



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 I

PENDAHULUAN

1.1.Latar Belakang

Gejolak budaya dalam dunia kerja berita bukanlah hal yang baru. Studi ruang berita yang mendalam, merupakan dasar empiris yang masih relevan dan dibutuhkan untuk meneliti produksi berita. Studi etnografi seperti ini terbukti sangat berpengaruh. Secara kolektif mereka menunjukkan bagaimana studi mendalam tentang produsen berita, lingkungan budaya mereka dan domain profesional dapat membantu menjelaskan dinamika dan determinan output berita (Cottle, 2000, p. 1). Teknologi maupun sosial tidak menentukan perkembangan jurnalisme, tetapi jurnalisme itu berkembang karena perubahan timbal balik dari perubahan teknologi dan sosial (Boczkowski, 2014, p. 10).

Saat ini media yang memiliki jaringan paling luas adalah internet (Towner, 2013, p. 528). Perkembangan teknologi digital pada abad ke-21 membuat konvergensi multiplatform dimungkinkan melalui digitalisasi produksi melalui konten newsroom. Ini menyatakan bahwa media Indonesia memasuki era konvergensi, didorong oleh teknologi media baru dan kebiasaan sehari-hari yang berubah dari kaum muda urban Indonesia (Tapsell, 2014, p. 3). Ini adalah masa yang penuh tantangan bagi para pekerja berita ketika kekuatan saling bersaing seperti platform digital memaksa organisasi untuk menciptakan kembali diri mereka (Schulte, 2014, p. 130). Era baru ini seakan-akan terus memburu dan

mengubah rutinitas serta fungsi kerja jurnalis pada ruang berita yang tentunya akan melahirkan budaya baru pada ruang berita tersebut.

Edgar H. Schein, dalam bukunya *Organizational Culture and Leadership* (Schein, 2004, p. 26) menyebutkan ada 3 level budaya dalam sebuah organisasi, yaitu:

1. **Artifacts**: Merupakan struktur, proses dan produk suatu organisasi yang mudah terlihat.
2. **Espoused Beliefs and Values**: Merupakan strategi, tujuan, dan filosofi yang tertanam diyakini oleh setiap anggota dalam organisasi tersebut.
3. **Underlying Assumptions**: Merupakan keyakinan, persepsi, pikiran, dan perasaan yang tidak disadari sudah ada dalam diri setiap anggota organisasi yang membentuk budaya baru pada organisasi tersebut.

Pada level **Artifacts** nantinya akan terilustrasikan melalui struktur dan proses kerja serta berbagai instrumen dan *tools* sehari-hari yang digunakan oleh para anggota Kontan dalam melakukan pekerjaannya di newsroom Kontan. Pada level **Espoused Beliefs and Values** nantinya akan terilustrasikan melalui strategi dan target yang menjadi tujuan bersama setiap anggota newsroom. Pada level Underlying Assumption, nantinya akan terilustrasikan melalui segala keyakinan yang diyakini bersama-sama sehingga terbentuk suatu budaya pada *Newsroom Kontan*.

Melihat hal ini studi etnografi dapat membantu menjelaskan bagaimana budaya pada ruang berita berpengaruh pada praktik dan prinsip jurnalis dan begitu

pula sebaliknya. Kekuatan etnografi ruang berita, lama maupun baru adalah dokumentasi dan analisis mereka tentang praktik jurnalistik (Willig, 2012, p. 2).

Konvergensi memiliki konsekuensi besar bagi para praktisi media karena mempengaruhi praktik profesional jurnalistik secara editorial (Tapsell, 2014, p. 10). 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*.

Merujuk pada tiga model konvergensi menurut Grant, penulis menemukan beberapa media yang memiliki karakteristik serupa, yaitu:

1. Tempo Inti Media (cetak dan online)
2. Berita Satu (cetak, online dan televisi)

3. *Kontan* (cetak dan online)

Hal ini juga diperkuat dengan pernyataan Tapsell yang menyebutkan, di Indonesia hanya Berita Satu Holdings, Media Indonesia Group, Tempo dan Kompas yang baru menerapkan konvergensi media (Tapsell, 2014, p. 3). Dari ketiga media diatas, penulis membatasi kasus pada ruang berita Kontan dengan pertimbangan akses yang dimiliki oleh penulis, dan penelitian yang menggunakan pendekatan penelitian etnografi pada ruang berita Kontan sebagai subjek penelitian cenderung minim dibandingkan media ter-konvergensi lainnya.

Penelitian ini melihat bagaimana budaya ruang berita pada era baru, era konvergensi. Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan metode kualitatif dengan pendekatan etnografi. Nantinya penelitian ini akan spesifik membahas mengenai bagaimana budaya ruang berita Kontan pada era konvergensi dan bagaimana budaya kerja pada ruang berita tersebut mempengaruhi fungsi kerja jurnalis pada suatu ruang berita. Metode pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode pengumpulan data etnografi meliputi wawancara, observasi dan studi literatur.

