

Penerapan Konvergensi Media pada Program “Cangkir” di Surabaya TV

¹M.Shalahudin Alfatih, ²Hamim, ³Maulana Arief

^{1,2,3}Ilmu Komunikasi, Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya

mshalah9@gmail.com

Abstract

This thesis discusses the application of media convergence in the Surabaya TV "Cangkir" program. One of the important things in the media convergence process is collaboration or combination between media, starting from old media such as television to new media. Judging from the presentation, convergence itself is often seen from the presentation of content and also the use of the media itself. This research aims to (1) determine the application of media convergence in the "Cangkir" program on Surabaya TV. This research is descriptive qualitative in nature. This data collection process was carried out by conducting observations, interviews and observations. Then the object of research is Surabaya TV. The results of this research show that the implementation of media convergence on Surabaya TV in the process has used various sophisticated internet technologies and various social media to assist in the publication of information or event programs. The influence itself can be seen from the various new media that Surabaya TV has used, such as Instagram, TikTok, YouTube, Facebook, Twitter and its official website. Apart from that, the Cup program itself also applies media convergence in the use of media for broadcasting and also applies convergence to its resources.

Keywords: *Media convergence, Surabaya TV, New media, Application.*

Abstrak

Dalam skripsi ini membahas mengenai penerapan konvergensi media pada program "Cangkir" Surabaya TV. Salah satu hal penting dalam proses konvergensi media yaitu kolaborasi atau penggabungan antar media mulai dari media lama seperti televisi kemudian media baru (*new media*). Dilihat dari penyajian konvergensi sendiri sering dilihat dari penyajian konten dan juga penggunaan media itu sendiri. Penelitian ini bertujuan (1) mengetahui penerapan konvergensi media pada program “cangkir” di Surabaya TV. Dalam penelitian ini bersifat deskriptif kualitatif. Proses pengumpulan data ini dilakukan dengan melakukan observasi, wawancara dan observasi. Kemudian objek penelitiannya yakni Surabaya TV. Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa penerapan konvergensi media pada Surabaya TV dalam prosesnya telah menggunakan berbagai kecanggihan teknologi internet dan berbagai media sosial untuk membantu dalam hal publikasi informasi atau program acara. Pengaruhnya sendiri dapat dilihat dari berbagai media baru yang telah digunakan Surabaya TV seperti *instagram, tiktok, youtube, facebook, twitter* dan *website* resminya. Selain itu dalam program cangkir sendiri juga menerapkan konvergensi media dalam penggunaan media untuk penyiarannya dan juga penerapan konvergensi pada sumber dayanya.

Kata Kunci: Konvergensi media, Surabaya TV, Media baru, Penerapan.

Pendahuluan

Perkembangan teknologi saat ini telah mengalami kemajuan yang sangat signifikan. Komunikasi dan informasi sudah menjadi bagian yang tidak bisa dipisahkan dari masyarakat, karena sudah menjadi kebutuhan masyarakat itu sendiri. Perkembangan teknologi dalam dunia komunikasi dan informasi dapat memberikan kontribusi dan manfaat bagi masyarakat itu sendiri. Akses terhadap informasi kini semakin mudah dan luas berkat berbagai saluran media massa. Media massa telah menjadi sumber informasi yang tak terbendung, yang disampaikan kepada masyarakat melalui berbagai bentuk dan perkembangan yang terus meningkat dari waktu ke waktu. Sejak penemuan mesin cetak oleh Johannes Gutenberg, media massa telah berevolusi hingga mencapai beragam bentuk modern yang kita kenal sekarang.

Televisi merupakan salah satu bentuk media massa yang cukup fenomenal pada masa penemuannya, karena bisa menggabungkan unsur-unsur audio dan visual secara sekaligus. Penemuan televisi ini banyak membawa perubahan tidak hanya pada perkembangan teknologinya saja, tetapi juga membawa pengaruh kepada kehidupan masyarakat atau khalayaknya televisi sebagai media konvensional, tetap memiliki ruang keeksian pada gempuran media baru yang ada. Televisi sendiri menjadi media yang cukup digemari oleh masyarakat di Indonesia. Televisi sebagai media yang digemari karena kepraktisan penyajian informasi dan hiburan (Haqqu & Azwar Ersyad, 2020)

Media massa adalah elemen vital dalam masyarakat yang berfungsi sebagai sarana informasi dan komunikasi. Sebagai penyebar berita dan informasi secara luas, media massa memiliki peran penting dalam membentuk pengetahuan, sikap, dan perilaku masyarakat. Media massa dibagi menjadi dua kategori utama: media cetak dan media elektronik. Televisi merupakan salah satu bentuk dari media elektronik.

Konvergensi media merupakan sebuah kombinasi berbagai bentuk media dan teknologi dalam satu platform atau perangkat. Hal ini mencakup integrasi antara media cetak, penyiaran, dan online. Dalam konteks pertelevisian, hal ini berarti mendistribusikan dan mempromosikan konten menggunakan berbagai platform digital seperti media sosial, website, aplikasi seluler (Yusnata, 2023). Saat ini, teknologi berkembang pesat dan industri media juga ikut berkembang. Banyak media massa baru (*New Media*) bermunculan dan digunakan oleh masyarakat. Media baru di zaman sekarang memiliki peluang yang signifikan untuk dapat menggantikan media tradisional karena memiliki basis pengguna yang besar, dan mendorong media tradisional untuk melakukan transformasi demi tetap relevan dan diminati oleh khalayak (Lathifah & Ismandianto, 2021). Dalam industri media seperti televisi hal semacam konvergensi media adalah hal yang tak bisa dihindari semakin meningkatnya penggunaan internet dan telepon genggam (Ma'mur et al., 2023).

Program "Cangkir" merupakan salah satu program andalan Surabaya TV dan berbentuk talkshow. Program ini akan membahas berbagai permasalahan sosial, budaya dan politik yang berkaitan dengan masyarakat Surabaya. Melalui formatnya yang interaktif dan dialogis, "Cangkir" bertujuan untuk menarik perhatian pemirsa lokal. Dengan mengimplementasikan konvergensi media, program "Cangkir" dapat memperluas jangkauan dan interaksi audiens. Integrasi dengan platform media sosial, situs web, dan aplikasi seluler memungkinkan pemirsa berinteraksi langsung dengan acara, mengomentari acara tersebut, dan mengakses konten sesuai permintaan. Hal ini juga menciptakan peluang untuk menerima masukan langsung dari pemirsa, yang dapat digunakan untuk meningkatkan kualitas acara. Oleh karena itu, perkembangan media sosial telah mengubah paradigma tradisional dalam industri penyiaran (Dey Prayogo & Nur Agustin, 2023). Sebagai akibatnya, stasiun televisi harus lebih responsif dan fleksibel dalam menghadapi

perubahan ini. Tak hanya itu memahami dan mengelola segmen pemirsa yang beragam merupakan kunci dalam menjaga relevansi dan daya saing stasiun televisi.

Metode Penelitian

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif deskriptif, yang mengilustrasikan sifat atau karakteristik individu, keadaan, dan gejala tertentu (Imroni Yusuf, 2022). Dalam penelitian kualitatif, peneliti aktif terlibat dalam menentukan jenis data yang dibutuhkan dan terlibat langsung dalam pengumpulan data di lapangan, menghasilkan hasil yang bersifat kasuistik dan tidak untuk umum. Dalam studi kasus, peneliti mengidentifikasi dan menganalisis permasalahan secara detail (Kriyantono, 2022), dengan pengumpulan data yang mendalam dari berbagai sumber informasi seperti wawancara, observasi, dan analisis dokumen. Data primer diperoleh melalui wawancara mendalam dengan tiga narasumber, serta pengamatan melalui dokumentasi seperti video, foto, atau gambar untuk memvalidasi data yang telah dikumpulkan sebelumnya (Kriyantono, 2022).

Hasil dan Pembahasan

Penerapan Konvergensi Media dalam program “Cangkir” di Surabaya TV

Surabaya TV sendiri menjadi sebuah stasiun televisi yang menyampaikan berbagai berita terkini dan memberikan program-program yang menghibur. Surabaya TV menjadi salah satu stasiun televisi lokal yang cukup besar dalam bidang penyiaran televisi. Tidak hanya penyampaian berita informasi tetapi juga menyampaikan isu-isu terkini dan menyediakan wadah bagi para masyarakat untuk mengutarakan pendapatnya. Tak hanya itu Surabaya TV juga menyediakan tempat bagi para siswa atau mahasiswa yang ingin belajar langsung mengenai stasiun televisi. Sehingga cara penyampaian media juga perlu disesuaikan dengan kemajuan teknologi saat ini agar pesan yang disampaikan dapat diterima oleh masyarakat dengan lebih efektif. Dalam penerapan konvergensi media di Surabaya TV sebagai stasiun televisi lokal. Ini akan dianalisis dengan mengacu pada teori yang telah dibahas pada bab sebelumnya. Sebagai televisi lokal, Surabaya TV memiliki tanggung jawab dan tugas yang lebih berat dalam proses penyampain informasi dan penyebaran berita-berita. Hal tersebut bertujuan agar informasi berita yang telah disampaikan dapat diterima dengan baik tak hanya di Surabaya tetapi diluar Surabaya juga.

Perkembangan teknologi yang makin berkembang membuat Surabaya TV harus bisa beradaptasi dengan perkembangan tersebut, agar mampu bertahan di era munculnya media baru (new media). Dengan adanya internet sebagai gambaran dari media baru ini, internet hari demi hari semakin banyak digunakan oleh masyarakat dalam aktivitas setiap harinya. Hal ini mendorong Surabaya TV untuk terus meningkatkan mutu produksinya sesuai dengan perkembangan yang terjadi di masyarakat. Salah satu cara yang dilakukan adalah dengan melakukan konvergensi media itu sendiri. Berhubungan dengan penelitian ini yang membahas mengenai penerapan konvergensi media dalam Surabaya TV. Terdapat beberapa langkah yang dilakukan oleh peneliti antara lain wawancara, obeservasi, dan dokumentasi. Dalam hal ini, Surabaya TV telah menggunakan kemajuan teknologi saat ini, seperti menggunakan media sosial, website, dan YouTube sebagai platform untuk menyebarkan informasi dan meningkatkan citra perusahaan melalui branding. Oleh karena itu proses tersebut bisa dapat dikatakan sebagai konvergensi media.

Seperti yang diungkapkan dalam wawancara dengan Candella Gofhi mengenai konvergensi media di Surabaya TV:

“Kalau dalam perkembangan teknologi sendiri. jika dilihat dari segi televisi kita ini basicnya stasiun televisi lokal namun dalam perkembangan ini kita juga tetap membutuhkan teknologi yang

lebih baru seperti internet saat ini yang digunakan untuk streaming agak masyarakat tidak ketinggalan informasi, Instagram dan tiktok untuk menyebarkan berita atau informasi terkini secara cepat. Dari sini bisa dilihat proses perkembangan teknologi sendiri perlu di ikuti. Jadi untuk konvergensi kita tetep menyesuaikan perkembangan teknologi itu sendiri” (Candella Gofhi, Wawancara , 29 Mei 2024, pukul 16.00 WIB).

Lebih lanjut lagi, penerepan konvergensi media dalam televisi memiliki dampak yang cukup signifikan dalam bidang pemasaran. Seperti yang dikatakan oleh Candella Ghofi:

“kalau kita sebelum melakukan konvergensi nah tentunya kita hanya terpaku pada siaran televisi tersebut, terpaku pada penonton televisi tersebut. Nah Ketika orang tidak menonton maka kita tim marketing juga ingin mengiklankan atau ingin membeli sebuah produk dari kita tidak banyak. Nah setelah kita berkonvergensi jangkauan kita tadi ya jadi lebih luas, dari luasnya jangkauan tersebut yang membuat sebuah iklan atau sebuah produk yang ingin dipasarkan makin bertambah, jadi perbedaan kinerja tim marketing dimasa konvergensi media sekarang menjadi semakin bertambah tugasnya tentunya karena banyak juga iklan yang masuk dan kita juga harus selektif dalam memilih iklan karena kan dalam setiap minggu atau setiap bulan itu kita juga ada iklan yang masuk.” (Candella Ghofi, Wawancara, 29 Mei 2024, Pukul 15.00 WIB).

Berdasarkan observasi yang telah dilakukan oleh peneliti, dalam penerapan konvergensi media Surabaya TV telah melakukan adaptasi dengan perkembangan teknologi saat ini, yang tak lain bertujuan untuk tetap dapat bertahan di era munculnya media baru (new media). Hal tersebut juga diungkapkan oleh gofhi sebagai berikut:

“Target yang sebenarnya ingin dicapai oleh Surabaya tv saat berkonvergensi tentunya lingkup dari siarannya Ketika kita menggabungkan antara media televisi dan juga media baru tentunya juga lingkup penyiaran kita semakin tinggi ya. Kalau ditv kan kita hanya Sebagian dijawa timur, nah sedangkan di media baru ruang lingkup penyiarannya akan lebih luas. Selain itu jika kita menggunakan media sosial kita akan dapat mempermudah penyampaian informasi. Semakin banyak media penyebarannya membuat kita semakin mudah dikenal” (Candella Gofhi, Wawancara, 29 Mei 2024).

Dari hasil wawancara tersebut dapat dilihat bahwasannya Surabaya TV sendiri melakukan konvergensi bukan sekedar persoalan ekonomi, namun Surabaya TV juga ingin eksis terus dalam dunia industri media. Dengan menggunakan berbagai media baru membuat Surabaya TV akan menjadi stasiun televisi lokal yang banyak dikenal oleh masyarakat. Jadi Surabaya TV dapat memperluas jangkauan audiens-nya dalam menyebarkan berbagai program yang diselenggarakan, terutama program "Cangkir". Dalam publikasinya media sosial atau media online biasanya digunakan untuk berbagi pesan, aktivitas sosial, acara televisi, dan informasi terbaru.

Sejalan dengan konsep ini, Henry Jenkins dalam kajiannya tentang teori konvergensi media menyampaikan pemikiran serupa. Dalam teorinya, dijelaskan bahwa industri media beradaptasi dengan perkembangan budaya dalam masyarakat dengan menghasilkan konvergensi media (Khadziq, 2016). Fenomena ini memungkinkan industri media dan masyarakat untuk lebih mudah mendapatkan akses ke informasi yang mereka perlukan. Sehingga Surabaya TV melakukan pemanfaatan media baru sebagai saran untuk bisa lebih dekat dengan penontonnya. Beberapa bentuk media baru (*new media*) tersebut seperti pemanfaatan *youtube*, *Instagram*, *tiktok* dan *website*. Terkait dengan berbagai penggunaan media baru, Hal ini merupakan bagian dari konvergensi media yang dapat dijelaskan melalui beberapa aspek diantaranya:

a. *Multichannel*

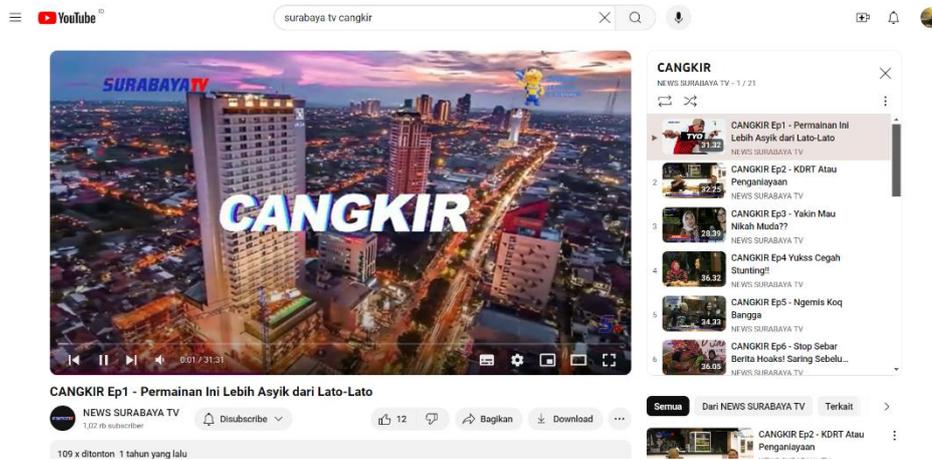
Dalam penerapan konvergensi di Surabaya TV , berhubungan erat dengan penggunaan media baru (*new media*). Dengan adanya hal ini memudahkan masyarakat dalam memperoleh informasi secara cepat. Banyaknya *platform* atau *channel* yang di sediakan oleh Surabaya TV berhubungan erat dengan istilah *multichannel*. Dimana pesan atau informasi ini dapat disampaikan dalam berbagai bentuk dan dipublikasikan melalui beragam saluran media. Sehingga membuat masyarakat atau khalayak dapat memilih lebih banyak pilihan media dengan konten yang beragam. Sebagaimana yang telah diungkapkan oleh Azmi pada waktu wawancara sebagai berikut:

“Sedangkan kalau media sosial sendiri platform yang kita gunakan sejak 2018 dari youtube, Instagram, twitter, Facebook. Kemudian baru tahun 2022 kita mulai menggunakan tiktok. Dan sekarang media sosial kami hanya berfokus pada tiga saja yaitu tiktok, Instagram, dan media platform youtube” (Azmi, Wawancara, 29 Mei 2024).

Berdasarkan hasil wawancara yang dilakukan peneliti dapat disimpulkan bahwa Surabaya TV memiliki berbagai media penyampain informasi yang berbagai format dan memanfaatkan *new media* yang sedang ramai digunakan oleh masyarakat seperti *tiktok*, *Instagram*, dan *youtube*. Selain itu, informasi yang disampaikan oleh penyiar dapat diakses oleh masyarakat melalui beragam media sosial, sehingga masyarakat tidak perlu khawatir jika mereka tertinggal informasi. Hal ini dikarena media tersebut dapat diakses kapan pun dan dimana pun selama informasi tersebut masih di-*publish* oleh Surabaya TV. Selain dari hasil wawancara yang telah dilakukan, Peneliti juga melakukan dokumentasi secara langsung untuk membuktikan bahwa Surabaya TV melakukan konvergensi sebagai berikut:



Dilihat dari hasil observasi pengamatan surabaya TV masih menggunakan media televisi digital untuk menyiarkan program “Cangkir” yang sesuai dengan hasil dokumentasi yang telah dipaparkan diatas. Kemudian Surabaya TV juga menggunakan media lain untuk melakukan siaran atau penayangan program “Cangkir” Sebagai berikut:



Surabaya TV juga menggunakan *platform Youtube* untuk menyiarkan program acara “Cangkir”. Dari hasil observasi dan hasil dokumentasi yang telah dilakukan peneliti, dapat dikatakan bahwa Surabaya TV telah memanfaatkan platform media sosial secara bersamaan yang bertujuan untuk mempermudah khalayak dalam mencari informasi dan mengakses program-program acara yang telah disajikan oleh Surabaya TV.

b. *Multitasking*

Selain penggunaan media baru yang diterapkan oleh Surabaya TV , Sumber daya manusianya juga beragam skill. Dalam konvergensi media seorang jurnalis akan dituntut untuk dapat melakukan berbagai jobdesk yang telah diberikan. Maka Sumber daya Surabaya TV juga mampu menerapkannya. Sebagaimana yang telah diungkapkan oleh Candella Gofhi dalam wawancara sebagai berikut:

“Hanya sekedar penambahan tugas dan tanggungjawab di setiap SDM yang ada. Misalnya ya seperti saya ini sebelum adanya konvergensi saya hanya menjadi seorang jurnalis. Namun karena adanya media baru maka saya diberikan beberapa jobdesk tambahan seperti mencari berita di media online kemudian berita yang didapatkan di publikasikan ke website dan media baru lainnya” (Candella Gofhi, Wawancara, 29 Mei 2024)

Dari hasil wawancara tersebut bisa dijelaskan bahwa seorang jurnalis atau karyawan Surabaya TV harus mampu menjalankan beberapa media dan tugas. Tidak hanya sebagai tim media sosial saja namun juga harus dapat mengoperasikan kamera kemudian juga harus bisa menangani salah satu program acara yang ada.

Penutup

Berdasarkan hasil penelitian dan analisis dalam skripsi yang berjudul “Penerapan Konvergensi media pada program “Cangkir” Surabaya TV” maka dapat disimpulkan bahwa Surabaya TV telah menerapkan konvergensi media dalam program “Cangkir” dengan mengintegrasikan siaran televisi tradisional dengan platform digital seperti streaming online

dan media sosial. Pendekatan ini tidak hanya memperluas jangkauan program tetapi juga meningkatkan interaktivitas dan keterlibatan audiens. Melalui konvergensi media, “Cangkir” berhasil menjangkau pemirsa yang lebih luas dan beragam, termasuk audiens muda yang lebih cenderung mengonsumsi konten melalui media digital.

Dilhat dari penerapannya sendiri menurut Henry Jenkins yang menjelaskan bahwa konvergensi itu bukan hanya persoalan keuntungan finansial, namun konvergensi juga didorong oleh konsumen yang menuntut Perusahaan media lebih tanggap terhadap selera dan kepentingan mereka. Hal tersebut dapat dibuktikan bahwa Surabaya TV sebagai televisi lokal di desak oleh khalayak untuk dapat menyajikan berbagai media baru untuk dinikmati. Bukan sekedar televisi analog atau digital namun khalayak juga membutuhkan media baru yang mudah diakses dimanapun dan kapanpun

Penutup berisi kesimpulan dan saran. Kesimpulan berisi ringkasan hasil temuan. Saran berisi apa yang akan dilakukan terkait dengan hasil dari penelitian ini baik secara teoritis maupun praktis.

Berdasarkan Kesimpulan yang telah dijabarkan oleh peneliti, didapatkan beberapa rekomendasi yang disarankan oleh peneliti sebagai berikut:

1. Hasil dari penelitian ini diharapkan dapat membantu Surabaya TV dalam mengoptimalkan dan meningkatkan kinerjanya dalam menyampaikan informasi kepada publik, terutama dalam menghadapi era digital dan konvergensi media saat ini. Selain itu Surabaya TV dapat memanfaatkan media-media yang dimiliki dengan lebih baik dan lebih efisien lagi, sehingga media sosial yang telah dimiliki dapat digunakan dengan baik dalam meng-*update* informasi.
2. Dalam program “cangkir” diharapkan Surabaya TV dapat mengembangkan konten tersebut dengan membuat versi yang lebih singkat untuk diunggah dalam *reels Instagram* dan *TikTok*.
3. Dalam era konvergensi sendiri Surabaya TV telah mengikuti perkembangan teknologi sehingga bisa memanfaatkan berbagai media baru yang ada. Namun dari hasil penelitian yang ada Surabaya TV belum memanfaatkan dengan sepenuhnya. Kedepannya Surabaya TV harus mampu memanfaatkan media sosial dengan baik seperti *facebook* dan *twitter* yang kurang diperbarui.

Menyadari akan ketidak sempurnaan dalam penyajian data ini, maka peneliti merekomendasikan untuk mengkaji ulang dan lebih dalam lagi. Diharapkan untuk peneliti selanjutnya dapat mengkaji lagi terkait berbagai stasiun televisi di wilayah lainnya bukan hanya di Jawa Timur. Selain itu bentuk implementasi yang berbeda.

Daftar Pustaka

- Dey Prayogo, M., & Nur Agustin, E. (2023). TRANSFORMASI STRATEGI MEDIA TELEVISI LOKAL JTV SURABAYA DI ERA DIGITALISASI DAN KONVERGENSI MEDIA. In *RELASI: Jurnal Penelitian Komunikasi* (Vol. 03, Issue 04).
- Haquq, R., & Azwar Ersyad, F. (2020). Eksistensi Media Televisi Era Digital Dikalangan Remaja. *Jurnal Dinamika Sosial Budaya*, 22(1), 38. <https://doi.org/10.26623/jdsb.v22i1.2228>
- Imroni Yusuf, M. (2022). Eksistensi Televisi Lokal Di Tengah Era Konvergensi Media Digital (Studi kasus pada pengelolaan konten siaran dan SDM di Jawa Timur Televisi (JTV) Jember. *Articlesl*. <http://digilib.uinkhas.ac.id/12184/>
- Khadziq, K. (2016). KONVERGENSI MEDIA SURAT KABAR LOKAL (Studi Deskriptif Pemanfaatan Internet Pada Koran Tribun Jogja dalam Membangun Industri Media Cetak

- Lokal). *Profetik: Jurnal Komunikasi*, 9(1), 5–20. <https://doi.org/10.14421/pjk.v9i1.1187>
- Kriyantono, P. R. (2022). *Teknik Praktis Riset Komunikasi*.
- Lathifah, K., & Ismandianto, I. (2021). Konvergensi Radio dalam Mempertahankan Eksistensi di Era Digital dan Covid-19. *Jurnal Riset Komunikasi*, 4(1), 130–142. <https://doi.org/10.38194/jurkom.v4i1.215>
- Ma'mur, A. M., Mutiah, T., & Kurniawan, F. (2023). Analisis Pelaksanaan Konvergensi Media Di Era Tv Digital, Study Kasus Stasiun Televisi Swasta Antv. *Sintesa*, 2(01), 25–35. <https://doi.org/10.30996/sintesa.v2i01.8471>
- Yusnata, O. (2023). Strategi Palembang Ekspres (PALPRES) Dalam Konvergensi Media. *Tabayyun*, 4(1), 54–74. <https://doi.org/10.19109/tabayyun.v4i1.17773>