



Hak cipta dan penggunaan kembali:

Lisensi ini mengizinkan setiap orang untuk menggubah, memperbaiki, dan membuat ciptaan turunan bukan untuk kepentingan komersial, selama anda mencantumkan nama penulis dan melisensikan ciptaan turunan dengan syarat yang serupa dengan ciptaan asli.

Copyright and reuse:

This license lets you remix, tweak, and build upon work non-commercially, as long as you credit the origin creator and license it on your new creations under the identical terms.

BAB II

KERANGKA PEMIKIRAN

2.1 Penelitian Terdahulu

Dalam penelitian ini, penulis menggunakan dua penelitian terdahulu sebagai referensi. Penelitian pertama berjudul **“*Constructive Newsroom Culture Media Independen dalam Menghadapi Perubahan: Studi Etnografi pada Ruang Berita Konvergensi Tempo*”** oleh Haryani Dannisa, Fakultas Ilmu Sosial dan Politik, Universitas Indonesia. Penelitian ini menggunakan metode penelitian kualitatif dengan pendekatan etnografi yang membahas bagaimana sistem konvergensi pada *Tempo* sebagai salah satu media independent di Indonesia. Melalui penelitian terdahulu ini, peneliti mendapatkan pemahaman mengenai cara meneliti ruang berita menggunakan pendekatan etnografi dengan subjek penelitian Tempo Inti Media yang kemudian pemahaman ini digunakan penulis untuk menyusun penelitian ini namun dengan subjek penelitian yang berbeda yaitu Kontan.

Penelitian kedua berjudul **“*Ethnography of Newsroom Convergence.*”** **In Making Online News: The Ethnography of New Media Production** oleh Jane Singer, University of London. Penelitian ini menggunakan metode penelitian kualitatif dengan pendekatan etnografi yang membahas bagaimana cara menggunakan pendekatan etnografi dalam melakukan penelitian ruang berita. Penelitian ini memberi gambaran kepada penulis secara detail mengenai cara

meneliti ruang berita menggunakan pendekatan etnografi. Penelitian ini tidak berfokus pada subjek penelitian melainkan berfokus pada pendekatan penelitiannya.

Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu

Peneliti (Tahun)	Haryani Dannisa (2015)	Jane Singer (2008)
Judul	<i>Constructive Newsroom Culture</i> Media Independen dalam Menghadapi Perubahan: Studi Etnografi pada Ruang Berita Konvergensi Tempo	<i>“Ethnography of Newsroom Convergence.” In Making Online News: The Ethnography of New Media Production</i>
Metode	Kualitatif	Kualitatif
Pendekatan Penelitian	Etnografi	Etnografi
Hasil Penelitian	Mengetahui sistem konvergensi pada Tempo sebagai media independen	Menjelaskan secara komprehensif mengenai cara meneliti ruang berita terkonvergensi menggunakan pendekatan penelitian etnografi
Persamaan	Menggunakan media terkonvergensi sebagai	Menggunakan metode penelitian beserta

	subjek penelitian	pendekatannya dalam melakukan penelitian
Perbedaan	Penelitian ini menggunakan Tempo Inti Media sebagai subjek penelitiannya	Penelitian ini tidak berfokus pada subjek penelitian, melainkan mengenai cara dan metode

2.2 Teori atau Konsep–Konsep yang Digunakan

2.2.1 Konvergensi Media

Konvergensi adalah integrasi media massa, komputer, dan telekomunikasi. Itu terjadi ketika organisasi berita berbagi format informasi yang berbeda untuk berita multimedia (Straubhaar et al., 2016, p. 118). Dalam konvergensi jurnalistik dikenal adanya tiga model menurut Grant (Grant, 2009, p. 33), yaitu konvergensi *newsroom*, konvergensi *newsgathering*, dan konvergensi konten.

