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.

Perpustakaan Univeristas Multimedia Nusantara

BAB 1

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Kecepatan. Itulah kata yang paling tepat untuk menggambarkan dunia kita pada saat ini. Teknologi informasi dan teknologi komunikasi memang mampu mengubah peradaban manusia pada saat ini, dengan amat cepat, bahkan tanpa didasari oleh manusia itu sendiri (Wibowo, 2013, p.161).

Sebanyak 4,66 miliar populasi manusia di dunia yang sudah menggunakan internet dan 4,2 miliar diantaranya sudah menggunakan sosial media. Hal tersebut membuktikan bahwa lebih dari setengah total populasi manusia sudah menggunakan internet dan juga sosial media. Rata-rata durasi masyarakat Indonesia menggunakan internet adalah sebesar 8 jam dan 52 menit. Hasil tersebut membuat Indonesia menempati urutan ketiga di Asia setelah Tiongkok dan India (We Are Social, 2021). Di Indonesia sendiri, terdapat 212,35 juta penduduk yang sudah menggunakan internet, meningkat dari tahun 2020 sebanyak 196,7 juta penduduk (Internet World Stats, 2021).

Bila kita melihat sejarah perkembangan konvergensi, peran teknologi yang ada di dunia menjadi hal yang penting bagi konvergensi. Menurut *European Commission* pada tahun 1997 menyatakan bahwa konvergensi yang akan terjadi terpengaruh dari kemunculan teknologi digital yang membuat berbagai layanan komunikasi bisa didapatkan pada berbagai jaringan yang ada (Irwansyah & Mulyana, 2013, p.5).

Pengertian konvergensi sendiri memiliki banyak perspektif yang muncul. Umumnya, konvergensi dapat diartikan sebagai proses dari menyatunya dua hal atau lebih menuju satu tujuan secara bersamaan (Irwansyah & Mulyana, 2013, p.6).

Sedangkan menurut *European Commission*, konvergensi sendiri dapat diartikan sebagai perpaduan dari berbagai teknologi konsumen, seperti televisi, komputer, dan juga telepon (Irwansyah & Mulyana, 2013, p.7). Menurut The Economist, konvergensi sendiri dapat diartikan sebagai lingkungan dari persebaran layanan informasi dan komunikasi yang dilakukan secara *real time* dan menggunakan internet (Irwansyah & Mulyana, 2013, p.7).

Bukan tidak tanpa halangan, konvergensi yang terjadi ternyata memiliki berbagai persoalan. Pada tahun 2000-an, setelah fenomena konvergensi media terjadi, muncul beberapa persoalan. Persoalan pertama adalah media dituntut untuk menyebarkan informasi seluas-luasnya dan diberikan kepada sebanyak-banyaknya orang namun terganggu oleh belum didukungnya koneksi internet yang cepat pada saat itu, kemudian menjadi terhambatnya distribusi informasi. Belum cepatnya koneksi internet pada saat itu bisa muncul karena permasalahan yang kedua, ialah besarnya data yang harus dikirimkan karena belum tersedianya teknologi untuk melakukan kompresi data yang mumpuni pada saat itu. Permasalahan yang terakhir ialah masih terkendalanya masalah protokol mengenai proses transmisi data.

Bila kita melihat sejarah perkembangan konvergensi media di dunia, banyak media yang sudah melakukan konvergensi. Sebagai contoh, Disney pada awalnya merupakan perusahaan penyedia layanan animasi dan taman bermain, namun berdasarkan perkembangan zaman akhirnya Disney pun membangun Disney+ yang memanfaatkan perkembangan teknologi internet dalam menyebarkan produk-produknya. Contoh lainnya adalah surat kabar New York Times yang awalnya berupa media konvensional cetak sekarang memiliki kanal berita online dengan nama www.nytimes.com.

Di Indonesia sendiri, pada kenyataannya media-media di Indonesia juga sudah melakukan praktik konvergensi media. Bila kita melihat pada MNC Group, perusahaan media yang diklaim terbesar di Asia Tenggara tersebut sudah melakukan konvergensi media, dengan dibentuknya iNews.id. Pada awalnya,

iNews adalah saluran televisi yang bernama SUN TV dan dibentuk pada Juni 2007 dan dikhususkan sebagai saluran pada televisi berbayar, yaitu Indovision, Top TV, dan juga OkeVision. Untuk memperluas jaringannya, SUN TV melakukan kerjasama dengan beberapa stasiun televisi lokal daerah, seperti TV3, Deli TV, dan PRO TV. Pada 26 September 2011 nama SUN TV berubah menjadi SINDO TV. Lalu pada tanggal 6 April 2015, SINDO TV resmi berubah nama menjadi iNews TV yang kemudian kata TV dihilangkan pada 31 Oktober 2017. (iNews.id, 2019)

Aplikasi yang terus dikembangkan oleh provider-provider teknologi informasi juga menjadi semakin tanpa batas, yang artinya semua dapat mengakses untuk menggunakan jasa layanan dari berbagai aplikasi yang dikembangkan. Jasa layanan di jejaring sosial yang populer khususnya dikalangan remaja adalah email, Facebook dan Twitter yaitu suatu akses online yang memungkinkan terjadi percakapan melalui pengetikan pesan di layar komputer, dengan satu atau lebih jaringan yang terhubung untuk memberikan respon.

Terdapat 2 jenis media yang ada, yaitu media konvensional dan juga media baru. Media konvensional sendiri terdiri dari media cetak dan media penyiaran. Sedangkan media baru adalah media yang sudah menggunakan teknologi internet dan digital pada khususnya. Karena dasar sudah semakin majunya teknologi internet dan digital yang ada, maka media-media konvensional juga dituntut untuk meningkatkan kualitasnya agar tidak semakin tertinggal di era internet pada saat ini.

Pada saat ini, memang media konvensional mau tidak mau harus mengikuti perkembangan zaman dan harus merubah dari yang konvensional menjadi menggunakan teknologi internet dan juga digital yang mengutamakan dalam hal kecepatan, efisiensi, dan juga tidak adanya batasan atau border dalam mengakses informasi. Belakangan muncullah istilah Konvergensi Media yang menggabungkan segala perangkat media konvensional ke dalam platform media baru yang menggunakan kekuatan dari koneksi internet yang saling

berkomunikasi satu sama lainnya.

Di era digital saat ini, pembentukan media online pun semakin dipermudah. Menurut Asosiasi Media Siber Indonesia pada tahun 2019 terdapat sedikitnya 47 ribu media online di Indonesia, namun baru sebanyak 2.700 yang sudah diverifikasi oleh Dewan Pers (Asosiasi Media Siber Indonesia, 2019). Namun, hal tersebut bukan menjadi masalah bagi iNews,id yang sampai pada November 2021 tercatat lebih dari 10 juta traffic yang mengunjungi iNews.id dan naik 4 peringkat menurut Similar Web pada bagian News & Media (Similar Web, 2021).

Dengan jumlah *traffic* yang besar, dan juga merupakan bagian dari MNC Group yang merupakan perusahaan media terbesar di Asia Tenggara, konvergensi yang dilakukan oleh iNews menjadi menarik diteliti dengan menitik beratkan kepada dampak apa yang dirasakan oleh media yang melakukan konvergensi. Ditambah lagi dengan dilakukannya konvergensi di berbagai media di Indonesia yang menjadikan penulis ingin melakukan penelitian lebih dalam mengenai konvergensi media yang terjadi di Indonesia.

Peneliti hendak menganalisa mengenai implementasi konvergensi media yang dilakukan di iNews menggunakan teori dari Grant dan Wilkinson, dimana peneliti akan menggunakan 5 dimensi dasar dari konvergensi media, yaitu konvergensi teknologi, konten multiple-media, kepemilikan, kolaborasi, dan koordinasi untuk dijadikan acuan dalam peneliti melakukan penelitian konvergensi media yang terjadi di iNews. Peneliti menggunakan 5 dimensi dasar konvergensi media dari Grant dan Wilkinson karena Grant dan Wilkinson beranggapan bahwa konvergensi media terbentuk karena adanya inovasi teknologi. Hal tersebut pun yang dilihat oleh peneliti pada iNews, dimana iNews yang tadinya berupa media konvensional televisi kini memiliki media baru digital, yaitu iNews.id.

1.2 RUMUSAN MASALAH

Bagaimana iNews menerapkan 5 Dimensi Konvergensi Media oleh Grant dan Wilkinsoni?

1.3 PERTANYAAN PENELITIAN

Berdasarkan pemaparan Latar Belakang tersebut, pertanyaan dari penelitian ini adalah:

1. Bagaimana proses berjalannya dimensi konvergensi teknologi pada iNews?

2. Bagaimana proses berjalannya dimensi konten multiple-media pada iNews?

3. Bagaimana proses berjalannya dimensi kepemilikan pada iNews?

4. Bagaimana proses berjalannya dimensi kolaborasi pada iNews?

5. Bagaimana proses berjalannya dimensi koordinasi pada iNews?

1.4 TUJUAN PENELITIAN

Dari Latar Belakang dan Rumusan Masalah yang sudah penulis paparkan, penulis merumuskan tujuan penelitian ini kedalam:

Mengetahui bagaimana iNews mencapai tujuan perusahaan dengan melakukan konvergensi

1.5 KEGUNAAN PENELITIAN

1. Kegunaan Akademis

Tujuan akademis dari penelitian ini adalah bisa menjelaskan bagaimana proses terjadinya konvergensi yang terjadi di iNews dengan menggunakan teori 5 dimensi konvergensi yang digagas oleh Grant dan Wilkinson. Kemudian, harapan selanjutnya adalah mampunya penelitian ini menjadi acuan atau pembanding dalam penelitian konvergensi media yang terjadi di Indonesia lainnya.

2. Kegunaan Praktis

Hasil penelitian diharapkan bisa memberikan pandangan bagaimana gambaran penerapan 5 dimensi konvergensi media Grant dan Wilkinson di Indonesia kepada manajemen media yang membutuhkan. Dengan harapan agar media-media di Indonesia juga bisa melakukan konvergensi dengan baik agar bisa terus mempertahankan eksistensi medianya pada era konvergensi dan digitalisasi di Indonesia.

3. Kegunaan Sosial

Selain kegunaan secara akademis dan praktis, penelitian ini juga memiliki kegunaan secara sosial, yaitu mampunya penelitian manfaat sosial bagi masyarakat dengan masyarakat lebih paham tentang penggunaan 5 dimensi konvergensi media pada media-media di Indonesia.

UNIVERSITAS MULTIMEDIA NUSANTARA

1.6 KETERBATASAN PENELITIAN

Penulis tidak terlepas dari sedikit banyaknya keterbatasan yang dialami dalam penelitian ini. Penulis menggunakan metodologi kualitatif, dimana hasil akhir yang didapatkan tidak berlaku di semua konteks yang ada, namun hanya sesuai dan akurat pada beberapa konteks saja yang diangkat oleh penulis pada penelitian ini.

UMN
UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA