KONVERGENSI PADA MEDIA MASSA
(Studi Deskriptif Kualitatif Mengenai Konvergensi Media di Republika)

Annissa Derviana[1],Rana Akbari Fitriawan[2]
[12]Program Studi S1 Ilmu Komunikasi, Fakultas Komunikasi dan Bisnis, Universitas Telkom

annissaderviana@gmail.com,ranaakbar@telkomuniversity.ac.id

Abstrak

Konvergensi kini menjadi salah satu cara bagi media lama untuk menjaga eksistensi di tengah gencarnya perkembangan internet. Berdirinya Republika *Online* pada 17 Agustus 1995 menandai dimulainya konvergensi yang menyebabkan terjadinya perubahan dalam berbagai aspek di Republika. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pelaksanaan konvergensi yang dilakukan media Republika berdasarkan lima dimensi Rich Gordon (2003), yaitu konvergensi kepemilikan, konvergensi taktik, konvergensi struktur, konvergensi peliputan informasi, dan konvergensi penyajian atau pengisahan cerita. Penelitian ini menggunakan metode penelitian kualitatif, dengan paradigma konstruktivis, denganjenis penelitian deskriptif-kualitatif. Berdasarkan hasil penelitian, Republika melakukan konvergensi karena terjadinya transformasi teknologi yang mendorong media untuk masuk ke ranah digital. Ledakan transformasi digital membuat terjadinya perubahan konsumsi informasi di masyarakat, sebagai media yang ingin terus menjaga eksistensinya Republika membaca perubahan tersebut, di mana masyarakat saat ini menginginkan informasi yang serba cepat. Tuntutan industrimembuat Republika tidak hanya menjadikan tulisan sebagai konten unggulan, Republika juga harus mendistribusikan informasi ke dalam berbagai format. Kesimpulan penelitian ini adalah Republika telah mengaplikasikan seluruh dimensi konvergensi walaupun terdapat beberapa kendala yang dialami selama proses konvergensi ini. Evaluasi perlu dilakukan dalam beberapa hal seperti meninjau kembali keefektifan sistem *newsroom*, melakukan penambahan sumber daya yang kompeten untuk meningkatkan kuantitas dan kualitas informasi yang disajikan dalam berbagai format.

Kata Kunci: konvergensi media, media baru, Republika

PENDAHULUAN

Peningkatan jumlah pengguna internet yang signifikan di Indonesia memberikan pengaruh besar terhadap eksistensi media pada saat ini. Untuk dapat terus eksis dalam perindustrian, media harus mengikuti perkembangan zaman dan teknologi. Dalam 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).

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 (tirto.id).

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. Dalam 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.

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). 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.

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. 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 uraian di atas, peneliti tertarik mengangkat fenomena konvergensi di Republika berdasarkan lima dimensi konvergensi Rich Gordon untuk dilakukan penelitian dengan judul "Konvergensi pada Media Massa (Studi Deskriptif Kualitatif Mengenai Konvergensi Media di Republika).

TINJAUAN PUSTAKA

Media massa merupakan alat atau media penyampai pesan dari proses komunikasi massa (Vera, 2016:7). Menurut Kurniawan Junaedhie dalam (Vera, 2016:7) media massa merupakan saluran yang digunakan oleh jurnalistik atau komunikasi massa. Bentuk-bentuk media massa terbagi dua, yaitu media lama dan media baru. Media lama adalah bentuk media massa, terutama pers yang mengandalkan mesin cetak dalam proses pembuatannya (Vera, 2016:55). Bentuk media lama menurut Vera (2016:57-88) adalah surat kabar, majalah, radio, televisi dan film. Media baru (*new media*) merupakan alat atau sarana dalam menyampaikan pesan pada khalayak luas dengan menggunakan teknologi digital atau disebut juga sebagai jaringan teknologi komunikasi dan informasi. Yang termasuk kategori media baru adalah internet, website, komputer multimedia (Vera, 2016:89).

Konvergensi menurut Pryor dalam (Quinn & Filak, 2005:4) adalah apa yang terjadi di ruang redaksi ketika anggota staf editorial bekerja sama menghasilkan banyak produk jurnalistik untuk berbagai platform guna menjangkau khalayak massal dengan konten interaktif. Sementara 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. Teori konvergensi dalam industri media tampaknya tidak diselesaikan. Griffiths & Light (2008) dalam Friedrichsen & Kamalipour (2017:78) mendefinisikan konvergensi media sebagai kombinasi dari beberapa produk yang berbeda menjadi satu. Teori konvergensi media juga diteorikan dan dipraktekkan oleh Kolodzy yang menyediakan model untuk menggambarkan konvergensi media. Kolodzy dalam Friedrichsen & Kamalipour (2017:78) menggambarkannya sebagai proses yang berkelanjutan di mana konten, teknologi, audiens dan industri berpotongan seperti vienn (2006:5) Jenkins mengidentifikasi lingkaran untuk mewakili berbagai bidang seperti audiens, industri, konten dan teknologi dan konvergensi media menjadi titik di mana

mereka berpotongan (Jenkins, 2001). Menurut Jenkins dalam Friedrichsen & Kamalipour (2017:78) konvergensi media sebagai proses yang berkelanjutan di mana konten, teknologi, pemirsa, dan industri bersinggungan.

Dalam setiap perusahaan terdapat struktur organisasi, proses alur kerja, dan taktik yang mencerminkan cara perusahaan beroperasi. Di bagian bawah perusahaan terdapat karyawan individu yang membuat konten-di antara mereka yaitu para jurnalis. Pada 2002, kata konvergensi dapat diterapkan untuk semua ini, yaitu: perusahaan, pekerjaan mereka, dan cara karyawan melakukan pekerjaan mereka. Dengan menggunakan kerangka ini, Gordon (2003:63) mengidentifikasi setidaknya lima bentuk "konvergensi" di organisasi media dan mendiskusikan implikasinya terhadap berbagai lapisan perusahaan media.

Dimensi pertama yaitu konvergensi kepemilikan, menurut Gordon dalam Quinn & Filak (2005:4) konvergensi kepemilikan berkaitan dengan pengaturan dalam satu perusahaan media besar yang mendorong promosi silang dan pembagian konten di antara platform cetak, *online*, dan televisi yang dimiliki oleh perusahaan yang sama. Dimensi kedua yaitu konvergensi taktik yang mengacu pada cara kerjasama dengan melakukan promosi silang serta pertukaran informasi yang diperoleh dari media-media yang bekerja sama (Gordon, 2003:65).

Dimensi ketiga yaitu konvergensi struktur yang berfokus pada pembagian kerja dan restrukturisasi organisasi di tiap media yang sudah menjadi bagian dari konvergensi. Penataan ulang struktur organisasi dan pembagian kerja dilakukan untuk penyesuaian dengan kebutuhan konvergensi (Gordon, 2003:68). Dimensi keempat yaitu konvergensi peliputan informasi yang terjadi di tingkat pelaporan dan merupakan istilah Gordon (2003:69) untuk situasi di mana perusahaan media mengharuskan wartawan memiliki banyak keahlian. Dimensi kelima adalah konvergensi penyajian atau pengisahan cerita yang menekankan pada pekerjaan wartawan untuk menyajikan berita atau informasi di berbagai platform. Gordon (2003:70) mengatakan bahwa dengan hadirnya medium yang baru maka terjadilah perubahan dalam menyajikan informasi tersebut.

METODE

Pada penelitian ini, peneliti menggunakan paradigma konstruktivisme. Paradigma konstruktivisme menurut (Syaodih, 2007:94) dalam (Djamal, 2015:36) adalah paradigma yang berasumsi bahwa kenyataan itu berdimensi jamak, interaktif, dan merupakan pertukaran sosial yang ditafsirkan oleh individu. Penulis menggunakan paradigma konstruktivisme karena penulis ingin mendapatkan kenyataan konvergensi yang dilakukan media massa, yaitu Republika berdasarkan lima dimensi konvergensi dari Rich Gordon ini melalui konstruksi sosial yang diciptakan oleh subjek penelitian. di mana nantinya konvergensi yang dilakukan Republika dapat membantu menjadi pedoman bagi media-media Indonesia untuk melakukan konvergensi.

Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan metode penelitian kualitatif. Menurut Bogdan dan Taylor (Moleong, 2002:3) dalam (Djamal, 2015:9) penelitian kualitatif sebagai penelitian yang menghasilkan data deskriptif berupa kata-kata tertulis atau lisan dari orang atau perilaku yang dapat diamati. Penelitian ini difokuskan untuk mendeskripsikan fenomena konvergensi yang dilakukan oleh Republika sebagai pelopor media daring pertama di Indonesia. Penelitian ini dapat memberikan pengamatan yang jelas mengenai konvergensi apa saja yang dilakukan Republika, yang dahulunya masih berformat cetak hingga saat ini telah berformat daring.

Objek penelitian dari penelitian ini adalah pelaksanaan konvergensi berdasarkan lima dimensi konvergensi dari Rich Gordon yang diterapkan di platform cetak dan *online* Republika. Lima dimensi konvergensi tersebut adalah konvergensi kepemilikan, konvergensi taktik, konvergensi struktur, konvergensi peliputan informasi, dan konvergensi penyajian atau pengisahan cerita.

Unit analisis yang akan diteliti dalam penelitian ini adalah konvergensi media yang dilakukan Republika berdasarkan lima dimensi konvergensi Rich Gordon. Lima dimensi konvergensi tersebut adalah konvergensi kepemilikan, konvergensi taktik, konvergensi struktur, konvergensi peliputan informasi, dan konvergensi penyajian atau pengisahan cerita.Adapun unit analisis dalam penelitian ini meliputi pemilik media Republika, pertukaran informasi, promosi silang, restrukturisasi organisasi, kerja *multitasking* dan penyajian informasi secara multimedia.

Pengumpulan data dalam penelitian adalah dengan pengamatan, wawancara dan dokumen.Menurut Paton (Emzir, 2012:65) dalam (Djamal, 2015:65) pengamatan pada dasarnya merupakan kegiatan untuk mendapatkan informasi melalui indera penglihatan. Dalam penelitian ini penulis menggunakan pengamatan nonpartisipan, di mana pada pengamatan nonpartisipan penulis hanya melakukan satu fungsi yaitu mengadakan pengamatan (Djamal, 2015:70). Pengamatan dilakukan langsung di kantor Republika yang berlokasi di Jalan Warung Buncit No 37, Kalibata, Pancoran, Jakarta Selatan.

Wawancara merupakan salah satu teknik mendapatkan data dengan cara mengadakan percakapan secara langsung antara pewawancara yang mengajukan pertanyaan dengan pihak yang diwawancarai yang menjawab pertanyaan itu (Djamal, 2015:75). Teknik wawancara yang digunakan penulis dalam penelitian ini adalah pendekatan menggunakan petunjuk umum wawancara. Menurut Moleong (1995:136) jenis wawancara ini mengharuskan pewawancara membuat kerangka dan garis besar pokok-pokok yang ditanyakan dalam proses wawancara. Penulis melakukan wawancara dengan redaksi dari media Republika yang mewakili kedua platformRepublika yaitu koran dan *online*, sesuai dengan kriteria yang telah ditentukan oleh penulis. Informan tersebut terdiri dari enam orang yaitu Wakil Redaktur Pelaksana Koran Republika, Redaktur Pelaksana Republika *Online*, Redaktur Pelaksana *Newsroom*, Kepala Support dan GA, salah seorang Redaktur Republika *Online* dan Reporter Republika.

Menurut Guba dan Lincoln (Moleong, 2002:137-138) dalam (Djamal, 2015:86) dokumen ialah setiap bahan tertulis atau film yang tidak dipersiapkan karena ada permintaan seorang peneliti. Dalam penelitian ini, penulis mengumpulkan dokumen yang berupa buku, jurnal, artikel maupun data-data yang diperoleh melalui internet yang relevan dan dianggap oleh penulis sesuai dengan masalah penelitian terkait dengan konvergensi di Republika.

Menurut Sugiyono (2010:88) dalam (Djamal, 2015:138) analisis data dalam penelitian kualitatif adalah proses mencari dan menyusun secara sistematis data yang diperoleh melalui wawancara mendalam, catatan lapangan, dan bahan-bahan lain, sehingga mudah dipahami, dan hasil temuannya dapat disampaikan kepada orang lain. Dalam penelitian ini, penulis menggunakan teknik analisis data di lapangan Model Miles dan Huberman. Miles dan Huberman (1984) dalam (Sugiyono, 2013:246) mengemukakan bahwa aktivitas dalam analisis data kualitatif dilakukan secara interaktif dan berlangsung secara terus menerus sampai tuntas, sehingga datanya sudah jenuh. Aktivitas dalam analisis data pada penelitian ini adalah dengan melakukan data *reduction*, data *display*, dan *conclusion drawing/verification.*

Penelitian ini menggunakan teknik triangulasi. Menurut Djamal (2015:130) triangulasi merupakan teknik pemeriksaan keabsahan data dengan cara memanfaatkan sesuatu yang lain di luar data tersebut untuk melakukan pengecekan atau digunakan sebagai pembanding terhadap data tersebut. Triangulasi yang digunakan penulis adalah triangulasi sumber. Di mana penulis melakukan wawancara dengan topik yang sama kepada beberapa narasumber. Triangulasi sumber merupakan upaya untuk mengecek atau membandingkan data yang telah diperoleh melalui beberapa sumber (Sugiyono, 2013:274). Apabila data yang diperoleh sama atau data telah jenuh, artinya data tersebut sudah kredibel. Namun, apabila data yang diperoleh berbeda, maka peneliti perlu meminta kesepakatan dengan sumber-sumber yang diwawancara agar dapat menghasilkan data yang sama (Djamal, 2015:131)

HASIL DAN PEMBAHASAN

Kolodzy dalam Friedrichsen & Kamalipour (2017:78) menggambarkan konvergensi media sebagai proses yang berkelanjutan di mana konten, teknologi, audiens dan industri berpotongan seperti *vienn*(2006:5). Jenkins dalam Friedrichsen & Kamalipour (2017:78) mengidentifikasi lingkaran untuk mewakili berbagai bidang seperti audiens, industri, konten dan teknologi dan konvergensi media menjadi titik di mana mereka berpotongan. Menurut Jenkins dalam Friedrichsen & Kamalipour (2017:78) konvergensi media sebagai proses yang berkelanjutan di mana konten, teknologi, pemirsa, dan industri bersinggungan.

Dari hasil penelitian penulis konvergensi media yang terjadi di Republika berkaitan erat antara konten, teknologi, pembaca atau pemirsa dan industri. Di mana Republika melakukan konvergensi karena terjadinya transformasi teknologi yang mendorong media untuk masuk ke ranah digital. Ledakan transformasi digital ini membuat terjadinya perubahan konsumsi informasi di masyarakat, karena masyarakat saat ini menginginkan informasi yang serba cepat. Republika membaca kebutuhan masyarakat tersebut dan melakukan konvergensi media dengan membenahi Republika *Online* yang pada saat itu belum digarap secara serius. Tuntutan industri pun membuat Republika harus menyajikan kontennya tidak hanya dalam bentuk tulisannya namun juga dalam bentuk foto, video, dan infografik. Oleh karena itu penulis menyimpulkan bahwa media Republika menerapkan teori konvergensi media yang disampaikan oleh Jenkins dalam Friedrichsen & Kamalipour (2017:78).

1. Konvergensi Kepemilikan

Harian Republika yang pertama kali terbit pada tahun 1993 didirikan oleh ICMI (Ikatan Cendekiawan Muslim Indonesia). Pada saat itu untuk mendirikan sebuah media bukanlah perkara mudah, hanya ada segelintiran media yang dianggap resmi, dan hanya beberapa media yang memiliki SIUPP (Surat Izin Usaha Penerbitan Pers). Pada akhirnya ICMI maju untuk bisa mendapatkan SIUPP untuk Republika. Dalam sepak terjangnya, Harian Republika mengalami pergantian kepemilikan yang terjadi pada tahun 2000. Pergantian ini terjadi dikarenakan krisis 1998, krisis ini membuat semua jenis usaha, termasuk Republika menurun. Harian Republika dan Republika *Online* tergabung dalam grup PT Republika Media Mandiri (RMM) yang merupakan anak perusahaan dari Mahaka Media yang komisaris utamanya adalah Erick Tohir. PT Republika Media Mandiri (RMM) melanjutkan upaya transformasi diri dari entitas bisnis surat kabar cetak menjadi institusi media *multiplatform*. Transformasi ini memulai terjadinya

konvergensi kepemilikan di Republika. Platform di RMM ini terdiri dari koran Republika, Republika *Online*, *e-paper*, majalah digital, media sosial, dan aplikasi digital.

Konvergensi kepemilikan merupakan konvergensi dalam bentuk konglomerasi, di mana sebuah perusahaan media menjadi induk dari media cetak, media *online*, dan media penyiaran (Gordon, 2003:63). Dalam hal ini PT Republika Media Mandiri menjadi induk perusahaan bagi Republika, di mana Harian Republika dan Republika *Online* saling bersinergi melakukan promosi silang dan pembagian konten cetak dan *online,* sementara untuk media penyiaran yang dimiliki Republika adalah penyiaran dalam bentuk digital (video) yang masih tergabung dalam platform *online*-nya sendiri yaitu Republika *Online.*

2. Konvergensi Kepemilikan

Dari hasil penelitian penulis, pertukaran informasi antara Harian Republika dan Republika *Online* (ROL) baru dijalankan secara serius pada 2008. Pendirian ROL bertujuan untuk menyasarkan kepada pembaca Indonesia yang berada di luar negeri, karena saat itu internet di luar negeri sudah baik dibandingkan dengan perkembangan internet yang ada di Indonesia. Hal ini sesuai dengan ciri-ciri media baru pada (Vera, 2016:90) yaitu media baru memiliki kemampuan untuk mengatasi kurangnya waktu dan ruang, meskipun terbatas dengan ukuran layar, waktu unduh, kapasitas server dan lain-lain. Dahulu konten ROL hanya berupa pemindahan versi koran ke bentuk *online*, jadi pada saat itu tidak terjadi pertukaran informasi karena tidak ada perbedaan konten antara Harian Republika dan Repubila *Online*.

Setelah dilakukan pembenahan ROL, maka dibentuklah sistem *newsroom* di mana *newsroom* berfungsi sebagai pabrik berita. Pertukaran informasi yang dilakukan antara Harian Republika dan ROL kemudian dijalankan dengan pengadaan sistem *newsroom* ini. Sistem *newsroom* mempermudah produksi konten untuk kedua platform ini, redaktur koran dan redaktur *online* bertugas untuk mengumpulkan isu yang nantinya akan dimuat di masing-masing platform, pengumpulan isu antara koran dan *online* dilakukan secara terpisah melalui rapat perencanaan atau *budgeting*. Hasil dari masing-masing *budgeting* koran dan *online* kemudian diserahkan ke redaktur *newsroom*, kemudian redaktur *newsroom* akan memberikan *briefing* atas ordertersebut kepada reporter sehingga hasilnya sama dan wajib memantau hasil kerjaan para reporter. Semua reporter dinaungi oleh *newsroom* dan hanya boleh ditugaskan oleh redaktur *newsroom*, bila terdapat kesalahan sekali pun redaktur koran maupun *online* harus berkomunikasi melalui redaktur *newsroom*.

Berdasarkan hasil penelitian yang ada, maka penulis menilai bahwa Republika telah melakukan salah satu konsep konvergensi media yang dipaparkan oleh Gordon (2003:65) yaitu konvergensi taktik, dari segi pertukaran informasi dengan menerapkan sistem *newsroom* ini.

Selain saling bertukar informasi, kedua platform saling melakukan promosi silang hal ini merupakan hal yang *natural* di mana Harian Republika menginformasikan tentang Republika *Online* (ROL) dan juga sebaliknya. Baik informasi tentang *event* yang akan diadakan masing-masing platform atau informasi rekruitasi wartawan maupun informasi apapun yang menyangkut kedua *platform* ini rutin diinformasikan di masing-masing

platform. *Bundling* iklan juga diterapkan antara Harian Republika dan ROL, di mana klien dapat melakukan iklan di kedua platform ini. Dari yang penulis temui, memang terdapat iklan yang sama di kedua platform ini, tetapi bentuknya berbeda. Apabila iklan di koran berbentuk sebuah poster, di platform *online* iklan tersebut digarap menjadi sebuah berita yang kurang lebih isinya sama dengan poster yang tertera di koran. Berdasarkan hasil penelitian yang ada, maka penulis menilai bahwa Republika telah melakukan salah satu konsep konvergensi media yang dipaparkan oleh Gordon (2003:65) yaitu konvergensi taktik, dari segi promosi silang dengan menerapkan sistem *bundling* pada iklan dan saling melakukan promosi antar *platform.* Namun penulis menilai konsep ini belum berjalan sepenuhnya terutama dalam bidang periklanan, dikarenakan platform koran dan *online* memiliki konsumen yang berbeda-beda sehingga jarang terjadi promosi silang dalam bidang periklanannya.

3. Konvergensi Struktur

Semakin agresif sasaran untuk konvergensi, semakin besar kemungkinan bahwa deskripsi dan struktur organisasi akan berubah (Gordon, 2003:68). Di beberapa ruang redaksi, perubahan struktural dapat dilihat dengan mata telanjang (Gordon, 2003: 68). Perubahan struktural ini juga dapat dilihat di media Republika. Penggunaan konvergensi taktik dengan sistem *newsroom* merubah struktural redaksi Republika. Dahulu Pimpinan Redaksi hanya membawahi Harian Republika namun saat ini Pimpinan Redaksi membawahi tiga divisi yaitu Harian Republika, Republika *Online* dan *Newsroom*. Struktur berubah secara jelas karena terdapat penambahan divisi *newsroom* yang berfungsi sebagai gudang berita yang membawahi para reporter serta divisi Republika *Online* yang berfungsi untuk mengatur konten-konten yang akan dimuat di Republika *Online.* Penambahan divisi *newsroom* dan divisi Republika *online* pada struktur redaksi Republika mengubah pembagian kerja.

4. Konvergensi Peliputan Informasi

Tuntutan kerja *multitasking* pada wartawan dialami karena adanya transformasi dari cetak ke digital, karena saat ini masyarakat di luar tidak hanya menginginkan konten tulisan namun juga konten visual dari suatu peristiwa. Maka untuk memenuhi tuntutan industri tersebut, Republika menerapkan kebijakan bagi wartawannya untuk dapat menguasai fotografi dan videografi. Kebijakan ini berbarengan dengan edukasi dan pelatihan yang diberikan kepada wartawan Republika. Turbulensi terjadi ketika kebijakan ini diterapkan, namun seiring berjalannya waktu para wartawan Republika dapat menguasai penggunaan media-media tersebut. Namun kerja *multitasking* ini belum diwajibkan kepada seluruh wartawan Republika. Oleh karena itu dengan diarahkannya jurnalis untuk bekerja secara *multitasking* dalam peliputan di Republika, penulis menyimpulkan bahwa media Republika telah menerapkan salah satu konsep konvergensi media Rich Gordon (2003:69) yaitu konvergensi peliputan informasi.

5. Konvergensi Penyajian atau Pengisahan Cerita

Konvergensi penyajian atau pengisahan cerita ini menekankan pada pekerjaan wartawan untuk menyajikan berita atau informasi di berbagai platform. Gordon (2003:70) mengatakan bahwa dengan hadirnya medium yang baru maka terjadilah

perubahan dalam menyajikan informasi tersebut. Dalam mempertahankan koran Republika ini, konten-konten di koran dibuat lebih *in-depth reporting* daripada berita *online*-nya, selain itu berita koran lebih menampilkan perspektif-perspektif tertentu yang dapat menarik perhatian pembacanya. Bagi reporter sendiri keahlian dalam mengolah berita baik di cetak maupun di *online* dapat dipelajari seiring berjalannya waktu, jadi tidak ada kesulitan yang begitu berarti dalam mengolah konten di koran dan konten di *online*. Penyajian berita dalam bentuk foto sebagian besar dilakukan oleh wartawan, hal ini khususnya terjadi pada Republika *Online* di mana platform *online* membutuhkan kecepatan. Memang terdapat tim foto yang bernaung dibawah koran Republika, namun fotografer tidak selalu ditugaskan dalam setiap liputan yang ada. Tim foto biasanya diterjunkan dalam peliputan koran karena prosesnya sedikit lebih lama, karena masih terdapat proses *editing* untuk menerbitkan foto di koran.

Untuk menyajikan berita dalam bentuk video, Republika memiliki tim sendiri yaitu tim video yang dikenal dengan Republika TV. Republika TV mendapatkan konten dari reporter yang mengambil video pada saat liputan di lapangan. Namun Republika TV juga mempunyai konten tersendiri selain konten yang diberikan oleh reporter. Selain konten tulisan, foto dan video terdapat penyajian berita melalui infografik. Di Republika konten infografik dikelola oleh tim Sosial Media, di mana wartawan sering mengirim data untuk diolah dalam bentuk infografik dan mengirimkannya ke tim tersebut. Namun untuk saat ini tim sosial media masih membutuhkan bantuan tim lain yaitu tim IT dalam mengolah permintaan infografik yang banyak, sementara sumber daya dalam tim tersebut terbatas. Selain mengolah infografik, tim sosial media membuat konten sendiri untuk sosial media yang dijalankan oleh Republika. Saat ini terdapat tiga sosial media yang aktif dijalankan Republika, yaitu Facebook, Twitter dan Instagram. Untuk menunjang penyajian informasi di berbagai platform Republika memfasilitasi wartawannya dengan *smartphone* dan laptop (*netbook*) untuk melakukan kerja jurnalistik, sementara untuk tim foto dan video dibekali peralatan seperti kamera dan peralatan penunjang lainnya untuk melaksanakan pekerjaannya. Berdasarkan dengan hasil penelitian yang ada Republika telah menerapkan salah satu konsep konvergensi media yang dipaparkan oleh Rich Gordon (2003) yaitu konvergensi penyajian atau pengisahan cerita. Namun konvergensi ini belum berjalan sepenuhnya dilihat dari tidak semua isu atau pemberitaan yang menyajikan informasi dalam bentuk video dan infografik karena terbatasnya sumber daya dan kemampuan jurnalis dalam hal ini.

KESIMPULAN

Kesimpulan yang dapat diambil berdasarkan penelitian yang dilakukan adalah Republika telah mengaplikasikan seluruh dimensi tersebut, walaupun terdapat beberapa kendala yang dialami selama proses konvergensi ini. Berikut penerapan kelima dimensi konvergensi Rich Gordon di Republika.

Pada dimensi konvergensi kepemilikan, Republika dinaungi oleh PT Republika Media Mandiri (RMM) di mana setiap platformpada naungan ini saling berintegrasi menghasilkan produk jurnalistik. Platform di RMM ini terdiri dari koran Republika, Republika *Online*, *e-paper,* majalah digital, media sosial, dan aplikasi digital

Pada dimensi konvergensi taktik, untuk melakukan pertukaran informasi Republika

menerapkan sistem *newsroom. Newsroom* difungsikan sebagai pabrik berita yang menaungi para reporter, dengan adanya *newsroom* berita di Harian Republika dan Republika *Online* dapat dikelola dengan baik karena reporter didedikasikan untuk menghasilkan berita di keduaplatformini. Selain itu dari segi promosi silang, Republika telah melaksanakan promosi silang antara platform koran dan platform *online* nya.

Pada dimensi konvergensi struktur Republika mengubah struktur organisasi keredaksiannya dengan menambahkan divisi Republika *Online* dan divisi *Newsroom*. Pada dimensi konvergensi peliputan informasi, wartawan mengalami perubahan cara kerja akibat adanya konvergensi, yaitu mereka dituntut untuk bekerja *multitasking* pada saat melakukan peliputan. Pada dimensi konvergensi penyajian berita, wartawan di Republika mulai diarahkan untuk dapat menyajikan informasi tidak hanya dalam bentuk tulisan namun juga dalam bentuk foto dan video yang interaktif. Walaupun belum diwajibkan, namun hal ini sudah berangsur-angsur dilakukan dan diimbangi dengan pelatihan, serta dibentuknya tim video dan tim sosial media untuk mewujudkannya..

REFERENSI

Friedrichsen, Mike dan Yahya Kamalipour. (2017).Digital Transformation in Journalism and News Media: Media Management, Media Convergence and Globalization. Berlin: Springer.

Gordon, Rich. (2003). Digital Journalism Emerging Media and The Changing Horizons of Journalism. Diambildari: http://www.academia.edu/948528/Convergence_defined_The_Meanings_and_Implications_of_Convergence_.(Akses: 22 September 2018)

Hana, Fransisca dan Cici Eka Iswahyuningtyas. (2017). Konvergensi Media dan Mediamorfosis Evaluasi Strategi Digitalisasi Media Cetak di Majalah Tempo. Diambildari:http://pknk.org/index.php/PKNK/article/view/37 (Akses 6 Desember 2018)

Haryanto, Ignatius. (2014). Jurnalisme Era Digital: Tantangan Industri Media Abad 21. Jakarta: Penerbit Buku Kompas,

Quinn, Stephen dan Vincent F. Filak. (2005). Convergent Journalism: An Introduction. Burlington: Focal Press.

Vera, Nawiroh. (2016). Komunikasi Massa. Bogor: Ghalia Indonesia.

Zuhra, Wan Ulfa Nur. (2017). Pertumbuhan Oplah Koran: Melambat, Melambat, Menurun. Diambil dari: https://tirto.id/pertumbuhan-oplah-koran-melambat- melambat-menurun-ciy7. (Akses: 23 Agustus 2018)
www.apjii.or.id Diakses 19 September 2018