1. **Konvergensi *newsroom*.** Pada model ini, jurnalis bekerja dalam satu ruang berita yang terdiri dari berbagai platform seperti televisi, cetak dan online.
2. **Konvergensi *newsgathering*.** Pada model ini, seorang jurnalis dituntut untuk dapat melakukan pekerjaannya secara multitasking. Melalui pelatihan-pelatihan khusus, seorang jurnalis diharapkan mampu untuk melakukan pekerjaan dalam beragam platform. Misalnya, seorang jurnalis

dituntut untuk mampu mengambil video dan foto serta membuat berita untuk media televisi, cetak dan online.

3. **Konvergensi *content***. Pada model ini, berita yang disajikan berupa bentuk multimedia, yang merupakan kombinasi antara teks, gambar, audio, video, blog, *podcasts*, atau *slide show*.

Konvergensi memiliki ketertarikan yang erat dengan kehadiran digitalisasi pada media. Tidak akan pernah ada konvergensi media yang dapat berjalan dengan baik tanpa adanya digitalisasi media. Sehingga konvergensi dapat diartikan sebagai penggabungan beberapa *platform* media antara media cetak, penyiaran, dan online dalam upaya menghadirkan konten yang lebih interaktif dan terdigital bagi khalayak.

Konvergensi yang dilakukan *Kontan* merupakan “tawaran” penyebaran konten yang semakin beragam pada berbagai platform guna memenuhi kebutuhan khalayak yang tentunya lebih interaktif dan terdigital. *Kontan* memiliki situs website kontan.co.id, ada juga platform online untuk harian *kontan* yaitu epaper.kontan.co.id yang artinya secara konten tidak ada perbedaan dengan harian *kontan*, ini bertujuan untuk menjawab kebutuhan masyarakat yang memerlukan berita yang dapat dikonsumsi secara *mobile*.

2.2.2 *Newsroom Convergence*

Dari perspektif bisnis, konvergensi ruang berita cenderung Dari sudut pandang profesional, jenis konvergensi ruang berita menantang beberapa praktik jurnalistik tradisional. Pertama, ia mengadvokasi beberapa tingkat multi-skilling,

sebagai lawan spesialisasi dalam satu medium. Multi-skilling berarti setiap jurnalis diharapkan mengumpulkan fakta, mengumpulkan konten, mengedit gambar dan suara, dan menyampaikan berita melalui beberapa platform. Kedua, mempercepat proses produksi, untuk memenuhi tenggat waktu yang lebih ketat dalam siklus berita 24 jam, di mana pertanyaan muncul tentang standar jurnalistik dan prosedur penyuntingan (Singer, 2006, p. 3-18).

2.2.2 Budaya Organisasi

Budaya organisasi adalah keseluruhan nilai, simbol, makna, keyakinan, asumsi dan ekspektasi yang dianut bersama yang mengorganisir dan mengintegrasikan sekelompok orang yang bekerja sama (Cutlip, Center dan Broom, 2007, p. 257). Menurut Stephen Robbins fungsi budaya organisasi terbagi menjadi lima bagian (Robbins, 2002, p. 283), diantaranya:

1. Memiliki peran dan Batasan yang menentukan perbedaan antara satu organisasi dengan organisasi lain
2. Mencerminkan rasa identitas kepada setiap anggota organisasi
3. Memudahkan penerusan komitmen sampai pada batasan individu yang lebih luas dengan melebihi Batasan ketertarikan individu
4. Mendorong stabilitas system sosial organisasi yang membantu mengikat kebersamaan berdasarkan standar ketentuan yang berlaku
5. Sebagai mekanisme pengendalian dalam memandu sikap kerja karyawan

Suatu budaya organisasi mempunyai suatu nilai yang mengatur bagaimana anggota-anggota organisasi bersikap bagaimana mempengaruhi sikap dan perilaku karyawan (Robbins, 2002, p. 279). Dapat diartikan bahwa budaya organisasi adalah suatu sistem “pengertian bersama” yang mewakili pandangan umum individu dengan latar belakang yang berbeda yang kemudian menjadi pedoman untuk anggota organisasi dan menjadi identitas suatu organisasi yang dapat membedakan organisasi satu dengan yang lainnya.

2.2.3.1 Level Budaya Organisasi menurut Edgar H. Schein

Pada bukunya, *Organizational Culture and Leadership*, Edgar H. Schein menjelaskan adanya 3 level budaya pada sebuah organisasi (Schein, 2004, p. 25), yaitu:

Artifacts

Di level atau permukaan pertama adalah tingkat artefak, yang mencakup semua fenomena yang terlihat, terdengar, dan dapat dirasakan ketika seseorang bertemu kelompok baru dengan budaya yang asing. Artefak termasuk produk yang terlihat dari kelompok. Artefak juga termasuk tujuan analisis budaya proses organisasi dimana terdapat perilaku rutin, dan elemen-elemen struktural, deskripsi formal tentang bagaimana organisasi bekerja, dan bagan organisasi.

Penting untuk diingat bahwa tingkat budaya ini dengan mudah dilihat namun sulit untuk disimpulkan begitu saja. Sangat berbahaya untuk mencoba menyimpulkan asumsi yang lebih dalam dari artefak saja. Dengan kata lain,

pengamat dapat menggambarkan apa yang mereka lihat, namun tidak dapat merekonstruksi sebuah budaya organisasi secara keseluruhan karena hanya dengan tingkatan ini tidak akan ada asumsi dasar yang penting.

Jika pengamat tinggal dalam kelompok cukup lama, arti artefak secara bertahap menjadi jelas. Namun, jika seseorang ingin mencapai tingkat pemahaman ini lebih cepat, pengamat dapat mencoba menganalisis nilai-nilai, norma, dan aturan yang dianut yang memberikan prinsip-prinsip operasional sehari-hari yang digunakan oleh para anggota kelompok untuk memandu perilaku mereka (Schein, 2004, p. 27). Jenis penyelidikan ini nantinya akan membawa kita ke level berikutnya.

Nantinya, level ini akan menggambarkan secara jelas struktur organisasi dari ruang berita Kontan. Elemen-elemen lainnya seperti aturan-aturan yang dipakai pada ruang berita Kontan juga akan dijelaskan secara rinci melalui level budaya ini.

Espoused Beliefs and Values

Di level ini terdapat validasi sosial, dimana nilai-nilai tertentu dikonfirmasi oleh pengalaman sosial bersama dari suatu kelompok. Keyakinan dan nilai seperti itu biasanya melibatkan hubungan internal kelompok; strategi, tujuan dan filosofi bersama. Validasi sosial juga berlaku untuk nilai-nilai yang lebih luas yang tidak dapat diuji, seperti etika dan estetika (Schein, 2004, p. 28).

Dalam bidang ini sebuah kelompok atau organisasi belajar bahwa keyakinan dan nilai tertentu yang diyakini bersama akan menjadi panduan dalam

menjalankan fungsi normatif dalam sebuah organisasi. Nilai-nilai yang tertanam pada setiap anggota organisasi nantinya akan ditanamkan pada anggota organisasi baru. Keyakinan dan nilai-nilai yang terwujud dalam ideologi atau filsafat organisasi diyakini sebagai panduan dan cara untuk menghadapi ketidakpastian.

Keyakinan dan nilai pada tingkat kesadaran ini akan memprediksi banyak perilaku yang dapat diamati pada tingkat artefak. Jika keyakinan dan nilai yang dianut cukup sesuai dengan asumsi yang mendasarinya, maka artikulasi nilai-nilai tersebut ke dalam filosofi dapat membantu dalam menyatukan kelompok, berfungsi sebagai identitas dan misi. Tetapi dalam menganalisa keyakinan dan nilai-nilai, seseorang harus secara hati-hati mendeksripsikan apakah mereka betul-betul selaras dengan nilai yang ada atau tidak. Untuk mencapai tingkat pemahaman yang lebih dalam, untuk menguraikan pola, dan memprediksi perilaku masa depan dengan benar, kita harus memahami lebih lengkap mengenai tahapan selanjutnya yaitu asumsi dasar (Schein, 2004, p. 30).

Pada level budaya ini, nantinya akan dijelaskan mengenai nilai moral yang dipegang dan diyakini oleh setiap anggota ruang berita Kontan seperti visi misi Kontan. Tidak hanya visi misi, pada level ini juga akan dijelaskan bagaimana visi misi itu ditanamkan dan dijalankan oleh setiap anggota ruang berita Kontan.

Underlying Assumptions

Asumsi dasar dalam pengertian ini, merupakan asumsi implisit yang sebenarnya memandu perilaku, yang memberi tahu anggota kelompok cara memahami, memikirkan, dan merasa tentang berbagai hal. Asumsi dasar

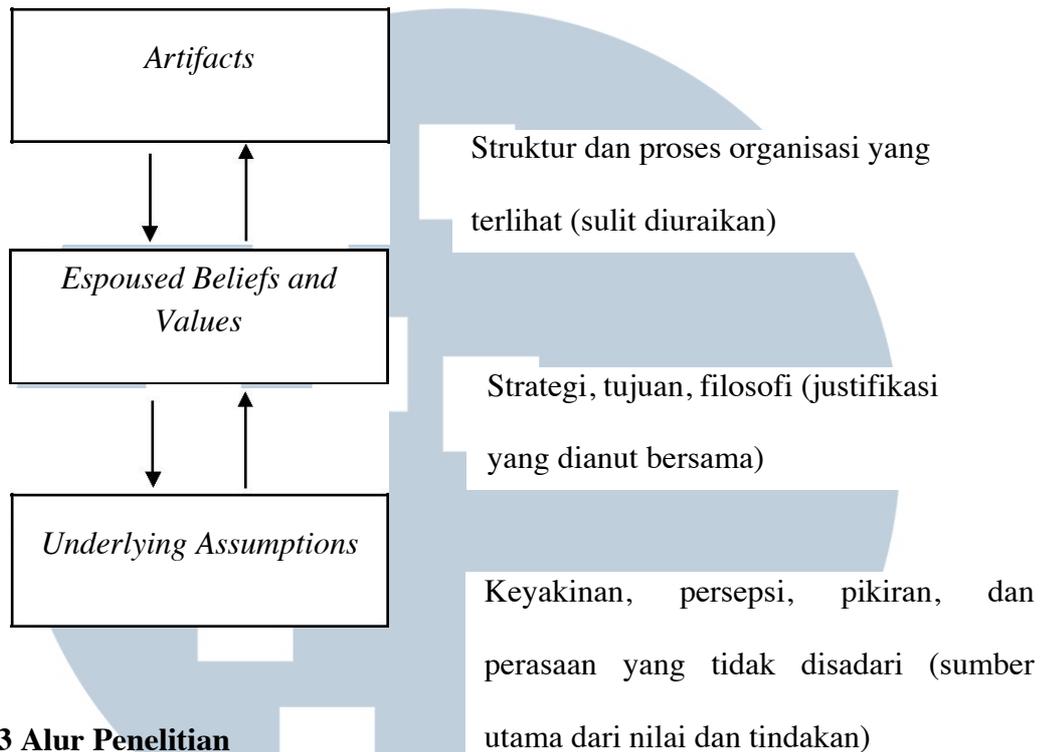
cenderung tidak dapat diprediksi dan tidak dapat didekati, dan karenanya sangat sulit untuk diubah. Budaya sebagai seperangkat asumsi dasar menentukan apa yang harus diperhatikan, bagaimana cara mengartikan sesuatu, bagaimana bereaksi secara emosional terhadap apa yang sedang terjadi, dan tindakan apa yang harus diambil dalam berbagai macam situasi (Schein, 2004, p. 32).

