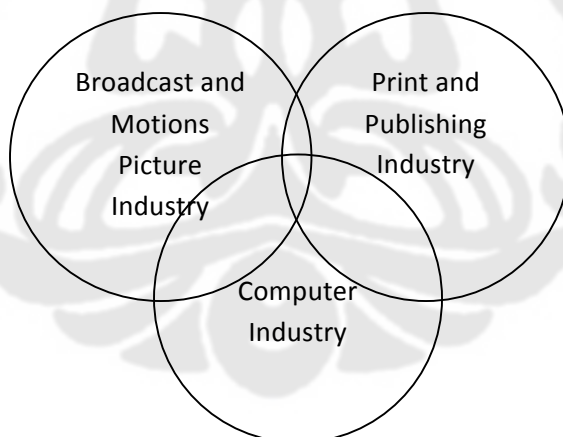


## BAB I PENDAHULUAN

### 1. 1. Latar Belakang

Di awal abad 21, media komunikasi telah memasuki suatu era baru. Perkembangan teknologi berhubungan dengan masyarakat informasi yang berujung pada transisi ke transmisi digital dalam segala bentuk media. Pendigitalisasian ini memudahkan pertukaran informasi dari teks, audio, visual, maupun *motion* karena sudah adanya standarisasi bentuk (digital) (Straubhaar dan LaRose, 2004: 6). Dari digitalisasi (terutama didukung teknologi komputer dan internet), lahirlah konvergensi di dunia media.

Seperti pendapat Burnett dan Marshall (2003: 27), konvergensi adalah percampuran dari berbagai jenis media, industri telekomunikasi serta komputer, dan penggabungan beragam bentuk produk dari media-media tersebut dalam bentuk digital. Pendapat tersebut menguatkan penggambaran Nicholas Negroponte yang pertama kali memperkenalkan konsep konvergensi media di tahun 1979 melalui sebuah model seperti di bawah ini (Applegren, 2004: 238):



**Bagan 1:** Lingkaran-lingkaran Negroponte yang menggambarkan persinggungan antara beragam jenis media

Konvergensi saat ini telah menjadi skenario umum di dunia media (Quinn, 2004: 109). Seperti yang dikatakan pemimpin *New York Times Company* dan penerbit *New York Times*, Arthur O. Sulzberger Jr dalam sebuah konferensi di *Northwestern University* pada Februari

2004, konvergensi merupakan 'masa depan' bagi media (Quinn, 2004: 110). Rick Camilleri, *chief operating officer* dari *CanWest Global Communication Corporation*, menanggapi pernyataan Sulzberger. Camilleri mengatakan bahwa konvergensi merupakan satu-satunya model bisnis yang mungkin diterapkan di dunia media agar dapat bertahan di era digital seperti sekarang ini. Camilleri juga menjelaskan bahwa medianya mendorong pengaplikasian konvergensi horizontal. Konvergensi horizontal merupakan konsep dalam *CanWest Communication Corporation* untuk menerangkan tentang penggabungan dan kerja sama antar beragam macam media dalam menyebarluaskan berita (*Presentation to the 15th annual e-content Information Highways Conference*, 2004). Seorang konsultan media senior asal Amerika, Martha Stone, juga setuju dengan hal ini. Stone berpendapat bahwa perusahaan media tunggal mulai bertransformasi menjadi perusahaan multimedia dengan menggabungkan sisi pengoperasian editorial dari media cetak, web, serta elektronik (Quinn, 2004: 110).

Konvergensi tidak hanya mempengaruhi media tapi juga mempengaruhi khalayaknya (Thelen & Tyner dalam Quinn, 2004: 116). *BIGresearch of Columbus* yang berlokasi di Ohio mempublikasikan sebuah penelitian pada tahun 2003 yang menemukan bahwa (hampir selalu) tiga dari empat orang menggunakan beragam jenis media secara bersamaan dan berkelanjutan. Penelitian tersebut menemukan bahwa 74, 2% orang biasanya atau terkadang menonton televisi sambil membaca koran. Dan sebanyak 66, 2% orang biasanya atau terkadang menonton televisi sambil *online* di internet. Sebuah penelitian yang tidak dipublikasikan dari kelompok akademis *Ball Stone University* mengungkap bahwa masyarakat di daerah Delaware (AS), di mana universitas tersebut berada, mengkonsumsi media selama sepuluh jam per hari secara keseluruhan, dan setidaknya seperempat dari waktu tersebut dihabiskan dengan mengkonsumsi lebih dari satu jenis media. Ruth de Aquino, pengelola sebuah koran di Brasil, menyimpulkan bahwa pola konsumsi khalayak terhadap media telah berubah drastis dibandingkan pada era 90-an. "Informasi kini dapat diakses di semua tempat; melalui telepon genggam, koran, televisi: televisi kabel serta televisi interaktif, internet, teleteks, radio, layar video di tangga jalan hotel, dan masih banyak lagi. Konsep tentang berita/informasi pun selalu berubah-ubah seiring dengan waktu. Berita/informasi menjadi semakin personal, semakin berorientasi pada pelayanan, dan kurang terkait dengan institusi" (Ruth de Aquino dalam Quinn, 2004: 116). Penjabaran di atas dapat disederhanakan seperti dalam pendapat yang dikemukakan oleh Gil Thelen (salah seorang petinggi perusahaan media *Tampa Tribune* yang telah menerapkan konvergensi) perilaku

khalayak dalam mencari informasi yang mereka butuhkan telah berubah dan sebagai konsekuensinya organisasi media juga harus merubah tradisinya untuk dapat memenuhi kebutuhan tersebut (Thelen, 2002: 78).

Penerapan konvergensi media menurut Rich Gordon (dalam Quinn, 2004: 112) terbagi dalam beberapa level. Dalam bukunya yang berjudul *The Meaning of Convergence*. Gordon membagi konvergensi ke dalam lima level, yaitu *ownership convergence*, *tactical convergence*, *structural convergence*, *information-gathering convergence*, *storytelling convergence*.

*Ownership Convergence* mengacu pada kepemilikan yang sama dari jenis-jenis media yang berbeda oleh sebuah perusahaan media besar. Misalnya satu perusahaan media menaungi media cetak, media siar, serta media *online* (Quinn, 2004: 112)

*Tactical Convergence* berbentuk promosi silang serta pertukaran informasi yang didapat antar media-media yang berkonvergensi atau bekerja sama. Contohnya, sebuah media cetak dipromosikan di media siar rekanannya atau sebaliknya (Quinn, 2004: 112)

*Structural Convergence* memerlukan perubahan dalam deskripsi pembagian kerja serta struktur organisasional dalam masing-masing media jika telah terkonvergensi. Struktur dalam media yang mengaplikasikan konvergensi harus dirombak untuk disesuaikan dengan karakteristik konvergensi (Quinn, 2004: 112).

*Information-Gathering Convergence* terjadi ketika para wartawan yang sering disebut “*backpack journalist*” (jurnalis yang memiliki keahlian bekerja di lebih dari satu sektor media) diharapkan dapat mengumpulkan data, mengolahnya, dan menyajikan isi bagi beragam jenis media. Dalam konvergensi jenis ini, jurnalis dituntut untuk dapat melaporkan atau menulis informasi yang telah didapatnya ke dua atau lebih jenis media (Quinn, 2004: 112).

*Storytelling Convergence* adalah bentuk konvergensi dimana adanya tuntutan bentuk-bentuk baru dalam cara penyampaian berita kepada khalayak. Contohnya, satu berita dapat dikemas dalam bentuk teks tapi juga didukung oleh video dan grafis agar mempermudah khalayak dalam memahami keseluruhan berita (Quinn, 2004: 112).

Contoh penerapan konvergensi media di Amerika Serikat adalah *Tampa News Center*. *Tampa News Center* berada di bawah pemilikan perusahaan media raksasa, *Media General*. Di dalam *Tampa News Center* terdapat tiga organisasi media berbeda jenis yang telah mengaplikasikan konvergensi, yaitu surat kabar *Tampa Tribune*, *WFLA-TV*, dan *Tampa Bay Online* (TBO.com). Ketiga media tersebut beroperasi di dalam satu gedung yang sama (Garrison

and Dupagne, 2003: 12).

Penggabungan pusat pengolahan berita tersebut ditujukan untuk membentuk interaksi serta koordinasi antar staf dari organisasi-organisasi media yang tergabung. Selain itu dalam pusat pengolahan informasi ini, organisasi-organisasi media yang terkonvergensi di dalamnya saling berbagi dalam penggunaan sumber daya (manusia maupun alat). Hal tersebut ditujukan untuk menciptakan konvergensi dalam *newsroom* yang menghasilkan proses produksi editorial (isi) lebih baik dari pada jika masing-masing anakan media bekerja secara terpisah (Thelen, 2002: 105). Hal tersebut didasari oleh pertimbangan surat kabar memberikan laporan mendalam, televisi mengedepankan kesegeraan, serta situs berita berguna untuk interaktivitas dengan khalayak.

Tapi produk akhir dari masing-masing organisasi media tetap berbeda. Yang di-*share* hanya bahan mentah informasinya sedangkan pengolahan informasi untuk masing-masing media tentu berbeda dan tidak mengancam independensi dari media-media yang terkonvergensi. Perspektif dari masing-masing media tetap beragam, contohnya saja ada penelitian yang membuktikan bahwa dalam pemilu 2003, *WFLA-TV* terbukti lebih netral dalam memberitakan calon-calon presiden AS sedangkan *Tampa Tribune* memiliki kecenderungan untuk memihak Bush. Hal ini akhirnya menjadi kekuatan bagi masing-masing media yang terkonvergensi tersebut. Khalayak akan tetap mencari informasi di masing-masing media karena menyajikan hal yang berbeda

Para jurnalisnya memang terikat dengan salah satu organisasi media tersebut. Namun mereka juga dapat ditugaskan untuk membantu pekerjaan anakan media lainnya, inilah yang dimaksud berbagi sumber daya (manusia maupun alat). Oleh karena itu mereka harus mengerti pelaporan berita untuk ketiga jenis media tersebut.

Untuk memperlancar proses konvergensi ini, berdasarkan keterangan Gil Thelen (2000) yang merupakan *executive editor* dari *Tampa Tribune*, ada tiga langkah awal yang dilakukan ketika pusat pengolahan berita tersebut akhirnya terbentuk (<http://www.asne.org/>). Pertama, mereka mengadakan proses sosialisasi atau saling mengenal antar staf masing-masing media. Selanjutnya, staf ketiga organisasi media yang tergabung dalam satu gedung itu harus selalu saling berkomunikasi antar staf masing-masing media. Yang terakhir, diadakan pelatihan silang bagi para staf dari masing-masing media.

Sedangkan di Indonesia sendiri, penerapan konvergensi media seiring dengan pertumbuhan pengguna internet dalam dua tahun terakhir mengalami peningkatan yang signifikan (RH, 2009: 6). Konvergensi media tampak makin marak dengan banyak pemilik perusahaan media massa mengembangkan bisnisnya menjadi multimedia massa, tanpa meninggalkan bisnis intinya. Di antara mereka ada yang melakukan penggabungan perusahaan dan atau membeli perusahaan media lainnya. Bahkan, tidak sedikit yang bekerjasama dengan pihak asing (RH, 2009: 2).

Sejumlah organisasi media di negeri ini yang telah menerapkan *multi-platform newsroom*, pengumpulan berita untuk berbagai media yang berbeda bentuk namun dalam satu kepemilikan, terpusat di satu tempat. Namun tentunya penerapan *multi-platform newsroom* dalam tiap perusahaan media berbeda, sesuai kapasitas masing-masing. Tentu dengan adanya *multi-platform newsroom*, jurnalis yang bekerja dalam lingkungan ini pun dituntut untuk memiliki *multi-skills* (RH, 2009: 4).

Contoh penerapan konvergensi media sendiri di Indonesia antara lain adalah mengelompoknya **RCTI**, **koran SINDO**, dan **okezone.com** di bawah payung **MNC (PT. Media Nusantara Citra)**. Kelompok kedua, dengan payung **PT. Bakrie Brothers (Grup Bakrie)**, membawahi: **ANTV** dan **Lativi**. Kelompok ketiga, dengan payung **PT. Trans Corpora (Grup Para)**, membawahi: **Trans TV** dan **Trans-7** (dulu TV7) (Arismunandar, 2007: 44).

Konvergensi media juga melahirkan grup media, yang dapat memanfaatkan materi berita yang sama untuk disebar ke berbagai jenis media yang berbeda di bawah naungannya. Bayangkanlah, sebuah grup perusahaan media yang membawahi produk media surat kabar, majalah, radio, televisi, dan situs Internet. Misalnya **MNC**, seperti yang telah dijabarkan di atas (Arismunandar, 2007: 44).

Dengan demikian, seorang jurnalis akan dituntut untuk memiliki kemampuan menulis dengan format yang berbeda-beda, karena tulisannya bukan cuma akan dimuat di satu jenis media, tetapi juga di jenis-jenis media lainnya (Arismunandar, 2007: 45).

Berdasarkan latar belakang perkembangan pesat teknologi media, pergeseran struktur dan pola operasional media, jenis jurnalis dan praktisi media yang dibutuhkan industri media tampaknya juga telah berubah. Pertama, berkembangnya jenis-jenis media baru menuntut penyesuaian keterampilan tertentu bagi para jurnalis, untuk memahami, menguasai dan berkiprah di jenis media baru tersebut. Jenis media baru ini, berkat konvergensi teknologi, tampaknya tidak

lagi secara sederhana bisa dipilah dalam pembagian media cetak dan media elektronik. Maka akan makin berkembang apa yang disebut dengan “jurnalis multimedia” , yakni tipe jurnalis yang tidak secara sederhana dibatasi dalam sekat media cetak, media elektronik, dan media *online* (Arismunandar, 2007: 45). Kedua, adanya pergeseran struktur serta pola operasional media pun mengharuskan para jurnalis dan praktisi media untuk memiliki ketahanan mental, tanggap terhadap lingkungan, berwawasan luas, dan sekaligus kemampuan beradaptasi yang tinggi menghadapi berbagai perubahan cepat yang terjadi. Oleh karena itu, penyiapan dasar-dasar keilmuan bagi para mahasiswa Ilmu Komunikasi hendaknya ditekankan pada dimilikinya “daya adaptasi” dan “daya kompetisi” yang tinggi (Arismunandar, 2007: 46).

Namun dalam kenyataan di lapangan, jurnalis belum diharuskan untuk memberikan laporan yang berbeda, menyesuaikan dengan karakteristik masing-masing jenis media. Media hanya menuntut hasil akhir yang berupa produk informasi yang siap untuk dipublikasikan, karena lebih memperhatikan segi efisiensi produksi berita. Media tidak memberikan ketentuan-ketentuan tertentu bagi jurnalis saat memproduksi informasi ke beragam bentuk media. Jika jurnalis memperhatikan berbagai hal tertentu, misalnya saja membedakan teknis penulisan di masing-masing jenis media sesuai karakteristiknya, biasanya didasari oleh kesadaran jurnalis sendiri untuk melakukan hal tersebut. Hal ini dikarenakan media tidak memberikan pengarahan atau pelatihan terlebih dahulu bagaimana menjadi seorang “jurnalis multimedia” bagi para pekerjanya.

Oleh karena itu, peneliti tertarik untuk menitikberatkan fokusnya terhadap penerapan konvergensi di level jurnalis, yang pada klasifikasi penerapan konvergensi media masuk pada level *information-gathering convergence*. Pada level *information-gathering convergence* jurnalis dituntut untuk menjadi lebih *multi-skilled* jika ingin bertahan bekerja di dunia media yang saat ini telah memasuki era konvergensi. Mau tak mau jurnalis 'dipaksa' belajar menguasai cara penyampaian berita melalui bentuk media yang berbeda-beda serta teknologi yang mendukung produksinya (Quinn, 2004: 110). Bekal keahlian tersebut dapat diperoleh para jurnalis atau calon jurnalis melalui proses pendidikan serta pelatihan (Lillie & Auman, 2005: 34).

Peneliti akan lebih menyoroiti bagaimana konvergensi mendorong para jurnalis untuk menambah keterampilannya agar dapat menyajikan berita ke lebih dari satu jenis atau bentuk media. Keterampilan-keterampilan apa saja yang perlu dimiliki jurnalis untuk dapat bergelut di era konvergensi media ini.

## 1. 2. Permasalahan

Inti dari penelitian ini adalah mengangkat pendapat para jurnalis tentang keterampilan apa saja yang harus dimiliki di zaman konvergensi media seperti sekarang ini, khususnya dalam proses pengolahan atau produksi berita (*information gathering*) oleh para jurnalis. Dengan penjabaran dari latar belakang permasalahan di atas, maka dapat dirumuskan beberapa pertanyaan penelitian sebagai berikut:

1. Keterampilan apa saja yang harus dimiliki seorang jurnalis untuk dapat bekerja di media yang menerapkan konvergensi?
2. Hambatan apa saja yang dialami jurnalis ketika masuk dan bekerja di media yang telah menerapkan konvergensi?
3. Bagaimana kesiapan jurnalis dalam menyambut perkembangan konvergensi media di masa depan?

## 1. 3. Tujuan Penelitian

Penelitian ini diharapkan dapat menggambarkan keterampilan-keterampilan yang harus dimiliki seorang jurnalis untuk dapat bertahan di era konvergensi media. Penjabaran keterampilan tersebut semoga dapat digunakan sebagai acuan bagi media tempat para jurnalis bekerja, lembaga pendidikan, serta berbagai tempat pelatihan jurnalistik untuk menyiapkan para calon jurnalis agar siap memasuki era konvergensi media.

## 1. 4. Signifikansi Penelitian

### Signifikansi Akademis

Penelitian ini memang tidak terlalu banyak menyumbang pada tataran teoritis. Namun penelitian ini diharapkan dapat dijadikan masukan bagi media untuk membuat berbagai pelatihan guna membekali para jurnalis dengan beragam keterampilan yang mendukung pekerjaannya di era konvergensi. Selain itu, semoga penelitian ini dapat dijadikan masukan atau pertimbangan bagi lembaga pendidikan jurnalistik dalam membangun kurikulum baru bagi para calon jurnalis yang sesuai dengan penerapan konvergensi media yang sedang terjadi saat ini dan akan semakin berkembang di masa depan.

### **Signifikansi Praktis**

Hasil penelitian ini dapat dimanfaatkan oleh para jurnalis yang mungkin masih belum sepenuhnya menguasai keterampilan-keterampilan yang harus dimiliki seorang jurnalis di era konvergensi media. Bagi mereka, hasil penelitian ini bisa dijadikan tambahan pengetahuan dan acuan dalam mempelajari tambahan keterampilan-keterampilan baru yang harus mereka miliki di zaman sekarang ini.