1.2 Rumusan Masalah

Berangkat dari latar belakang diatas, maka rumusan masalah dalam penelitian ini adalah “Dinamika Budaya Ruang Berita Terkonvergensi”

1.3 Pertanyaan Penelitian

1. Bagaimana level *Artifacts* pada budaya organisasi menurut Edgar H. Schein pada *newsroom* Kontan?

2. Bagaimana level *Espoused Beliefs and Values* pada budaya organisasi menurut Edgar H. Schein pada *newsroom* Kontan?
3. Bagaimana level *Underlying Assumptions* pada budaya organisasi menurut Edgar H. Schein pada *newsroom* Kontan?

1.4 Tujuan Penelitian

Berdasarkan pertanyaan penelitian diatas, maka tujuan dari penelitian ini adalah:

1. Mengetahui level *Artifacts* pada budaya organisasi menurut Edgar H. Schein pada ruang berita Kontan?
2. Mengetahui level *Espoused Beliefs and Values* pada budaya organisasi menurut Edgar H. Schein pada ruang berita Kontan?
3. Mengetahui level *Underlying Assumptions* pada budaya organisasi menurut Edgar H. Schein pada ruang berita Kontan?

1.5 Kegunaan Penelitian

Suatu penelitian memiliki kegunaan dan manfaat baik bagi peneliti maupun pihak lain, maka penelitian ini mempunyai kegunaan sebagai berikut:

a. Kegunaan Akademis

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan contoh atau ilustrasi mengenai bagaimana membedah sebuah budaya organisasi khususnya

pada ruang berita berdasarkan level *Artifacts*, *Espoused Beliefs and Values*, dan *Underlying Assumptions* menurut Edgar H. Schein.

b. Kegunaan Praktis

Penelitian ini diharapkan dapat memberi gambaran dan kontribusi berupa wawasan kepada masyarakat mengenai budaya kerja ruang berita pada era konvergensi.

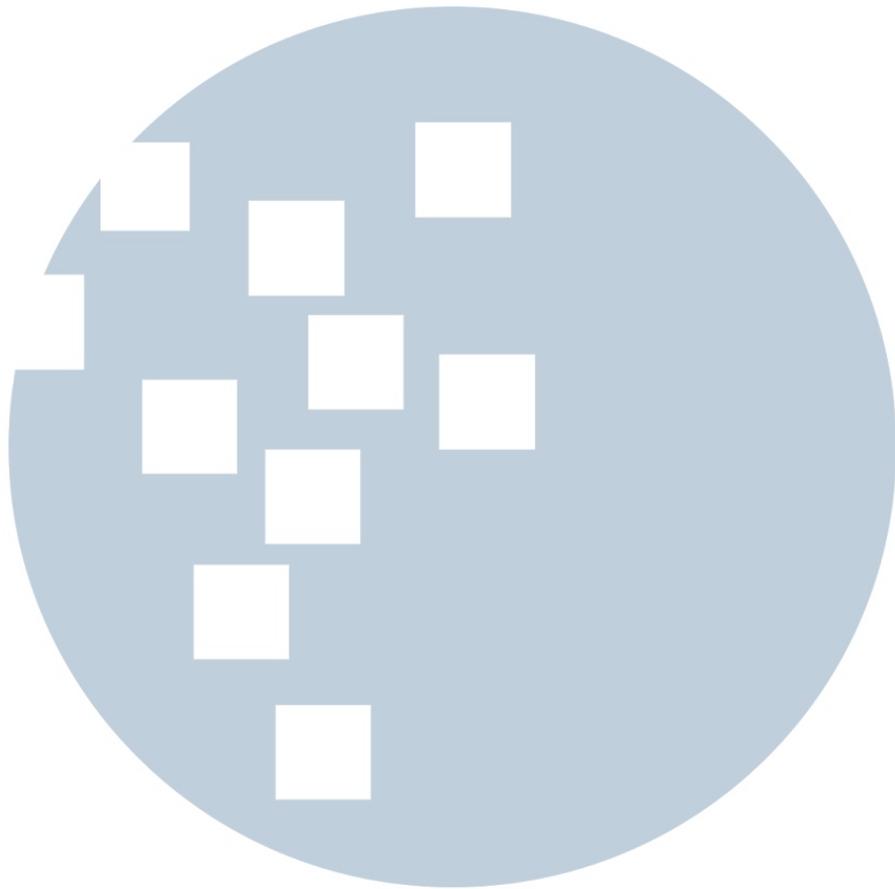
1.6 Keterbatasan Penelitian

Penelitian ini telah diusahakan dan dilaksanakan sebaik-baiknya, namun demikian masih memiliki keterbatasan yaitu:

1. Penulis menyadari adanya keterbatasan sumber daya, dimana pelaksanaan penelitian ini dilakukan sendirian, tenaga yang terbatas membuat penelitian ini juga menjadi kurang maksimal.
2. Penulis menyadari keterbatasan waktu dan sumber daya ini membuat informan dalam penelitian ini juga menjadi terbatas. Peneliti hanya memiliki waktu 2 minggu untuk melakukan wawancara sekaligus observasi lapangan, tentunya ini bukanlah waktu yang cukup untuk bisa mengupas tuntas suatu budaya dalam ruang berita ter-konvergensi yang dalam kasus ini ruang berita *Kontan*.

UMN

UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA



UMN

UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA