

BAB I PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Di era globalisasi saat ini, industri media semakin berkembang pesat. Khusus di bidang media komunikasi massa, dikenal sebuah istilah populer yakni konvergensi media.¹ Menurut Jankins konvergensi media adalah proses berkelanjutan yang tidak boleh dilihat sebagai perpindahan dari media lama, melainkan sebagai interaksi antara bentuk media yang berbeda dan *platform*. Dalam dunia konvergensi ini, segala sesuatu dapat terekam dalam rantai media baru yang saling terhubung antara satu dengan yang lain, semisal media konvensional dan media non konvensional. Perubahan revolusioner telah memaksa pemilik media konvensional (lama) mencari cara untuk mempertahankan segmentasi khalayak.²

Setiap media memiliki strategi masing-masing dalam mempertahankan khalayaknya. Menurut Philip Kotler segmentasi khalayak merupakan proses pembagian pasar atau audiens menjadi kelompok-kelompok yang lebih kecil, berdasarkan karakteristik atau perilaku yang serupa. Hal tersebut membantu perusahaan untuk lebih efektif dalam menargetkan dan memahami kebutuhan khalayak.

3

¹ Veza A. L. *Strategi Jawa Pos Dalam Menghadapi Persaingan Bisnis Media Di Era Revolusi Industri 4.0*. *Jurnal Pascasarjana Ilmu Komunikasi*. Vol.01.No.01.2019.hal.19.

² Sucin.dkk. *Konvergensi Media Baru Dalam penyampaian Pesan melalui podcast*. *Jurnal Ilmu Komunikasi*. Vol. 4 . No. 2. 2020. hal.235.

³ Mochammad dawud. *Penerapan Manajemen Strategi Penyiaran dalam dakwah*. *Jurnal Al-Hikmah* Vol.17. N0.2.2019.hal 105.

Konvergensi media adalah gabungan atau pengumpulan saluran komunikasi massa, seperti media televisi, radio, cetak, dan *internet*, bersama dengan teknologi-teknologi portabel dan interaktifnya, melalui berbagai *platform* presentasi *digital*.⁴

Konvergensi multimedia di Indonesia berlangsung sangat lambat tidak seperti di Negara-negara asing pada umumnya, di Amerika mereka sudah menggunakan *internet* sejak tahun 1690-an, dan penggunaanya mulai meluas yaitu pada tahun 1990, sangat jauh berbeda dengan di Indonesia yang baru menggunakan *internet* pada tahun 1988, dan penggunaanya mulai meluas yaitu pada tahun 1998, namun dengan adanya era globalisasi yang sangat pesat saat ini dan tuntutan modernisasi ekonomi, membuat para industri media di Indonesia mulai menyentuh kawasan konvergensi, agar tetap bertahan di tengah-tengah deras arus era konvergensi yang tidak terbendung lagi, saat ini media konvensional seperti radio, koran, dan Televisi sudah mengalami penurunan, kebanyakan masyarakat sudah lebih memilih menggunakan media *digital* atau media dalam *online* untuk memenuhi kebutuhan mereka, yakni sekedar mencari informasi seputar pekerjaan atau mencari informasi berita yang dibutuhkan saat ini, karena media *online* atau media *digital* lebih mudah dan praktis untuk digunakan oleh masyarakat. Dengan adanya konvergensi media saat ini kebanyakan media konvensional mulai melakukan transposisi pemberitaannya ke media non konvensional (baru) dengan berbagai

⁴ Racmaria L. ddk. Strategi Praktik Konvergensi Media Pada Segmen Makarena Dalam Program Sore Bara Harysa Sebagai Upaya Survival Radio Delta FM Di Tengah Persaingan Industri Penyiaran. *Jurnal JIKE*. Vol.1. No.2. 2018. hal. 238

platform, salah satunya yaitu *youtube* banyak media yang menggunakan *youtube* untuk menyiarkan pemberitaannya.

Bennet dan Iyengar menggambarkan dengan baik perubahan cara khalayak dalam mengonsumsi berita setelah kehadiran *internet*.⁵ Dengan adanya *internet* khalayak bisa memilih berita atau informasi apa saja yang ingin dia lihat. Masyarakat bisa kapan saja dan dimana saja menggunakan *gatget* untuk mencari berita asalkan sudah terhubung dengan *internet*. Dan hal ini sangat berpengaruh besar kepada media konvensional, karena sekarang ini masyarakat lebih mudah menggunakan media yang terhubung dengan *internet*, mereka beranggapan bahwa lebih mudah dan cepat untuk mendapatkan informasi yang dibutuhkan, dibandingkan dengan media cetak atau media elektronik yang memerlukan waktu.

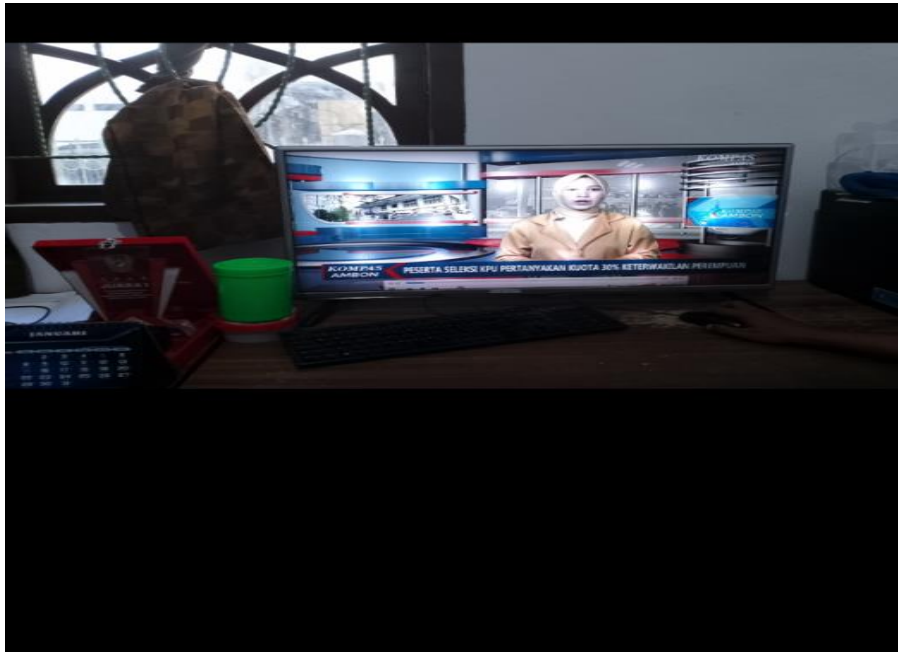
Ekologi media merefleksikan bahwa media massa harus bergerak dinamis untuk bertahan hidup di tengah tekanan dan kompetisi dengan berbagai *platform*. Di era *digital*, televisi sebagai media konvensional merangkul teknologi dengan menayangkan berita keragaman di media sosial *youtube*.⁶

Berdasarkan pengamatan peneliti pada 21 Juli 2023 Kompas TV adalah salah satu jaringan televisi swasta nasional yang berfokus pada konten pemberitaan dengan acara-acara berbasis hiburan yang diluncurkan pada 09 September 2011, perlahan-lahan statusnya berubah menjadi jaringan televisi, dan sejak 2016 acaranya

⁵ Eriyanto. *Media Dan Opini Publik*. Depok. Perpustakaan Nasional. 2018.hal.213

⁶ Roswita Oktavian, dkk, Ekologi Media Dalam Peliputan Keberagaman Jurnalis Televisi Kontributor Ambon, jurnal muara ilmu social, humaniora, dan seni, vol 5, No, 1, 2021, hal 277

menjadi berbasis berita sampai saat ini.⁷ Berikut beberapa Konvergensi Kompas TV dengan proses pemberitaanya.



Gambar satu menunjukkan pemberitaan yang ada di televisi terkait dengan peserta seleksi KPU. Pemberitaan ini sebagai contoh pemberitaan yang ada di televisi Kompas TV Ambon.

⁷ Prissilia P. W. ddk. *Hasil Kajian Kesalahan Berbahasa Lisan Pada kanal Youtube Kompas TV. Jurnal Pendidikan Bahasa Dan Sastra Indonesia*. Vol.8. No.2. 2023. hal. 135. .



Gambar 2.

Gambar dua menunjukkan pemberitaan di *chanel youtube* yang sama dengan pemberitaan sebelumnya yang ada di televisi, yaitu terkait dengan pemberitaan tentang peserta seleksi KPU. Gambar yang ada di *youtube* tidak ada perbedaan dengan gambar di televisi.

Dengan hadirnya konvergensi media, memudahkan masyarakat untuk mencari berbagai macam informasi terutama masyarakat kota Ambon, hanya dengan menggunakan *handphone* yang sudah terhubung dengan jaringan *internet*, informasi bisa dengan mudah didapatkan, perusahaan media massa dituntut untuk bisa memanfaatkan media baru yang ada saat ini dengan baik agar bisa bertahan, seperti media Kompas TV Ambon yang 13 tahun berdiri memiliki strategi khusus untuk mengembangkan medianya dan mempertahankan khalayak agar tetap eksis dalam memberikan informasi di era industri.

Sebelumnya penelitian yang pernah dilakukan oleh MR. Suhendar dengan judul “Konvergensi Media di News Network Kompas TV” dengan hasil penelitian ini menunjukkan konvergensi yang di kembangkan di biro-biro Kompas TV didesak dengan kebutuhan kompleks yaitu dari bergesernya pola konsumsi masyarakat dalam mencari informasi tren media dengan digitalisasi, tumbuhnya peluang bisnis di media baru⁸. Penelitian ini menjadi rujukan peneliti, untuk bisa mengetahui bagaimana Strategi Kompas TV Ambon dalam menghadapi Konvergensi media di era sekarang ini.

Dalam media Kompas TV Ambon berupaya untuk mengikuti perkembangan teknologi saat ini seperti yang dijelaskan dalam surah Ar-Rahman ayat 33 sebagai berikut;

يٰۤمَعْشَرَ الْجِنِّ وَالْإِنسِ إِنِ اسْتَظَعْتُمْ أَن تَنفُذُوا مِنۢ بَيْنَ السَّمَاءِ وَالْأَرْضِ
فَلَا تَنفُذُوا۟ إِلَّا بِسُلْطٰنٍ ۖ

Terjemahnya :

“Wahai golongan jin dan manusia! Jika kamu sanggup menembus (melintas) penjuru langit dan bumi, maka terbuslah. Kamu tidak akan mampu menebusnya kecuali dengan kekuatan (dari Allah).”⁹

Kemudian menurut tafsir Al-Azhar

Artinya bahwa diantara rahmat-nya Allah kepada kita manusia dan jin ialah kebebasan yang diberikan kepada kita untuk melintasi alam ini dengan sepenuh

⁸ Diakses pada <https://repository.unpas.ac.id/676407> 4 Juni 2024. Pada Pukul 09:31 WIT

⁹ H. Abdul Aziz A. R. *Al-Quran dan Terjemahannya*. (Surah Ar-Rahman: 33). 2016. hal. 532

tenaga yang ada pada kita, dengan segenap akal dan budi kita, karena mendalamnya pengetahuan.”Ibnu Katsir”. Ayat tersebut anjuran bagi siapapun yang bekerja dibidang ilmu pengetahuan dan teknologi, untuk mengembangkan kemampuan sejauh-jauhnya sampai menembuh (melintasi) penjuru langit dan bumi. Artinya bahwa diantara rahmat-nya Allah kepada ¹⁰

Dengan hadirnya konvergensi media maka terjadilah perubahan besar-besaran dalam dunia teknologi, maka setiap media harus bisa mengimbangi perubahan tersebut untuk tetap bertahan di lajunya era globalisasi, dimana setiap media memiliki ilmu yang cukup di bidang teknologi untuk tetap akses. Seperti media Kompas TV Ambon walaupun dengan hadirnya konvergensi ini tetapi mereka bisa mengimbangi perubahan teknologi yang ada. Salah satu strategi yang di jalankan Kompas TV Ambon yaitu melakukan Migrasi dari TV Analog ke TV *Digital*.

Berdasarkan ayat Al-Qur'an dan tafsirnya kita dituntut untung menguasai ilmu teknologi sesuai dengan perkembangan zaman saat ini. Seperti media Kompas TV Ambon saat ini yang banyak melakukan strategi atau inovasi dalam menyiarkan pemberitaan, seputar berita *straight news*, berita *soft News*, dan berita *hard news* yang jam tayangnya sudah diatur tiga kali jam tayang dalam seminggu. Pemberitaan Kompas TV Ambon tidak tayang setiap hari. Sehingga masyarakat tidak bisa menontonnya secara rutin. Berdasarkan paparan tersebut maka peneliti tertarik untuk

¹⁰ Hamka. *Tafsir Al-Azhar*. 2015. hal. 608.

melakukan penelitian dengan judul “*Strategi Kompas TV Ambon Dalam Era Konvergensi Media*”.

B. Rumusan Masalah

Dari uraian latar belakang di atas , masalah yang dapat dirumuskan sebagai berikut:

1. Apa saja strategi Kompas TV Ambon dalam menghadapi era konvergensi media?
2. Bagaimana Penerapan konvergensi media pada konten berita Kompas TV Ambon?

C. Batasan Masalah

Agar penelitian ini tidak membahas lebih jauh, maka peneliti memfokuskan penelitian ini pada, Bagaimana Strategi Kompas TV Ambon dalam Mempertahankan Medianya di Era Konvergensi Media.

D. Tujuan dan Manfaat Penelitian

1. Tujuan Penelitian

Berdasarkan Rumusan masalah tersebut, maka tujuan dari penelitian ini adalah:

- a. Untuk mengetahui dan menganalisis Strategi Kompas TV Ambon dalam menghadapi era konvegensi media.
- b. Untuk mendeskripsikan penerapan konvergensi media pada konten berita Kompas TV Ambon.

2. Manfaat Penelitian

Manfaat penelitian ini berdasarkan tujuan penelitian di atas, disimpulkan bahwa penelitian ini memiliki manfaat akademik, untuk memberikan pengetahuan baru kepada pembaca, tentang strategi suatu media agar bisa bertahan di tengah-tengah maraknya konvergensi media.