Setiap anggota dari organisasi akan membawa pembelajaran budaya mereka sendiri dari kelompok sebelumnya, dari pendidikan mereka, dan dari sosialisasi mereka ke dalam komunitas itu adalah asumsi-asumsi baru yang membentuk budaya kelompok itu. Dengan kata lain, keberadaan suatu budaya terletak pada pola asumsi dasar yang mendasarinya (Schein, 2004, p. 35),

Di level budaya ini, nantinya akan dijelaskan secara menyeluruh mengenai kebiasaan dan keseharian setiap anggota di ruang berita Kontan. Level ini akan mengupas bagaimana “emosi” dari ruang berita tersebut, bagaimana aksi reaksi dan kebiasaan yang terjadi secara keseharian pada ruang berita Kontan.



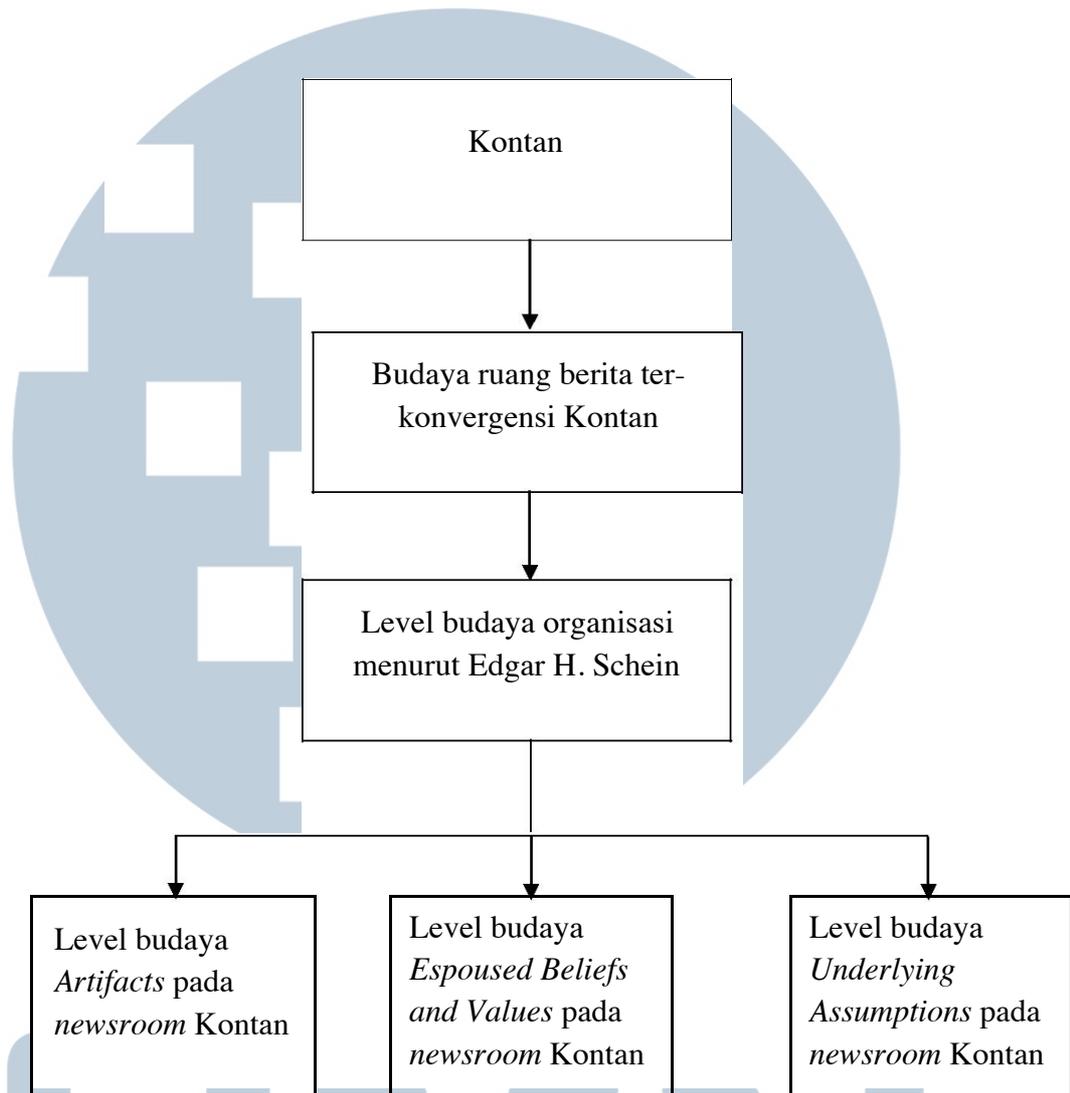
Bagan 2.1 Levels of Culture



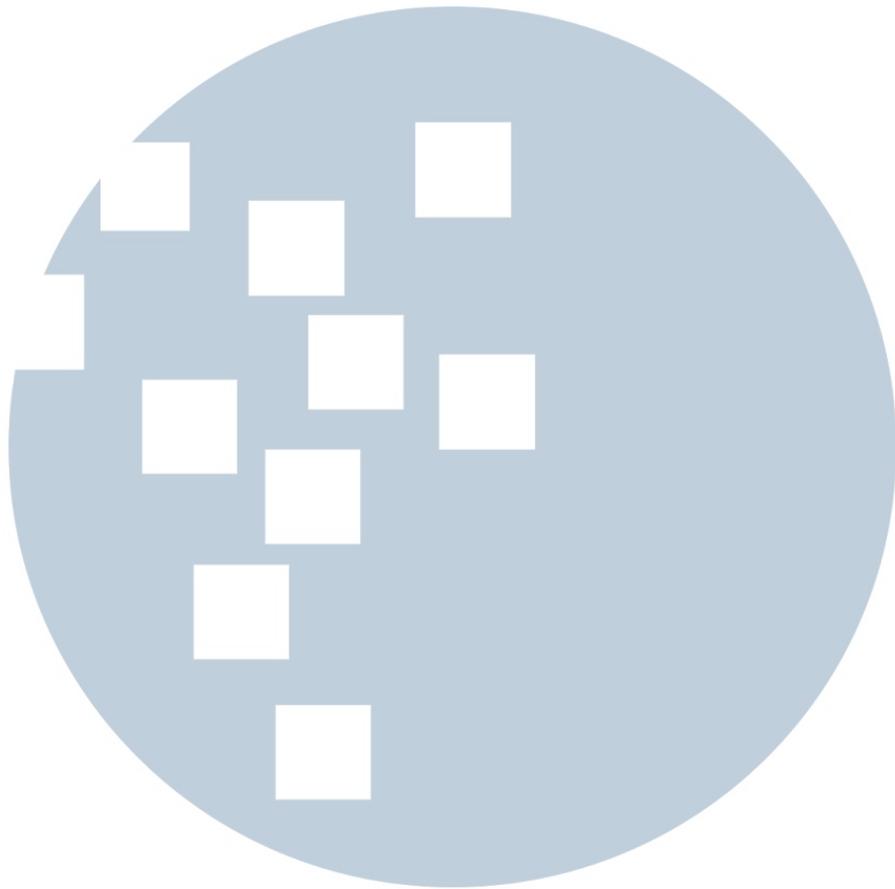
2.3 Alur Penelitian

Langkah pertama yang dilakukan peneliti adalah membaca dan mengumpulkan informasi mengenai konvergensi media dan media ter-konvergensi yang ada di Indonesia. Setelah itu, peneliti menentukan pilihan pada Kontan, salah satu media ter-konvergensi sebagai fokus penelitian. Selanjutnya peneliti melakukan penelitian mengenai budaya pada ruang berita Kontan dengan menggunakan pendekatan etnografi serta teknik penelitian meliputi observasi, wawancara mendalam, dan studi literatur. Kemudian penulis melakukan pengolahan dan analisis data, menggunakan level budaya menurut Edgar H. Schein.

Bagan 2.2 Alur Penelitian



U M V N
UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA



UMN

UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA