/2002/to-charge-or-not-to-charge-online-news-business-model-no-2/>
- Çoğaltay, N., & Karadağ, E. (2015). Introduction to meta-analysis. *Leadership and Organizational Outcomes: Meta-Analysis of Empirical Studies*, 19–28.
- Creswell, J. W. (2012). *Personal copy: Educational research: Planning, conducting, and evaluating quantitative and qualitative research*. Pearson Education, Incorporated.
- Grant, M. J., & Booth, A. (2009). A typology of reviews: an analysis of 14 review types and associated methodologies. *Health Information & Libraries Journal*, 26(2), 91–108.
- Guenther, M. (2011). Magazine publishing in transition: Unique challenges for multi-media platforms. *Publishing Research Quarterly*, 27(4), 327–331.
- Khadziq, K. (2016). Konvergensi media surat kabar lokal (Studi deskriptif pemanfaatan internet pada koran Tribun Jogja dalam membangun industri media cetak lokal). *Profetik: Jurnal Komunikasi*, 9(1).
- Liu, W., Zhang, Y., Jiang, S., Murray, P. J., Liao, L., Li, X., & Zhang, J. (2019). Spatiotemporal differences in the arbuscular mycorrhizal fungi communities in soil and roots in response to long-term organic compost inputs in an intensive agricultural cropping system on the North China Plain. *Journal of Soils and Sediments*, 19, 2520–2533.
- Parkatti, A., Saari, T., Tammelin, M., & Villi, M. (2022). Framing digital competence in media work—The case of Finland. *International Journal of Sociology and Social Policy*, 42(13/14), 15–29.
- PRIHANTO, J. N. (2018). Transformasi Digital Media Cetak Di Indonesia: Studi Pada Industri Media Cetak Terferivikasi Administratif Dan Faktual 2017. *Ultima Management: Jurnal Ilmu Manajemen*, 10(1), 26–43.
- Prihartono, A. W., & Sos, S. (2016). Surat kabar & konvergensi media (studi deskriptif kualitatif model konvergensi media pada Solopos). *Jurnal Channel*, 4(1), 105–106.
- Ren, X. (2020). Chinese consumer magazines: digital transitions in an evolving cultural economy. *The Handbook of Magazine Studies*, 417–426.
- Rumata, V. M. (2018). Digitalisasi dan eksistensi media cetak (studi kualitatif majalah go girl dan harian suara pembaharuan). *Komunikologi: Jurnal Ilmiah Ilmu Komunikasi*, 15(2).
- Suraya, S. (2019). Journalist Credibility Based on Digital Media Used. *Jurnal Komunikasi Ikatan Sarjana Komunikasi Indonesia*, 4(1), 26–34.
- Sutopo, H. (2006). *Metodologi Penelitian Kualitatif Dasar Teori dan Terapannya*.

*Dalam Penelitian, Surakarta: Universitas  
Sebelas Maret Press.*

Veranita, M., Yusuf, R., Sahidin, Y., Susilowati, R.,  
Fatihah, D. C., & Warsiati, W. (2021).  
Empowering UMKM Dengan Pemanfaatan  
Digital Marketing Di Era New Normal  
(Literasi Media Digital Melalui Webinar):  
Literasi Media Digital melalui Webinar.  
*Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat UBJ*,  
4(2).

Wilson, R. E., Gosling, S. D., & Graham, L. T.  
(2012). A review of Facebook research in  
the social sciences. *Perspectives on  
Psychological Science*, 7(3), 203–220.