

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Penelitian

Kebutuhan informasi menjadi salah satu hal yang sangat penting dan menjadi kebutuhan baik untuk setiap individu, badan dan juga organisasi. Berkat Perkembangan Ilmu Pengetahuan dan Teknologi yang pesat, menghantarkan manusia ke peradaban dunia yang berada pada kemajuan dan tanpa batas. Dengan pesatnya perkembangan informasi yang didukung kemajuan teknologi, fenomena ini juga membantu pekerjaan manusia dan mempermudah manusia untuk berhubungan antarsesama dan bertukar informasi. Keadaan tersebut diistilahkan sebagai globalisasi.

Menurut *Kamus Besar Bahasa Indonesia* (KBBI), globalisasi berasal dari kata 'globe' yang berarti bola dunia. Sedangkan kata 'isasi' mengandung makna sebuah proses atau keadaan yang sedang berjalan atau terjadi saat ini. Globalisasi pada awalnya dipicu oleh kemajuan teknologi yaitu kehadiran internet atau dikenal dengan sebutan *new media*.

New media dikemukakan oleh Mcquail yaitu dimana semua bentuk pesan komunikasi dengan mudah disalurkan menggunakan teknologi internet dan melibatkan audiens dalam meningkatkan proses interaksi dan komunikasi. Dengan akses yang cepat dan kegunaan yang beragam, tak heran jika media ini dikatakan sebagai media yang memiliki jumlah pengguna terbanyak di dunia. Khalayak dapat mengirim atau menerima pesan dimanapun dan kapanpun selama terkoneksi

dengan jaringan internet, sehingga memberikan kemudahan untuk mengakses segala informasi (Rahayu, 2021).

Kombinasi antara internet dan teknologi komunikasi modern menjurus kepada kondisi yang serba digital. Berkembangnya internet menghadirkan berbagai *platform* baru yang mana dijadikan wadah untuk bersosialisasi satu sama lain dan membuat manusia dapat berkomunikasi tanpa dibatasi ruang dan waktu. Bahkan saat ini, *new media* sudah dikatakan layak menjadi sumber referensi primer selain buku dan jurnal, yang mana sangat membantu banyak pihak untuk mengakses sebuah informasi. Alhasil, masyarakat dari berbagai kalangan usia kini memiliki ketergantungan untuk berselancar di dunia maya.

Masyarakat masa kini hidup di tengah kemajuan perangkat teknologi, internet dan teknologi digital. Komputer, *smartphone*, surat kabar digital, majalah *online*, *website*, aplikasi jejaring sosial dan berbagai peralatan lain yang didukung internet adalah contoh media digital. Sifat internet yang memiliki kapasitas interaksi yang cukup banyak juga dapat mengaburkan batas geografis, dan yang terpenting dapat dilakukan secara *real-time* (Sylvana, 2015). *New Media* menjadikan nilai berita mengandung kesegaran atau aktualitas dan fleksibilitas. Media baru ini memungkinkan suatu perusahaan media mengembangkan produknya baik dalam bentuk cetak, audio, audio visual dan bentuk *online* sekaligus.

Berkembangnya internet juga membuat banyak portal berita *online* yang bermunculan, selain itu banyak pula media konvensional saat ini yang beradaptasi dan bahkan berpindah haluan dengan cara meluncurkan media versi *online* untuk

target pasarnya, agar dapat dijangkau oleh masyarakat dengan skala yang lebih luas dimanapun dan kapanpun (Acep, 2018).

Strategi komunikasi merupakan penerapan kegiatan manajerial yang telah atau akan dipersiapkan untuk mencapai suatu tujuan. Untuk mencapai tujuan tersebut, kegiatan manajerial seperti perencanaan, pengorganisasian harus bisa menunjukkan bagaimana taktik operasionalnya kepada sasaran untuk memperoleh hasil yang optimal. Karena dalam melakukan perencanaan, suatu individu atau organisasi harus mengenal dan memahami bagaimana opsi metode pendekatan yang akan dilakukan kepada target yang kemungkinan bisa berbeda sesuai waktu, situasi dan kondisi yang terjadi.

Kompetitor media massa saat ini berlomba-lomba menyajikan berita yang aktual, *fresh*, dan menarik seiring bertumpu dengan terus berkembangnya teknologi internet. Tentu saja hal ini terjadi seiring dengan kebutuhan masyarakat terhadap informasi dan kemajuan teknologi yang terus meningkat. Persaingan antara media konvensional dengan media berbasis *online* kerap terlihat saling kejar mengejar (Rachmalia & Rafika, 2018).

Perkembangan teknologi komunikasi dan informasi juga membawa dampak terhadap dunia penyiaran, termasuk penyiaran televisi di Indonesia. Adanya dorongan kepentingan bisnis untuk dapat memperluas pasar dan demi memenuhi hasrat konsumen untuk lebih mudah mendapatkan informasi atau berita di dalam suatu media menimbulkan adanya pengintegrasian atau penggabungan media-media yang sudah lama ada untuk disatukan ke dalam satu

bentuk *platform* media. Fenomena penggabungan berbagai media ini disebut dengan istilah konvergensi media.

Secara sederhananya, konvergensi media adalah penggabungan berbagai jenis media yang sebelumnya dianggap terpisah dan berbeda ke dalam sebuah media tunggal. Misalnya, sejumlah media cetak yang melakukan berbagai perubahan dan peningkatan penyebaran informasi dengan menghadirkan konten versi *online* di situs internetnya. Hal ini dilakukan guna mempertahankan eksistensi dan mempertajam persaingan sebagai upaya survival di ranah yang serba digital saat ini. Sejarah konvergensi media di Indonesia dimulai sejak tahun 1995, dipelopori oleh Surat Kabar Harian *Republika* yang mendirikan *Republika Online* sebagai portal *online* beritanya.

Pada penelitian ini, peneliti melakukan penelitian terhadap salah satu media televisi lokal yang ada di Bandung yaitu *Inspira TV*. *Inspira TV* Bandung merupakan sebuah jaringan televisi digital Bandung, Jawa Barat, yang memberikan informasi seputar dalam negeri hingga cakupan informasi skala internasional. *Inspira TV* Bandung memperoleh izin mengudara secara lokal di Bandung pada tanggal 1 September 2013. Didirikan oleh Muhammad Trieha Nur Efendi, konvergensi media yang dilakukan *Inspira TV* Bandung terbilang cukup banyak menyajikan informasi kepada khalayak dalam pemenuhan kebutuhan informasi di setiap harinya.

Seiring perkembangan internet dan bermunculannya media berbasis internet yang menarik perhatian masyarakat, *Inspira TV* mengaktivasi konten melalui saluran *multiplatform* untuk menghadirkan alternatif tontonan secara

cepat dan masif. Pada tahun 2019, *Inspira TV* membuat media sosial Instagram dan YouTube dengan nama akun *inspiratv*, lalu media sosial Facebook dan Twitter dengan nama akun *beritainspira*. Lalu pada tahun 2020 *Inspira* membuat portal berita *online* yaitu *beritainspira.com* yang saat ini telah diubah nama websitenya menjadi *inspiraTV.com* dan membuat akun TikTok dengan nama akun *beritainspira_*.

Inspira TV Bandung mampu menjawab tantangan era globalisasi dengan mengikuti perkembangan media. Saat ini *Inspira TV* Bandung memperluas jangkauan siarannya ke seluruh wilayah Bandung, Jakarta, Yogyakarta, Banjarmasin dan Medan. *Inspira TV* Bandung juga mengembangkan media *Inspira TV* Yogyakarta, *Inspira TV* Jakarta, *Inspira TV* Banjarmasin dan *Inspira TV* Medan.

Inspira TV Bandung memiliki program yang masih tayang sampai saat ini yakni D'Outlet, Flash Back, Fun Edu, Qur'an Explorer, News Minute dan Awas Ada Setan. Selain itu, *Inspira TV* juga menjadi *Production house* (PH) bagi program Pengajar Jelajah Nusa, Warisan Indonesia, Jelajah Masjid Nusantara, Rona Nusantara dan Ruang Tunggu Edelweiss Hospital.

Inspira TV Bandung juga menyelenggarakan beberapa kegiatan *Event Organizer* (EO), di antaranya *virtual event* Edelweiss Hospital, *virtual event* Kemenparekraf, *virtual event* BJB, Jam Sekolah Ultra Milk, Gelar Inovasi Daerah Kabupaten Bogor dan *virtual event* Rumah Zakat.

Mengkonvergensi media merupakan salah satu upaya *Inspira TV* Bandung mengembangkan bisnis media nya. Hal ini dimaksudkan untuk

memaksimalkan potensi yang ada dalam suatu industri media. Perusahaan pers harus bisa bertahan dengan mengintegrasikan *platform-platform* baru dan menyesuaikan teknologi yang ada.

Pada tahun 2019 *Inspira TV* Bandung sudah mempersiapkan media digital sebagai diversifikasi produknya. Pada tahun 2020 media digital yang dimiliki *Inspira TV* Bandung semakin digarap secara serius dengan harapan bisa mendatangkan profit. Dengan adanya *platform* digital tersebut diharapkan saling mendukung tanpa harus mematikan satu sama lain.

Dengan adanya media sosial dan portal berita *online* dapat menambah *tools* baru bagi *Inspira TV* Bandung untuk mempertahankan produknya agar dapat menjangkau khalayak lebih luas. Media sosial dan media *online* ini juga sukses memberikan eksistensi bagi *Inspira TV* Bandung. Jumlah penonton dan peminatnya pun relatif meningkat dari tahun ke tahun. *Inspira Media* mengantisipasi perkembangan industri media yang saat ini mengalami perkembangan pesat. *Inspira TV* memilih untuk melakukan konvergensi media untuk memperkuat media televisi yang telah lama ada.

Nama *Inspira TV* Bandung mulai mendapat banyak perhatian dari masyarakat setelah menyelenggarakan acara yang bekerja sama dengan KPID Jawa Barat dalam peluncuran hitung mundur migrasi televisi analog ke televisi digital pada tahun 2021. Pada acara tersebut, KPID dan *Inspira TV* Bandung melakukan penyeleksian untuk pemilihan pasanggiri calon duta penyiaran Jawa Barat 2021 yang diikuti oleh berbagai penyiar dari media-media lokal maupun nasional Indonesia.

Inspira TV Bandung telah mendapatkan penghargaan KPID Jabar Award pada Tahun 2017 dan Tahun 2019 untuk kategori Seni Budaya Lokal, Berita Feature Terbaik dan Kategori Berita Terbaik. Serta pada tahun 2021 *Inspira* mendapatkan penghargaan sebagai Lembaga Penyiaran Ngabret Digital, Penghargaan dari RZ Sebagai Media Partner Kebaikan 2021.

Inspira TV Bandung meluncurkan portal berita *online* yang dikenal dengan *beritainspira.com*, seiring perjalanannya, *Inspira TV* Bandung melakukan konvergensi media dengan merambah jejaring media sosial lain yaitu pada YouTube, TikTok, Facebook, Twitter dan Instagram, untuk menyebarkan informasi dengan pengemasan dan penyajian berita yang berbeda. Melalui berbagai media sosial yang dimiliki, *Inspira TV* Bandung sudah menerapkan sistem komunikasi dua arah lewat kolom komentar yang tersedia dari beragam media sosial tersebut.

Penelitian ini terfokus pada media *Inspira TV* Bandung yang menjalankan praktik konvergensi dalam pendistribusian konten berita sebagai strategi manajemen mediana. Platform media sosial dan portal berita *online Inspira TV* Bandung yang aktif digunakan untuk distribusi beberapa konten informasi berita yang sebelumnya telah tayang melalui siaran terrestrial.

Alasan peneliti mengambil penelitian tentang strategi konvergensi media *Inspira TV* Bandung ini didasari atas rasa ketertarikan untuk mengetahui bagaimana cara juga alasan *Inspira TV* Bandung mengkonvergensi media dari jaringan televisi digital ke portal *online* lalu ke berbagai jenis jejaring media sosial. Peneliti juga ingin mengetahui bagaimana perumusan strategi *Inspira TV*

Bandung dalam menghadapi konvergensi media dan seperti apa hasil evaluasi dari implementasi strategi yang digunakan *Inspira TV* Bandung untuk dapat mempertahankan eksistensinya di era persaingan bisnis digital ini.

Penelitian ini nantinya bisa dijadikan sebagai bahan bacaan dan bahan pembelajaran oleh pembaca, pegiat media atau bahkan para jurnalis untuk mengetahui strategi yang dilakukan *Inspira TV* Bandung untuk mengembangkan penyebaran informasi melalui berbagai jenis media.

B. Fokus Penelitian dan Pertanyaan Penelitian

Penelitian ini berjudul "Strategi Konvergensi Media *Inspira TV* Bandung" terfokus untuk mencari tahu bagaimana strategi konvergensi media televisi *Inspira TV* Bandung. Oleh karena itu, untuk membentuk suatu penelitian yang terarah maka dirincikan dalam bentuk pertanyaan penelitian sebagai berikut:

1. Bagaimana perumusan strategi *Inspira TV* Bandung dalam menghadapi konvergensi media?
2. Bagaimana implementasi strategi *Inspira TV* Bandung dalam penerapan konvergensi media?
3. Bagaimana model konvergensi pada media *Inspira TV* Bandung?
4. Bagaimana evaluasi hasil dari implementasi strategi yang dilakukan *Inspira TV* Bandung?

C. Tujuan Penelitian

Berdasarkan fokus penelitian dan pertanyaan penelitian, didapatkan tujuan sebagai berikut:

1. Mengetahui bagaimana perumusan strategi *Inspira TV* Bandung dalam menghadapi konvergensi media.
2. Mengetahui bagaimana implementasi strategi *Inspira TV* Bandung dalam penerapan konvergensi media.
3. Mengetahui bagaimana model konvergensi pada media *Inspira TV* Bandung.
4. Mengetahui bagaimana evaluasi hasil dari implementasi strategi yang dilakukan *Inspira TV* Bandung.

D. Kegunaan Penelitian

Penelitian yang dilakukan tentu diharapkan dapat memiliki kegunaan secara akademis maupun praktis.

1. Secara Akademis

Penelitian ini diharapkan dapat menjadi tambahan referensi bahan pustaka dan memberikan kontribusi bagi pengembangan kajian tentang konvergensi media dan kajian ilmu komunikasi.

2. Secara Praktis

Penelitian ini dapat berguna sebagai bahan referensi dan masukan dalam melakukan penelitian yang sama terkait penerapan konvergensi media.

E. Kajian Penelitian yang Relevan

Penelitian ini tidak terlepas dari beberapa referensi dan sumber yang mendukung. Penelitian ini diambil dari referensi penelitian sebelumnya yang sudah rampung agar bisa ditelaah kembali hasil penelitian yang sudah dilakukan, namun peneliti mendapatkan temuan bahwa belum ada yang meneliti tentang

konvergensi di media *Inspira TV* Bandung Beberapa penelitian skripsi yang peneliti temukan sebagai berikut:

1. Skripsi Muthia Putri Rizkiya jurusan Ilmu Komunikasi Jurnalistik Universitas Islam Negeri Sunan Gunung Djati Bandung Tahun 2017 dengan judul “Konvergensi Media di Harian Umum Pikiran Rakyat (Studi Kasus Mengenai Penerapan Konsep Konvergensi Media di Harian Umum Pikiran Rakyat)”. Penelitian ini terfokus pada media cetak *Harian Umum* yang berkonvergen menjadi media *online* yang diubah sesuai pada kondisi, kebutuhan dan budaya masyarakat dan perusahaan di mana media itu berkembang. Hal tersebut menjadi pembeda sekaligus kelebihan dari penelitian ini karena mengangkat subjek media *Pikiran Rakyat* yang sudah berdiri sejak puluhan tahun lalu. Kelemahan pada penelitian ini terletak pada teori yang digunakan, yaitu memakai teori Perkembangan Teknologi, yang mana teori tersebut kurang relevan dengan objek penelitian yang diteliti. Kontribusi untuk penelitian ini adalah menambah referensi mengenai penerapan strategi konvergensi media di *Inspira TV* Bandung.
2. Skripsi Laksmi Rachmalia dan Yunita Rafika Dewi jurusan Ilmu Komunikasi Universitas Budi Luhur Jakarta Tahun 2018 dengan judul “Strategi dan Praktik Konvergensi Media Pada Segmen Makarena Dalam Program Sore Bara Harysa Sebagai Upaya Survival Radio Delta FM di Tengah Persaingan Industri Penyiaran”. Analisis konten program yang ada pada media Radio *Delta FM* ini menjadi variabel utama dalam

perumusan manajemen strategi dan praktik konvergensi di media tersebut. Subjek penelitiannya pun ditujukan kepada jenisnya yaitu media radio yang mana menjadi pembeda dari penelitian peneliti. Kelebihan pada penelitian ini, peneliti menjelaskan secara rinci tentang bagaimana media radio *Delta FM* yang mengudara secara lokal mampu bersaing di tengah persaingan industri penyiaran. Kontribusi untuk penelitian ini adalah menambah referensi mengenai penerapan strategi konvergensi media di *Inspira TV* Bandung.

3. Skripsi Dyas Sylvana jurusan Ilmu Komunikasi Jurnalistik Universitas Islam Negeri Sunan Gunung Djati Bandung Tahun 2015 dengan judul “Strategi Transformasi Konvergensi Media (Studi Kasus di Harian Umum Pikiran Rakyat)”. Peneliti menggunakan pendekatan kualitatif dengan metode studi kasus yang menjadi persamaan dengan penelitian peneliti. Kelebihannya terdapat pada pengumpulan data secara rinci dan mendalam tentang posisi *Harian Umum Pikiran Rakyat* di era persaingan bisnis saat itu dan mengenai proses manajemen strategik *Harian Umum Pikiran Rakyat* dalam menghadapi konvergensi media. Subjek media yang diteliti menjadi faktor pembeda dari penelitian peneliti. Kontribusi untuk penelitian ini adalah menambah referensi mengenai penerapan strategi konvergensi media di *Inspira TV* Bandung.
4. Skripsi Nurrahmah jurusan Ilmu Komunikasi Jurnalistik Universitas Islam Negeri Alauddin Makassar Tahun 2017 dengan judul “Konvergensi Dari Media Konvensional Ke Digital (Studi Pada Harian

Ujungpandang Ekspres)”. Kelebihan pada penelitian ini terdapat pada penjelasan peneliti tentang proses konvergensi dari media cetak ke digital Harian *Ujungpandang Ekspres*. Adapun perbedaan dengan penelitian yang ditulis oleh peneliti, penelitian Nurrahmah terfokus pada media cetak sebagai subjek penelitiannya dan menggunakan teori Difusi Informasi dengan pendekatan komunikasi massa. Kontribusi untuk penelitian ini adalah sebagai tambahan referensi mengenai penerapan strategi konvergensi media di *Inspira TV* Bandung.

5. Skripsi Ainun Azizah jurusan Ilmu Komunikasi Universitas Islam Negeri Syarif Hidayatullah Jakarta Tahun 2021 dengan judul “Strategi Konvergensi Media Cetak Pada Surat Kabar Radar Cirebon”. Peneliti menggunakan metode studi kasus dengan pendekatan kualitatif yang menjadi persamaan dengan yang peneliti lakukan. Kelebihan dari penelitian ini yaitu pendeskripsian mendalam tentang implementasi strategi dan faktor pengaruh Surat Kabar *Radar Cirebon* dalam bertransformasi menuju konvergensi media. Kekurangan dari penelitian ini yaitu konvergensi media yang dilakukan *Radar Cirebon* belum sepenuhnya maksimal. Kontribusi untuk penelitian ini adalah menambah referensi mengenai penerapan strategi konvergensi media di *Inspira TV* Bandung.

Hasil Penelitian Relevan

NO	NAMA DAN JUDUL PENELITIAN	TEORI DAN METODE PENELITIAN	HASIL PENELITIAN	PERSAMAAN	PERBEDAAN
1.	<p>Muthia Putri Rizkiya</p> <p>Ilmu Komunikasi Jurnalistik UIN Sunan Gunung Djati Bandung Skripsi (2017)</p> <p>Konvergensi Media Di Harian Umum Pikiran Rakyat (Studi Kasus Mengenai Penerapan Konsep Konvergensi Media di Harian Umum Pikiran Rakyat)</p>	<p>Teori Perkembangan Teknologi (Arnold Pacey: 2000)</p> <p>Metode Deskriptif Kualitatif</p>	<p>Penerapan konvergensi media di Harian Umum Pikiran Rakyat disesuaikan pada kebutuhan, penonton berita pada kondisi, dan budaya perusahaan dan masyarakat dimana media itu berkembang.</p>	<p>Penelitian ini menggunakan metode studi kualitatif dan meneliti konvergensi yang diterapkan di sebuah media. Metode penelitiannya pun menggunakan studi kasus mengenai penerapan konsep konvergensi di media yang sudah ditentukan.</p>	<p>Perbedaannya pada teori yang digunakan dan objek penelitian, karena ini meneliti tentang media tulis atau <i>online</i> Harian Umum Pikiran Rakyat.</p>
2.	<p>Laksmi Rachmalia Yunita Rafika Dewi</p> <p>Ilmu Komunikasi Universitas Budi Luhur Jakarta</p>	<p>Teori Konvergensi Media Henry Jenkins (2006)</p> <p>Metode Analisis Deskriptif</p>	<p>Penelitian ini menggunakan analisa deskriptif dengan menjelaskan rumusan strategi dan bentuk praktik konvergensi yang dilakukan Radio Delta FM pada</p>	<p>Menggunakan Teori Konvergensi Media oleh Henry Jenkins (2006) dan meneliti konvergensi yang ada di sebuah media</p>	<p>Menggunakan metode analisis deskriptif, penelitian ini terfokus pada segmen dalam program berita. selain itu, media yang</p>

	Skripsi (2018) Strategi Dan Praktik Konvergensi Media Pada Segmen Makarena Dalam Program Sore Bara Harysa Sebagai Upaya Survival Radio Delta Fm Di Tengah Persaingan Industri Penyiaran		segmen Makarena. Hasil penelitian ini menunjukkan proses konvergensi pada konten Makarena dengan melakukan empat tahapan oleh produser yang menjadi landasan terbentuknya media konvergen.	sebagai objek penelitiannya.	menjadi subjek penelitiannya pun dari media Radio Delta FM.
3.	Dyas Sylvana Ilmu Komunikasi Jurnalistik UIN Sunan Gunung Djati Bandung Skripsi (2015) Strategi Transformasi Konvergensi Media (Studi Kasus di Harian Umum Pikiran Rakyat)	Teori Konvergensi Media Henry Jenkins (2006) Metode Studi Kasus	Peneliti mendeskripsikan dengan <i>detail</i> dan mendalam tentang posisi Harian Umum Pikiran Rakyat di era persaingan bisnis saat itu dan membahas proses manajemen strategik Harian Umum Pikiran Rakyat dalam menghadapi konvergensi media.	Peneliti menggunakan Teori Konvergensi Media dari Henry Jenkins, pendekatan kualitatif dan metode studi kasus.	Perbedaan dalam penelitian ini adalah media yang dipakai sebagai subjek penelitian adalah media <i>online</i> Harian Umum Pikiran Rakyat.
4.	Nurrahmah Ilmu Komunikasi Jurnalistik UIN Alaudin Makassar	Teori Difusi Informasi Everett Rogers Metode Pendekatan	Hasil penelitian menunjukkan proses konvergensi dari media konvensional ke digital	Penelitian ini sama-sama menjadikan objek penelitiannya yaitu strategi konvergensi di	Penelitian ini terfokus pada media Konvensional Harian Ujungpandang Ekspres

	Skripsi (2017) Konvergensi Dari Media Konvensional Ke Digital (Studi Pada Harian Ujungpandang Ekspres)	Komunikasi Massa	Harian Ujungpandang Ekspres dilakukan dengan menjadikan koran dalam bentuk elektronik. E-paper sebagai jawaban atas perkembangan teknologi yang semakin maju serta mempertahankan eksistensi medianya.	sebuah media. Media yang diangkat juga sama-sama dari media konvensional yang mengintegrasikan diri ke media digital atau media baru.	sebagai subjek penelitiannya dan terdapat perbedaan dari teori yang dipakai. Perbedaannya juga pun terdapat dari metode penelitian yang digunakan
5.	Ainun Azizah Ilmu Komunikasi Universitas Islam Negeri Syarif Hidayatullah Jakarta Skripsi (2021) Strategi Konvergensi Media Cetak Pada Surat Kabar Radar Cirebon	Teori Konvergensi Media Henry Jenkins (2006) Metode Studi Kasus	Peneliti mendeskripsikan secara rinci dan mendalam tentang implementasi strategi Surat Kabar Radar Cirebon dalam bertransformasi menuju konvergensi media dan factor apa saja yang mempengaruhi konvergensi media Surat Kabar Radar Cirebon tersebut. Hasil penelitian menunjukkan strategi yang digunakan oleh Radar Cirebon dalam mengkonvergensi medianya adalah <i>grand strategy</i> 3M	Peneliti menggunakan teori Konvergensi Media Henry Jenkins (2006). paradigma konstruktivisme, dengan pendekatan kualitatif dan metode studi kasus dalam penelitiannya.	Penelitian ini terfokus pada media cetak Surat Kabar Radar Cirebon yang menjadi subjek penelitiannya. Strategi yang digunakan yaitu Grand Strategy 3M.

			<p><i>(Multimedia, Multichannel, dan Multiplatform).</i></p> <p>Konvergensi yang dilakukan oleh Radar Cirebon yaitu model konvergensi <i>News Gathering</i>.</p>		
--	--	--	--	--	--



F. Landasan Pemikiran

1. Landasan Teoritis

a. Teori Konvergensi Media

Dalam penelitian yang dilakukan oleh Rachmalia dan Rafika (2018), konvergensi media tidak hanya menyebabkan adanya pergeseran proses teknologi, namun juga berimplikasi terhadap paradigma industri, budaya dan sosial. Melalui berbagai *platform* yang ada, konvergensi media bisa terjadi dengan adanya interaksi antarindividu yang memunculkan pengalaman baru, temuan bentuk baru dalam media dan adanya konten yang menggabungkan massa secara sosial kepada konsumen dan juga produsen di perusahaan media.

Teori konvergensi media yang diteliti oleh Henry Jenkins (2006) dalam bukunya yang berjudul “*Convergence Culture: Where Old and New Media Collide*”, menjelaskan konvergensi media adalah aliran konten di beberapa *platform* media, adanya kerjasama antara industri media dan perubahan perilaku migrasi khalayak media.

Konvergensi media melibatkan perubahan di antara semua pemangku kepentingan di sektor media, yakni: industri, khalayak dan pasar. Tak hanya gaya konsumsi dan bentuk media yang perlu diubah, namun cara menyampaikannya pun harus ikut diubah. Konvergensi muncul akibat dari digitalisasi internet dan informasi. Konvergensi menyatukan 3C yaitu *Computing* (data di komputer), *Communication* (komunikasi), dan *Content* (materi isi). Hal ini menjadikan informasi yang disajikan media yang berkonvergensi lebih bervariasi dibandingkan dengan media konvensional.

Henry Jenkins juga mengatakan fenomena konvergensi muncul akibat adanya digital teknologi dan media baru. Konvergensi media menjadikan masyarakat mampu mendapatkan informasi di berbagai *platform* sekaligus. Selain itu, konvergensi media juga berarti kemampuan suatu media untuk menyajikan bermacam bentuk konten kepada khalayak, sehingga informasi mampu mengalir lebih cepat dan fleksibel.

2. Kerangka Konseptual

a. Pengertian Strategi

Berasal dari kata *strategos* yang merupakan gabungan kata dalam Bahasa Yunani '*Stratos*' yang berarti tentara dan '*Ego*' atau pemimpin, strategi berarti seni atau ilmu untuk menjadi seorang tentara/pemimpin. Strategi memiliki skema atau dasar untuk mencapai sasaran yang akan dituju. Strategi dapat diartikan sebagai tindak penyesuaian sesuatu untuk menimbulkan suatu reaksi terhadap lingkungan yang dianggap penting, dimana tindakan tersebut dilakukan secara sadar dan berdasar dari pertimbangan yang wajar dan matang.

Throat dalam Sylvana (2015) mengatakan bahwa inti dari strategi adalah upaya bertahan hidup di dunia yang semakin kompetitif, bagaimana menciptakan persepsi yang baik di benak sasaran, memiliki perbedaan khusus, mampu mengenali kekuatan dan kelemahan pesaing, menjadi spesial dan memahami realitas pasar dengan menjadi yang pertama.

Menurut Hitt Michael, dkk (1997), strategi merupakan sejumlah tindakan yang terintegrasi dan terkoordinasi yang diambil untuk mendayagunakan kompetensi inti serta memperoleh keunggulan bersaing. Dari pengertian diatas

dapat dipahami bahwa strategi merupakan suatu proses kegiatan yang dilakukan untuk mencapai tujuan yang diharapkan.

b. Konvergensi

Menurut KBBI, konvergensi merupakan keadaan menuju satu titik pertemuan, memusat. Konvergensi adalah gabungan dari berbagai media teknologi yang awalnya tidak terpikirkan dapat diintegrasikan sehingga menjadi teknologi terpadu yang dapat diakses oleh penggunanya dengan lebih mudah sesuai kebutuhan.

Nicholas Negroponte dalam Rachmalia (2015) yang mengakui konvergensi industri media dan teknologi digital pada akhirnya akan mengarah pada satu bentuk sebagai komunikasi multimedia. Multimedia atau media campuran ini diartikan sebagai media yang dapat mengintegrasikan atau menyatukan dua bentuk komunikasi atau lebih.

Konvergensi media merupakan salah satu pengembangan dari media massa di era kemajuan teknologi dan informasi. Hal ini berkaitan dengan pengertian menurut Burnett dan Marshall dalam Farida (2014) yang mengatakan konvergensi media merupakan penggabungan berbagai bentuk media, digitalisasi industri telekomunikasi dan segala bentuk media komunikasi ke dalam bentuk digital.

Fiddler (2003:39) menyatakan kehadiran konvergensi media saat ini sebagai salah satu bentuk mediamorfosis atau suatu fenomena transformasi media komunikasi yang ditimbulkan akibat adanya hubungan timbal balik yang rumit

dari berbagai kebutuhan yang dirasakan, tekanan persaingan dan politik, serta kemunculan inovasi sosial dan teknologi.

c. Media Televisi

Media atau dalam bahasa latin nya adalah medium diartikan sebagai perantara atau pengantar. Sedangkan menurut istilah media adalah segala sesuatu yang dapat dijadikan sebagai perantara atau alat untuk melakukan sesuatu demi mencapai tujuan tertentu. Sedangkan televisi merupakan media komunikasi yang menyediakan berbagai informasi dalam bentuk audiovisual gerak.

Televisi yang bersifat audiovisual menjadikan dirinya sebagai media yang dianggap paling penting dan terpercaya dalam menyebarkan nilai-nilai edukatif, konsumtif dan persuasif. Selain itu, televisi bersifat informatif, menghibur, mempengaruhi dan mendidik. Informasi yang disampaikan di media televisi, dapat dengan mudah dimengerti karena jelas terdengar melalui audio dan dapat terlihat lewat visual gambar, animasi dan lainnya.

Menurut Morissan (2005:2) televisi dikatakan saat ini sebagai bagian dari peradaban kehidupan manusia. Televisi ditemukan disejajarkan dengan ditemukannya roda pada transportasi manusia, yang berarti penemuan televisi mampu mengubah peradaban kehidupan manusia di dunia. Karena kemampuan televisi yang mampu menembus batas-batas yang sulit ditembus oleh media massa konvensional lainnya, jangkauan televisi mampu mencapai daerah-daerah yang terbelang jauh secara geografis.

Seiring perkembangan teknologi, media televisi memunculkan banyak inovasi baru. Salah satunya adalah penyiaran televisi yang biasanya melakukan

sistem analog, kini beralih menjadi sistem digital. Selain itu, inovasi paling canggih dan dianggap penting yang ada pada televisi ialah kemampuan menampilkan komentar atau pengamatan langsung saat suatu kejadian sedang berlangsung. Beberapa tipe televisi masa kini bahkan dapat dihubungkan dengan jaringan internet dan berbagai gawai lainnya untuk memudahkan pemirsa mengakses berbagai tontonan.

G. Langkah-langkah Penelitian

1. Lokasi Penelitian

Penelitian ini berlokasi di Kantor *Inspira TV* Bandung di Jl. Parakan Saat I No.40 RT 001/01, Cipamokolan, Kecamatan Rancasari, Kota Bandung, Jawa Barat dengan kode Pos 40292.

2. Paradigma dan Pendekatan

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif terhadap objek yang akan diteliti yaitu *Inspira TV* Bandung. Tujuan dari penelitian kualitatif adalah untuk memahami kondisi suatu konteks atau peristiwa dengan menuntun pembaca memahami alur peristiwa dengan pendeskripsian secara rinci dan mendalam mengenai potret kondisi dalam suatu konteks yang alami (*natural setting*), tentang apa yang sebenarnya terjadi menurut apa yang ada di lapangan studi.

Menurut Harmon dalam Farida (2014), paradigma adalah suatu cara dasar untuk memunculkan persepsi, proses berpikir, proses menilai dan melakukan yang berkaitan dengan sesuatu secara khusus tentang realitas yang terjadi.

Peneliti memakai paradigma konstruktivisme yakni paradigma yang mengkaji ilmu sosial menjadi makna sosial. Hal ini berasal dari pengamatan

secara langsung pada pelaku sosial yang bersangkutan, sehingga para pelaku tersebut dapat menciptakan serta mengelola dunia sosial mereka. Dapat disimpulkan bahwa pengamatan dan pemahaman merupakan hal yang dapat ditemukan secara langsung di lapangan. Dengan tujuan untuk memperoleh pemahaman sebagai alat bantu penelitian yang dilakukan. Paradigma konstruktivisme bertujuan agar penelitian dapat menghasilkan rekonstruksi realitas sosial secara dialektis antara peneliti dengan yang diteliti.

3. Metode Penelitian

Metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah studi deskriptif. Studi deskriptif ini merupakan salah satu jenis pendekatan kualitatif yang merupakan strategi penelitian di mana peneliti menyelidiki secara cermat suatu program, peristiwa, aktivitas, proses atau sekelompok individu dengan pendeskripsian secara menyeluruh, luas dan mendalam.

Alasan peneliti menggunakan metode studi deskriptif karena dirasa menjadi langkah yang tepat untuk dapat menjawab pertanyaan-pertanyaan penelitian yang memerlukan pengekplorasiian secara mendalam kepada objek yang akan diteliti. Kesimpulan-kesimpulan dari pertanyaan penelitian ini berbentuk deskripsi jelas dan sistematis berdasarkan hasil dari data yang diperoleh dari wawancara, observasi, dan metode dokumenter.

4. Jenis Data dan Sumber Data

a. Jenis data

Jenis data yang dipakai dalam penelitian ini mengenai bagaimana rumusan strategi, implementasi strategi, model konvergensi dan evaluasi hasil

strategi yang diterapkan oleh *Inspira TV* Bandung sebagai media yang melakukan praktik konvergensi pada kegiatan kejournalistikannya.

b. Sumber Data

Dalam penelitian kualitatif, sumber data utama menurut Moleong (2004) bukunya yang berjudul *Metodologi Penelitian Kualitatif* dalam Farida (2014) adalah kata-kata dan tindakan, selebihnya berupa data tambahan seperti dokumen dan lain-lain. Pada penelitian ini sumber data terbagi menjadi dua, yakni:

1) Sumber Data Primer

Data primer merupakan data yang dihimpun dan diolah secara langsung dari sumber atau lembaga yang bersangkutan. Data primer juga dapat diperoleh secara langsung, baik melalui observasi, riset, dan wawancara kepada informan/narasumber mengenai penerapan strategi konvergensi media di *Inspira TV* Bandung yang telah ditentukan oleh peneliti.

Peneliti menggunakan teknik *interview guide* untuk mendapat data yang sesuai. Teknik ini dikemukakan oleh Patton (dalam Sylvana, 2015) yaitu dengan membuat panduan atau pedoman pertanyaan wawancara untuk menggali kenyataan guna mendapatkan pemahaman dan penjelasan yang mendalam.

2) Sumber Data Sekunder

Sumber data sekunder merupakan data yang diperoleh secara tidak langsung atau melalui media/perantara yang didapatkan dari pihak lain seperti buku, majalah, jurnal, dan dokumentasi yang berkaitan dengan penelitian.

5. Informan dan Unit Analisis

a. Informan

Peneliti berupaya mendapatkan sumber data lain dengan melakukan wawancara mendalam terhadap tiga informan. Yaitu kepada CEO *Inspira TV* Bandung, Kepala Divisi *Production* dan Reporter. Informasi yang akan digali dari narasumber, berkaitan dengan strategi konvergensi media *Inspira TV* dalam penyebaran informasi sesuai dengan pertanyaan penelitian yang telah dipaparkan.

b. Teknik Penentuan Informan

Dalam menentukan informan penelitian, peneliti menggunakan metode *Purposive Sampling* atau pengambilan sampel data dengan pertimbangan tertentu, terhadap orang-orang yang paling tahu atau pernah terlibat/terkait tentang apa yang dibahas di topik penelitian.

Penentuan informan ini akan menggunakan pertimbangan *key person*, dimana *key person* ini adalah orang yang paham dan tentunya memahami objek secara kompeten agar data yang ingin didapatkan dapat terpenuhi oleh peneliti dengan berbagai pertimbangan kelayakan. Peneliti akan melakukan wawancara mendalam terhadap empat informan. Empat informan tersebut, sebagai berikut:

1) CEO *Inspira TV* Bandung

Peneliti memilih *Chief Executive Officer* (CEO) sebagai informan pertama karena CEO memiliki tanggungjawab dalam pengambilan keputusan tertinggi di suatu perusahaan atau media. Selain itu CEO bertanggung jawab mengembangkan, menilai strategi bisnis perusahaan dan menentukan profitabilitas yang sesuai dengan visi, misi dan tujuan perusahaan.

2) Kepala Divisi *Production Inspira TV* Bandung

Peneliti memilih Kepala Divisi *Production* yang juga menjadi Pemimpin Redaksi di *Inspira TV* Bandung sebagai informan selanjutnya karena Pemred bertanggung jawab terhadap mekanisme manajerial dan aktivitas kerja keredaksian sehari-hari, mulai dari *news planning*, *news organizing* dan *news publishing*.

3) Reporter News *Inspira TV* Bandung

Peneliti memilih Reporter sebagai informan berikutnya karena ia bertanggungjawab terhadap seluruh alur proses pengolahan informasi sampai pendistribusian berbagai konten berita di media *Inspira TV*. Ia juga menulis, menganalisis dan melaporkan berita ke redaksi.

c. Unit Analisis

Peneliti akan melakukan wawancara dengan CEO *Inspira TV*, Kepala Divisi *Production*, dan Reporter *Inspira TV* Bandung. Wawancara ini dilakukan untuk mendapatkan data mendalam antara peneliti sebagai pewawancara dengan narasumber terkait.

6. Teknik Pengumpulan Data

a. Observasi

Peneliti akan melakukan pengamatan dan pencatatan secara sistematis tentang fenomena-fenomena yang diselidiki. Dengan teknik observasi ini diharapkan dapat memunculkan beragam informasi untuk dipertimbangkan hubungan antar aspeknya, untuk memperoleh jawaban dan kesimpulan yang tepat.

b. Wawancara

Peneliti akan melakukan wawancara untuk mendapatkan informasi yang diinginkan. Kepada jajaran redaksional seperti pemimpin redaksi *Inspira TV* Bandung dan sejumlah pihak yang terlibat dalam kegiatan manajerial untuk dapat menjelaskan mengenai pertanyaan-pertanyaan yang diajukan. Teknik wawancara ini akan mempersiapkan beberapa pertanyaan yang mendalam yang sudah disiapkan sebelumnya oleh peneliti.

c. Metode Dokumenter

Dokumentasi sebagai teknik pengumpulan data yang melakukan pengkajian terhadap dokumen-dokumen yang relevan dengan penelitian. Dokumen yang dikaji bisa berupa surat, laporan, catatan harian, cenderamata dan sebagainya. Kumpulan data ini termasuk otobiografi, data *online*, foto, *tape*, mikrofilm, *disc*, *harddisk* dan sebagainya.

Teknik pengumpulan data tersebut dirasa tepat karena peneliti dapat melihat, mendengar, memahami dan menyimpulkan secara langsung ketika proses memperoleh keterangan secara tatap muka dengan informan. Data yang diperoleh pun lebih akurat dan dapat dipertanggungjawabkan.

7. Teknik Penentuan Keabsahan Data

Setelah mendapatkan berbagai data yang dirasa cukup, penentuan keabsahan data penting untuk dilakukan karena hasil yang didapat belum tentu terverifikasi. Oleh karena itu, peneliti menggunakan sebuah teknik untuk menguji keabsahan data yang didapat, yaitu dengan cara triangulasi.

Menurut Sylvana (2015:21-22) dalam penelitian kualitatif, triangulasi dilakukan untuk memperoleh data melalui berbagai macam cara. Ide dasar dalam triangulasi ini mengandalkan pemahaman dan ketelitian dengan baik yang dapat dilihat dari berbagai sudut pandang.

8. Teknik Analisis Data

Analisis data kualitatif dimulai ketika peneliti menganalisa berbagai data yang berhasil dikumpulkan, baik diperoleh dalam wawancara ataupun observasi, materi audio visual dan dokumen-dokumen lainnya.

Peneliti menggunakan analisis data dari model Miles dan Heuberman, ialah reduksi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan. Terlebih dahulu peneliti merangkum, memilah dan memilih data yang dianggap penting dan akurat. Kemudian data tersebut disajikan dalam bentuk uraian-uraian singkat dan teks yang bersifat naratif. Langkah terakhir adalah penarikan kesimpulan yang telah dirumuskan di awal.

a. Reduksi Data

Proses ini menjadi proses penyederhanaan data melalui seleksi, pemfokusan dan keabsahan data mentah menjadi informasi yang bermakna, sehingga memuat data utuh untuk penarikan kesimpulan.

b. Penyajian Data

Dalam penelitian ini penyajian data dilakukan secara sistematis dalam bentuk naratif. Pada bagian ini data diinterpretasi atau ditafsirkan secara memadai agar data yang terkumpul dari berbagai sumber dapat memberikan makna dan dapat dipahami secara mudah.

c. Penarikan kesimpulan

Tahap akhir dari model ini adalah penarikan kesimpulan yang memuat penganalisaan data yang disusun lalu dibandingkan antara satu dengan yang lainnya untuk dapat menarik sebuah kesimpulan dari permasalahan yang ada sebagai sebuah jawaban yang diharapkan dan sesuai dengan realitasnya.

