

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Peningkatan jumlah pengguna internet yang signifikan di Indonesia memberikan pengaruh besar terhadap eksistensi media pada saat ini. Agar dapat terus eksis dalam perindustrian, media harus mengikuti perkembangan zaman dan teknologi. Di seminar yang digelar Aliansi Jurnalis Independen (AJI), Nukman Lutfie, *CEO Virtual Consulting* mengatakan pengaruh media cetak akan “tergusur” dan tergantikan oleh sepak terjang media baru, koran yang paling cepat terkubur adalah yang tidak bisa menyesuaikan diri dengan zamannya (Haryanto, 2014:211). Konvergensi saat ini menjadi kata kunci dalam perkembangan industri media.

Konvergensi menurut Henry Jenkins dalam (Haryanto, 2014:210) adalah sebuah kata yang menggambarkan perubahan teknologi, industri, budaya, dan sosial dalam cara media bersirkulasi dalam budaya kita. Beberapa gagasan umum yang direferensikan oleh istilah tersebut mencakup aliran konten di berbagai platform media, kerja sama antara berbagai industri media, pencarian struktur pembiayaan baru media yang semuanya ada di antara media lama dan baru dan perilaku migrasi khalayak media yang akan pergi ke mana saja untuk mencari jenis pengalaman hiburan yang mereka inginkan. Konvergensi media mengacu pada situasi di mana beberapa sistem media hidup berdampingan dan di mana konten media mengalir dengan lancar di antara mereka.

Sejumlah media lama seperti media cetak dan media siaran berbasis elektronik melakukan berbagai perubahan dengan menghadirkan konten versi *online* di internet. Hal ini dilakukan guna mempertajam persaingan di ranah digital. Media cetak di Indonesia berbondong-bondong melakukan transformasi dan mendirikan portal berita daring untuk menyuguhkan berita dalam versi *online*. Media *online* secara umum adalah segala bentuk media yang hanya dapat diakses melalui internet. Sedangkan secara khusus yang dimaksud media *online* adalah segala jenis media massa yang dipublikasikan melalui internet secara *online*, baik itu segala jenis media cetak maupun media elektronik (Vera, 2016: 89).

Media pertama di Indonesia yang mendirikan portal berita daring adalah Republika, portal berita itu dinamakan Republika *Online* (www.republika.co.id).

Republika *Online* (ROL) tayang perdana pada 17 Agustus 1995, dua tahun setelah Harian Republika terbit. Berikutnya muncullah portal berita Tempo Interaktif (*www.tempointeraktif.com*) yang sekarang dikenal dengan Tempo.co (*www.tempo.co*) pada 1996 karena awak tempo yang "menganggur" dikarenakan majalah mereka diberedel rezim orde baru pada 1994. Bisnis Indonesia juga meluncurkan situsnya pada 2 September 1996. Selanjutnya pada 11 Juli 1997, Harian Waspada di Sumatera Utara meluncurkan Waspada *Online* (*www.waspada.co.id*). Tak lama setelah Waspada *Online* muncul Kompas *Online* (*www.kompas.com*) pada 22 Agustus 1997. Merekalah generasi pertama media *online* di Indonesia. Kontennya hanya memindahkan halaman edisi cetak ke internet, kecuali *www.tempointeraktif.com* yang tidak lagi memiliki edisi cetak (Margianto & Syaefullah (2012:15-16).

Pada 2008 oplah surat kabar Indonesia merangkak naik hingga 2014. Temuan riset, LP3ES mempresentasikan tentang masa depan surat kabar di Indonesia menunjukkan hasil yang menggembirakan, yaitu sirkulasi media cetak se-Indonesia adalah 21,4 juta eksemplar per harinya, dengan jumlah penerbit 951 organisasi. Secara khusus tiras surat kabar harian per harinya adalah 8,5 juta eksemplar (Haryanto, 2014:36). Namun kenaikan oplah cetak itu berhenti pada 2014, pada 2015 oplah koran Indonesia terjun bebas sebesar 8,9%. Media cetak Indonesia perlahan gulung tikar, termasuk surat kabar seperti Koran Tempo Minggu, Harian Bola, Harian Sinar Harapan, dan Soccer. Tidak hanya di Indonesia, sejumlah koran besar di Amerika Serikat tutup dan beralih kepemilikan pasca krisis ekonomi di Amerika yang membuat jumlah pengiklan surat kabar menurun drastis. Kian berkembangnya media daring juga turut memperparah kondisi Washington Post yang merupakan koran ketujuh terpopuler di Amerika dengan total sirkulasi 474,767 kopi per harinya (Haryanto, 2014:184).

Gambar 1.1 Infografik Oplah Media Cetak 8 Tahun Terakhir



Sumber: Tirto.id

Diakses 23 Agustus 2018

Gambar 1.2 Infografik Media Cetak Indonesia yang Mati

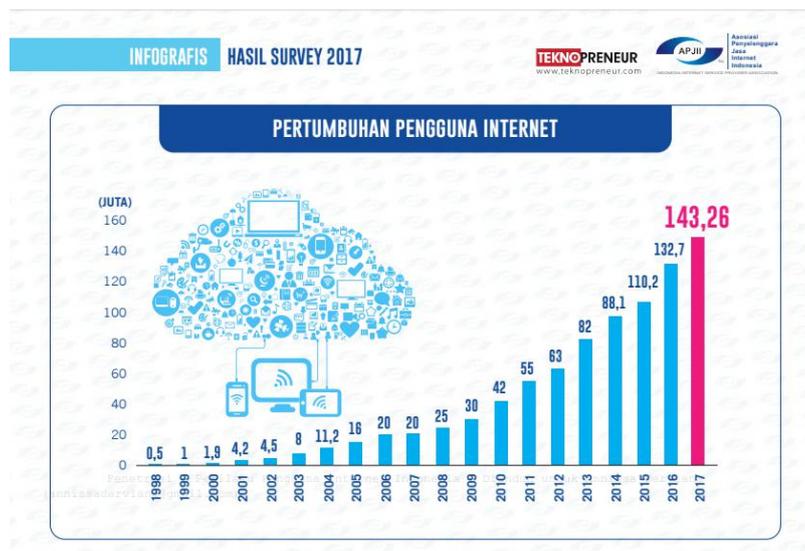


Sumber: Tirto.id

Diakses 28 Januari 2019

Industri media cetak terus terancam oleh kehadiran internet, yang menjanjikan kecepatan akses informasi dari berbagai belahan dunia dalam hitungan detik. Berdasarkan survei yang dirilis Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia (APJII) pada 2017 jumlah pengguna internet Indonesia mencapai 143,26 juta atau sekitar 54,68% dari jumlah penduduk Indonesia. Pada survei yang sama sebanyak 55,30% layanan yang diakses pengguna internet adalah membaca artikel. Hal ini menandakan lebih dari setengah penduduk Indonesia telah menggunakan internet sebagai media untuk mendapatkan informasi terkini.

Gambar 1.3 Pertumbuhan Pengguna Internet



Sumber: apjii.or.id

Diakses 19 September 2018

Melihat lajunya pertumbuhan internet, Republika sebagai media yang ingin terus bertahan dalam perindustrian telah mempersiapkan diri dengan melakukan konvergensi sejak 1995. Republika mendirikan portal berita, yang menjadi portal berita pertama di Indonesia, yang diberi nama Republika *Online* (ROL). ROL pada saat pertama kali didirikan bentuknya tidak seperti portal-portal berita pada saat ini.

Isi dari ROL pada saat itu sama dengan isi surat kabarnya yang dikenal dengan Harian Republika.

Gambar 1.4 *Republika Online*



Sumber: republika.co.id

Diakses 4 September 2018

Transformasi menuju media digital ini adalah sebuah keharusan bagi Republika melihat pergeseran perilaku masyarakat dan pembaca koran yang telah terjadi. Perubahan-perubahan ini hampir tidak mungkin untuk dilawan, namun harus dihadapi dengan menghadirkan inovasi-inovasi baru. Kehadiran perangkat komunikasi yang makin murah dan canggih menjadikan proses penyampaian konten berita kepada khalayak dapat dijalankan dengan lebih praktis dan cepat, sehingga dapat dijadikan solusi dari permasalahan menurunnya pembaca koran.

Proses konvergensi ini tentunya berlangsung secara perlahan dan tidak dijalankan dengan mematikan koran. Hingga saat ini terus dicarikan terobosan-terobosan baru agar koran tetap berkembang seiring dengan makin populernya media digital. Kematian sebagian media cetak tidaklah membuat koran Republika diarahkan untuk menuju liang kubur. Upaya mengawali proses transformasi ditujukan Republika agar dapat menjangkau publik yang lebih luas. Penyampaian konten ini bisa dijalankan melalui banyak medium. Karena itu, hadirnya medium-medium baru yang mempercepat penyampaian berita kepada publik adalah tantangan yang harus dihadapi penuh optimisme (*www.republika.co.id*).

Setiap media yang melakukan konvergensi tentunya mengalami berbagai perubahan dalam pelaksanaannya, baik dari proses dan sistem kerja, keredaksian hingga produk dan konten berita. Begitu pula dengan Republika yang melakukan konvergensi dari bentuk surat kabar Harian Republika hingga mendirikan portal *online*-nya yang dikenal dengan Republika *Online* (ROL). Konvergensi mencakup wilayah yang cukup luas, oleh karena itu Gordon (2003) membagi konvergensi di organisasi media berdasarkan lima dimensi, yaitu; konvergensi kepemilikan yang mengacu pada sebuah perusahaan media yang menjadi induk dari berbagai platform media untuk pendistribusian konten, konvergensi taktik yaitu kerja sama dalam pengguna konten bersama serta promosi silang dengan media-media yang bekerja sama, konvergensi struktur yaitu proses manajemen yang berkaitan dengan penataan ulang struktur organisasi dan pembagian kerja yang dilakukan untuk penyesuaian dengan kebutuhan konvergensi, konvergensi peliputan informasi yaitu konvergensi ini pada level wartawan di mana reporter dituntut untuk memiliki berbagai keahlian terkait multimedia dan konvergensi penyajian atau pengisahan cerita di mana tipe konvergensi ini terjadi di tingkat operasi wartawan dengan dukungan dari manajemen untuk menyediakan peralatan yang diperlukan untuk melakukan pengemasan berita sesuai dengan platform masing-masing.

Berdasarkan hasil pra-penelitian penulis di lapangan, konvergensi di Republika fokus terhadap konvergensi peliputan informasi di mana reporter dituntut untuk tidak hanya dapat menguasai penulisan berita namun dapat mengambil gambar, foto ataupun video yang akan disajikan sebagai pendukung berita. Berita tidak hanya disajikan dalam bentuk cetak namun juga terunggah dalam bentuk *online*.

Berdasarkan latar belakang di atas, peneliti tertarik mengangkat fenomena konvergensi di Republika yang ditinjau dari lima dimensi konvergensi Rich Gordon untuk dilakukan penelitian dengan judul **“Konvergensi pada Media Massa (*Studi Deskriptif Kualitatif Mengenai Konvergensi di Media Republika Berdasarkan Dimensi Konvergensi Rich Gordon*).**”

1.2 Fokus Penelitian

Fokus penelitian ini menyoroti pelaksanaan konvergensi yang dilakukan media massa Republika berdasarkan lima dimensi Rich Gordon (2003), yaitu konvergensi kepemilikan, konvergensi taktik, konvergensi struktur, konvergensi peliputan informasi dan konvergensi penyajian atau pengisahan cerita.

1.3 Identifikasi Masalah

Identifikasi masalah dalam penelitian ini adalah bagaimana pelaksanaan konvergensi di Republika berdasarkan lima dimensi Rich Gordon (2003), yaitu konvergensi kepemilikan, konvergensi taktik, konvergensi struktur, konvergensi peliputan informasi dan konvergensi penyajian atau pengisahan cerita?

1.4 Tujuan Penelitian

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui pelaksanaan konvergensi yang dilakukan Republika berdasarkan lima dimensi Rich Gordon (2003), yaitu konvergensi kepemilikan, konvergensi taktik, konvergensi struktur, konvergensi peliputan informasi dan konvergensi penyajian atau pengisahan cerita.

1.5 Kegunaan Penelitian

1.5.1 Kegunaan Teoritis

Dalam aspek teoritis, penelitian ini diharapkan dapat memberikan referensi tinjauan ilmiah di bidang ilmu komunikasi khususnya mengenai konvergensi media. Penelitian ini diharapkan dapat memberikan gambaran wajah industri media cetak tanah air yang melakukan konvergensi media.

1.5.2 Kegunaan Praktis

Penelitian ini diharapkan dapat menjadi referensi untuk industri media di Indonesia dalam melakukan proses konvergensi media. Penelitian diharapkan juga bermanfaat bagi Republika untuk terus melakukan inovasi dan evaluasi agar tetap menjadi media yang eksis di kalangan masyarakat.

1.6. Waktu dan Periode Penelitian

1.6.1 Waktu Penelitian

Tabel 1.1
Waktu Penelitian

Kegiatan	Bulan																											
	Agt				Sep				Okt				Nov				Des				Jan				Feb			
	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4
Pra Penelitian																												

