

BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang

Teknologi media selalu berevolusi dari waktu ke waktu. Proses komunikasi manusia dipermudah oleh berbagai macam ciptaan sejak beberapa abad yang lalu. Mesin ketik Johannes Gutenberg di abad ke-15 dan mesin *rotary press* Richard Hoe di tahun 1833 menjadi titik kemajuan pada media cetak; radio yang berperan besar dalam Perang Dunia I; televisi yang mulai menggapai masyarakat di tahun 1950-an; hingga internet. Media konvensional seperti koran, radio, dan televisi hadir sebagai representasi dari kata 'media'. Akan tetapi, setelah kemunculan internet di tahun 1980-an, mulai mengubah definisi tersebut. Masyarakat mulai menggunakan teknologi digital dan meninggalkan format analog secara perlahan.

Media pun tidak luput dari proses digitalisasi, yang sudah terjadi di berbagai negara. Steve Outing dalam Mings dan White menyatakan bahwa koran dalam jaringan (daring) sudah ada sejak awal tahun 1990-an dan berlipat ganda di tahun-tahun berikutnya. Tercatat pada tahun 1995, terdapat 100 koran komersial dalam jaringan. Pada pertengahan tahun 1999, jumlah tersebut meningkat pesat menjadi 3.581 koran (2000, p. 76). Contoh lain pada media radio adalah di Norwegia. Pada tanggal 11 Januari 2017 pukul 11:11:11 siang (GMT +1), Norwegia memberhentikan operasi radio dalam format FM dan beralih ke format digital (*streaming*) setelah menggunakan format FM selama kurang lebih 80 tahun (Fabry, 2017). Perpindahan format analog ke digital menjadi salah satu faktor utama terjadinya konvergensi media (Dal Zotto & Lugmayr, 2016).

Pengamat-pengamat media membuat prediksi bahwa media kelak akan melalui proses konvergensi menjadi satu media digital, yaitu internet (Neuman W. R., 2010, p. 4). Proses tersebut terlihat nyata dalam gawai-gawai yang digunakan selama dekade 2010-an: ponsel yang memiliki fitur multifungsi sebagai telepon, kamera, *browser*, serta pemutar audio-video. Mulanya, konvergensi diragukan

keberadaannya sebab sejarah membuktikan bahwa meskipun media konvensional (koran, radio, dan televisi) saling bersaing, mereka tidak mati. Internet sebagai revolusi teknologi tidak hanya menjadi pesaing media konvensional, tetapi merangkul mereka (Neuman W. R., 2010, p. 5). Pada hakikatnya, terdapat tiga aktivitas utama di dalam bisnis media: pengumpulan informasi, produksi berita dan penyatuan konten, serta distribusi (Avilés & Carvajal, 2008). Berlangsungnya konvergensi media mengubah algoritma aktivitas-aktivitas tersebut, juga cara masyarakat mengonsumsi berita. Nugroho dkk dalam Tapsell (2014) mengungkapkan bahwa siap atau tidak, perusahaan media harus menerima tantangan untuk memenuhi preferensi khalayak yang condong ke media daring dan audiovisual.

British Broadcasting Company (BBC) adalah salah satu media di Inggris Raya yang menjadi pionir konvergensi media. Simon Cottle dan Mark Ashton memaparkan perubahan BBC dimulai di tahun 1990-an. Manajemen BBC melihat perkembangan teknologi media sebagai kesempatan untuk memimpin pasar dan transformasi media, terutama dengan pesaing-pesaing besar seperti CNN dan Sky. BBC menggelontorkan 220 juta *pound sterling* untuk mendanai teknologi digital, infrastruktur, serta layanan berita (Cottle, 1999). Hal tersebut menjadi langkah pertama BBC menuju konvergensi media, di mana sekarang, BBC menggabungkan stasiun radio, televisi, dan kanal berita dalam jaringannya dalam situs web www.bbc.co.uk. Proses tersebut juga terjadi pada *The New York Times*. Nikki Usher dalam bukunya, *Making News at The New York Times*, menjabarkan keadaan *The New York Times* di masa-masa keterpurukan media cetak dan bagaimana *The New York Times* menghadapi tantangan tersebut hingga bermigrasi ke platform digital. Kini, situs web *The New York Times* (www.nytimes.com) tidak hanya mencakup teks berita dan foto, tetapi juga video dokumenter, investigatif, opini, dan berita terkini. Perubahan teknologi, manajemen, dan diversifikasi produk tidak terelakkan dalam industri media.

Media lokal Indonesia pun tidak tertinggal. Dalam risetnya, Tapsell menyebutkan Berita Satu Media Holdings, Media Indonesia Group, Tempo, dan Kompas telah menerapkan konvergensi media (2014). Namun di tahun-tahun

berikutnya, penelitian-penelitian lain menunjukkan bahwa media-media lokal di Indonesia mulai mengikuti jejak keempat perusahaan media tersebut. Wira Respati dalam penelitiannya menyebut bahwa Metro TV dan Liputan 6 SCTV mulai menerapkan konvergensi media. Metro TV tidak hanya menyiarkan berita di televisi terestrial, tetapi juga dalam jaringan melalui situs webnya, metrotvnews.com. Liputan 6 SCTV menyiarkan berita multimedia (teks, foto, siaran televisi, cek fakta jurnalisme warga) dalam jaringan melalui situs web liputan6.com (2014). Penelitian lain yang dilakukan oleh Anton Wahyu Prihartono mengkaji dan menganalisis model konvergensi surat kabar Solopos. Sejak berdiri pada tanggal 19 September 1997, Solopos sudah melakukan diversifikasi produk. Stasiun radio Solopos FM diadakan sejak tahun 2004, lalu pada tahun 2007 Solopos rilis daring di portal berita mereka, Solopos.com. Berikutnya pada tahun 2014, Solopos membuat Solopos.tv, televisi daring (Prihartono, 2016).

Namun, konvergensi media juga menciptakan seleksi alam seperti kematian media cetak. Ketika angka distribusi koran menurun, hal tersebut menyebabkan koran tersebut kehilangan pelanggan, yang berarti perusahaan koran tersebut tidak dapat menetapkan harga tinggi terhadap pengiklan (Usher, 2014, pp. 31-32). Usher menyebutkan *The New York Times* saat itu juga menerbitkan artikel bisnis yang memaparkan data persentase penurunan sirkulasi pada sejumlah media cetak di Amerika Serikat.

Dalam periode satu tahun (2009-2010), sirkulasi koran cetak harian *The New York Times* menurun sebanyak 8,5% (setara 950 ribu eksemplar) dan sebanyak 5,2% (setara 1,4 juta eksemplar) untuk edisi Hari Minggu. *The Los Angeles Times* menurun sebanyak 14,7% untuk koran harian, dan sebanyak 7,6% untuk edisi Hari Minggu. *The Chicago Tribune* mengalami nasib yang sama, dengan penurunan sebanyak 9,8% di penjualan koran hariannya dan 7,5% di edisi Hari Minggu. Akan tetapi, tidak semua media mengalami penurunan di kedua edisi cetak mereka. Media seperti *The Wall Street Journal*, yang merupakan salah satu media tersohor di AS mengalami peningkatan. Hal ini disebabkan oleh keberadaan koran digital *The Wall Street Journal* di situs web mereka (www.wsj.com) dan di pembaca elektronik (*e-reader*) keluaran Amazon, Kindle. Angka sirkulasi *The St. Petersburg Times* juga

sempat naik (Plambeck, 2010). Berikut adalah data dari artikel yang ditulis oleh Joseph Plambeck yang diolah dalam tabel, guna memudahkan pembaca untuk membandingkan angka-angka tersebut secara jelas.

Tabel 1.1. Data sirkulasi beberapa media cetak AS tahun 2010 oleh
The New York Times

Nama Media Cetak	Peningkatan/penurunan edisi harian	Peningkatan/penurunan edisi Hari Minggu
The New York Times	-8,5%	-5,2%
The Los Angeles Times	-14,7%	-7,6%
The Chicago Tribune	-9,8%	-7,5%
The Wall Street Journal	+0,5%	— (WSJ tidak memiliki edisi Hari Minggu)
USA Today	-13,6%	— (tidak disebutkan)
The St. Petersburg Times	-1,5% (perkiraan)	+1% (perkiraan)

Sumber: Olahan penulis berdasarkan artikel berita Plambeck (2019)

Sementara di Indonesia, berhentinya media cetak beredar marak setelah tahun 2010. Beberapa surat kabar yang berhenti mencetak adalah edisi Hari Minggu *Koran Tempo*, *Koran Sindo*, *Sinar Harapan*, *Harian Bola*, dan *Jakarta Globe*. *Kompas.com* mengutip *PwC* bahwa laju pertumbuhan media konvensional akan menurun, dan media berbasis internet (digital) akan naik (Sufyan, 2017). Beberapa media cetak berupa majalah juga berkonvergensi. Sufyan dalam artikelnya di

Kompas.com menyebut pada tahun 2016, sebanyak 8 media cetak majalah yang berada dalam naungan Kompas Gramedia Group dikonvergensi ke situs web www.cewekbanget.id dan www.grid.co.id (2017). Perubahan-perubahan digital seperti ini perlahan harus diterapkan pada industri media, sebab media cetak lambat laun akan menjadi tidak relevan dengan dunia yang semakin digital ini. Terlepas dari banyaknya media yang melewati fase digitalisasi, masih ada media Indonesia yang mempertahankan produk cetaknya, di antaranya: *The Jakarta Post*, *Harian Kompas*, *Kontan*, *Warta Kota*, *Tribun*, *Bisnis Indonesia*, *Jawa Pos*, *Media Indonesia*, dan sejumlah media lainnya.

Akan tetapi, terlepas dari banyaknya media yang mulai terdigitalisasi, penerapan konvergensi *newsroom* di Indonesia belum banyak dieksplorasi. *The Jakarta Post* sendiri memiliki sejumlah keunikan yang dianggap menarik untuk diteliti. Pasar media yang tergolong *niche*, lalu fakta bahwa *The Jakarta Post* merupakan salah satu media lokal berbahasa Bahasa Inggris yang masih mempertahankan bentuk cetak fisiknya meski saingannya sudah beralih sepenuhnya ke platform dalam jaringan. Salah seorang mantan editor *The Jakarta Post* juga sempat menyatakan bahwa *The Jakarta Post* tengah menjalani proses menuju konvergensi untuk meninggalkan media cetak secara bertahap menjadi satu platform (Wardany, 2019). *The Jakarta Post* sebagai unit dan segala *trademark* mereka yang *distingtif* menjadi sangat menarik untuk ditelaah perkembangan konsep *newsroom* terkonvergensi dalam tingkatan praktis.

Di samping alasan tersebut, peneliti juga merasa perlunya ada penelusuran lebih jauh mengenai implementasi konvergensi media di Indonesia, tidak hanya melulu berorientasi kepada media-media yang disebutkan oleh Tapsell pada penelitiannya di tahun 2014. Di sela waktu enam tahun, besar kemungkinan perusahaan media di Indonesia mulai menerapkan konvergensi media dalam skala tertentu karena menurut Aviles dan Calvajar, konvergensi media tidak mengharuskan adanya satu *newsroom* untuk memproduksi konten berita beberapa platform berbeda (2008, p. 227).

Untuk mengetahui seberapa jauh konvergensi media di *The Jakarta Post* berjalan, peneliti menggunakan beberapa kerangka pikiran, konsep, dan parameter

yang dicetuskan di dalam penelitian-penelitian terkait konvergensi media sebelumnya. Grant dan Wilkinson (2009) merumuskan tiga model dalam konvergensi jurnalistik, yaitu konvergensi ruang berita (*newsroom*), konvergensi pengumpulan berita (*newsgathering*), dan konvergensi konten. Dalam model konvergensi ruang berita, jurnalis dari platform berbeda (seperti dari surat kabar, daring, dan televisi) menyatukan diri dalam satu ruang berita, di mana mereka menggarap konten sesuai dengan kebutuhan platform media.

Lalu pada konvergensi pengumpulan berita, seorang jurnalis dituntut untuk bekerja secara *multitasking*. Dengan kata lain, jurnalis tersebut diharapkan mampu mengerjakan hal-hal yang dilakukan oleh media dengan platform lain melalui sesi pelatihan khusus. Misalnya, mengambil foto dan video serta membuat teks berita untuk media cetak, daring, dan televisi. Kemudian pada konvergensi konten, produk akhir berita disajikan dalam format multimedia. Artinya, berita tersebut kombinasi antara teks, gambar, audio, video, dan lain-lain seiring dengan berkembangnya zaman. Dibandingkan dengan model yang telah disebutkan sebelumnya, konvergensi konten masih relatif baru dan memiliki banyak potensi.

Publikasi dari organisasi pers global *The World Association of News Publishers* (WAN-IFRA) juga mengklasifikasikan tiga struktur konvergensi ruang berita dalam jurnalisme. Newsroom 1.0 (*multiple media newsroom*) adalah jenis konvergensi ruang berita di mana setiap platform memiliki ruang berita tersendiri yang independen. Newsroom 2.0 (*cross-media newsroom*) adalah jenis konvergensi ruang berita di mana jurnalis-jurnalisnya berkerja atas dasar prinsip pengumpulan bahan-bahan konten bersama untuk kemudian digunakan berdasarkan kebutuhan masing-masing platform. Terakhir, Newsroom 3.0 (*integrated newsroom*), adalah jenis konvergensi ruang berita yang memiliki tujuan untuk menyediakan konten bagi semua platform dan membangun alur kerja yang terintegrasi mulai dari perencanaan sampai produksi (WAN-IFRA Newsplex Europe, 2010, p. 8).

Avilés dan Calvajar juga pernah menyimpulkan adanya dua model konvergensi ruang berita dari observasi mereka terhadap media di Spanyol, *Novotécnica* dan *La Verdad Multimedia*: model ruang berita terintegrasi dan model lintas media. Riset mereka menunjukkan bahwa konten berita kedua media tersebut diproduksi untuk

lebih dari satu platform medium dalam satu organisasi yang sama dalam waktu yang sama pula. Avilés dan Calvajar menghubungkan model lintas media dengan strategi sumber daya dan organisasional di mana produksi multimedia didasarkan dengan gabungan ide-ide yang diinginkan. Sementara itu, model terintegrasi dapat ditautkan dengan tujuan menciptakan budaya jurnalistik tunggal yang melampaui batasan-batasan media konvensional (2008, p. 237). Kedua model konvergensi ruang berita ini bergantung pada konteks dan strategi sebuah media perusahaan (Avilés & Carvajal, 2008, p. 239).

Berdasarkan model-model dari berbagai penelitian di atas, peneliti hendak memberikan gambaran rinci dan akurat tentang implementasi konvergensi media di *The Jakarta Post* menggunakan parameter di dalam penelitian Avilés dan Carvajal: alur kerja, derajat kemultiahlian, dan integrasi budaya (2008). Kajian terhadap konvergensi media di *The Jakarta Post* akan menggunakan metode studi kasus, di mana peneliti dapat mempelajari lebih dalam sebuah kasus yang mudah diakses atau yang dapat dipelajari secara intensif (Stake, Qualitative Case Studies, 2005).

1.2. Rumusan Masalah

Berdasarkan pemaparan latar belakang di atas, penulis merumuskan masalah utama yang akan dikaji adalah “Seberapa jauh konvergensi media di *The Jakarta Post* diterapkan dan seberapa jauh *The Jakarta Post* sebagai media cetak merestrukturisasi diri mereka dalam menggunakan kembali konten surat kabar untuk platform lain?”

1.3. Pertanyaan Penelitian

Dari rumusan masalah yang ada, peneliti menjabarkan beberapa pertanyaan yang akan dicari jawabannya dalam penelitian:

1. Seberapa jauh *The Jakarta Post* menerapkan konvergensi media dan mengatur ulang struktur mereka untuk menggunakan kembali konten surat kabar untuk platform lain?

2. Bagaimana penerapan konvergensi media di *The Jakarta Post* ditinjau dari aspek alur kerja?
3. Bagaimana penerapan konvergensi media di *The Jakarta Post* ditinjau dari aspek derajat kemultiahlian?
4. Bagaimana penerapan konvergensi media di *The Jakarta Post* ditinjau dari aspek integrasi budaya?

1.4. Tujuan Penelitian

Adapun tujuan dari penelitian yang dilakukan adalah untuk mengetahui hal-hal sebagai berikut:

1. Seberapa jauh *The Jakarta Post* menerapkan konvergensi media dan mengatur ulang struktur mereka untuk menggunakan kembali konten surat kabar untuk platform lain
2. Penerapan konvergensi media di *The Jakarta Post* ditinjau dari aspek alur kerja
3. Penerapan konvergensi media di *The Jakarta Post* ditinjau dari aspek derajat kemultiahlian
4. Penerapan konvergensi media di *The Jakarta Post* ditinjau dari aspek integrasi budaya

1.5. Manfaat Penelitian

1.5.1. Manfaat Akademis

Kegunaan akademis penelitian ini adalah untuk menjabarkan bagaimana proses konvergensi media berlangsung secara nyata di dalam badan media Indonesia yang sudah ada, yaitu *The Jakarta Post*. Penjelasan akan proses tersebut didasarkan pada model konvergensi ruang berita oleh Grant dan Wilkinson, dibantu dengan aspek alur kerja, derajat kemultiahlian, dan integrasi budaya sebagai kerangkanya. Selain itu, akademisi dapat menggunakan penelitian konvergensi media ini sebagai salah satu

pembandingan/acuan bagaimana konvergensi media berlangsung di media-media Indonesia lain yang sudah diteliti sebelumnya.

1.5.2. Manfaat Praktis

Penelitian ini dapat menjadi referensi bagi media massa yang hendak/sedang mengimplementasikan konvergensi media, agar dapat merefleksikan dan mengevaluasi langkah-langkah yang diambil melalui temuan hambatan dan tantangan yang dialami *The Jakarta Post*. Selain itu, penelitian ini diharapkan dapat menjadi wawasan tambahan untuk awak media, khalayak, serta peneliti.

1.6. Keterbatasan Penelitian

Dalam menyusun rancangan penelitian ini, penulis mengidentifikasi keterbatasan-keterbatasan yang dapat terjadi saat merealisasikan pengkajian:

- a. Keterbatasan ruang yang disebabkan oleh pandemi COVID-19 memaksa penulis untuk melakukan wawancara melalui platform daring alih-alih tatap muka
- b. Karena pembatasan sosial di kota Jakarta, *The Jakarta Post* melakukan praktik *teleworking/work from home*, sehingga penulis tidak dapat melaksanakan observasi pada jangka waktu 2020-2021. Sebagai gantinya, penulis menggunakan catatan observasi semasa penulis kerja magang di *The Jakarta Post* pada tahun 2019 akhir.