

TRANSFORMASI STRATEGI MEDIA TELEVISI LOKAL JTV SURABAYA DI ERA DIGITALISASI DAN KONVERGENSI MEDIA

Moh. Dey Prayogo

Program Studi Ilmu Komunikasi,
Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik,
Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya,
deyprayogo@untag-sby.ac.id;

Elly Nur Agustin

Program Studi Ilmu Komunikasi,
Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik,
Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya.

ABSTRAK

Tujuan dengan adanya penelitian ini untuk mengetahui strategi TV lokal JTV Surabaya dalam menghadapi konvergensi media. Kebaharuan teknologi saat ini berkembang sangat pesat, sehingga apabila perusahaan media massa tidak mengikuti perkembangan maka eksistensi perusahaan akan mengalami ancaman untuk di tinggalkan oleh masyarakat. Fokus penelitian ini pada strategi dalam mempertahankan eksistensi pada era konvergensi media. Metode yang digunakan kualitatif deskriptif dengan metode purposive sampling dengan mewawancarai beberapa narasumber yang berkaitan. Hasilnya dengan melakukan inovasi di era konvergensi JTV dapat mempertahankan eksistensinya dengan pembuatan konten kreatif dalam berbagai platform media digital sesuai dengan perubahan perilaku masyarakat dalam mengakses berita.

Kata kunci: *Konvergensi, Eksistensi, JTV*

ABSTRACT

The purpose of this research is to find out the strategy of local TV JTV Surabaya in facing media convergence. The novelty of technology is currently growing very rapidly, so that if mass media companies do not keep up with developments, the company's existence will experience threats to be left behind by the community. The focus of this research is on strategies in maintaining existence in the era of media convergence. The method used is descriptive qualitative with purposive sampling method by interviewing several related sources. As a result, by innovating in the era of convergence, JTV can maintain its existence by creating creative content on various digital media platforms in accordance with changes in people's behavior in accessing news.

Keywords: *Convergence, Existence, JTV*

A. PENDAHULUAN

Media massa merupakan salah satu bagian penting yang ada di masyarakat sebagai sarana informasi dan komunikasi. Media massa juga menjadi alat

penyebaran berita dan informasi secara menyeluruh. Media massa memiliki efek dalam pengetahuan, mengubah sikap, dan mengubah perilaku. Media massa memiliki dibedakan dikelompokkan dengan media massa cetak dan media massa elektronik. Televisi menjadi salah satu bentuk dari media massa.

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, 2020). Perkembangan dunia pertelevisian semakin meningkat dari tahun ke tahun. Tentunya hal tersebut menjadi tantangan bagi para kreatif industri pertelevisian. Televisi sendiri memiliki fungsi sebagai media penyebaran informasi, penyampaian berita dan media hiburan yang mampu dijangkau oleh banyak khalayak dengan cepat, karena di dalamnya mengandung berbagai tayangan yang dapat menarik minat khalayak karena kebutuhan akan informasi yang selaras dengan interpretasi obyek terhadap realitas (Fiske, 2016).

Munculnya internet dalam perkembangan televisi menghadirkan sebuah kolaborasi diantara keduanya, yang bisa kita sebut dengan konvergensi. Tapscott (1996) menyatakan bahwa, terjadi inovasi perkembangan industri mesin dalam bentuk komputer dan jaringan. Sehingga menghadirkan komunikasi informasi yang tak terbatas dalam media baru. Erwin Mulyadi (2019) dalam penelitiannya mengatakan bahwa televisi pada akhirnya tidak dapat terbatas dengan satu jenis teknologi dan satu jenis layanan melainkan menjadi televisi digital interaktif yang memiliki beberapa teknologi dan keragaman aplikasi, layanan dan konten kreatif yang berbeda. Hal tersebut juga menjadi tantangan dan juga ancaman bagi industri pertelevisian karena dituntut untuk dapat melakukan inovasi dan menyesuaikan diri dengan perkembangan teknologi. Perkembangan televisi konvensional seiring waktu mengalami perubahan dengan televisi digital yang dapat terhubung dengan internet yang juga dapat diakses melalui ponsel pintar.

Konvergensi berpihak dalam suatu proses yang bukan merupakan titik akhir. Berkat kecanggihan dan pesatnya perkembangan teknologi media, maka masyarakat dapat menggunakan semua jenis media dan saling keterkaitan satu sama lainnya. Dampak dari konvergensi juga dirasakan oleh berbagai bidang salah satunya ranah jurnalistik. Menghadapi tantangan dunia digitalisasi dan konvergensi media, JTV Surabaya melakukan transformasi agar tidak terasingkan dari persaingan media. Dengan berbagai upaya banyak cara yang dilakukan JTV Surabaya untuk meningkatkan mutu perusahaan. Beberapa inovasi yang dilakukan untuk menjaga eksistensinya. Industri televisi JTV berkolaborasi dengan beberapa media sosial yaitu Tiktok, Youtube, Instagram, Telegram, Twitter dan Facebook.

Media massa merupakan media informasi yang terkait dengan masyarakat, yang digunakan sebagai jembatan dalam berhubungan secara umum, dikelola secara profesional dengan tujuan mencari keuntungan (Sudarsono, 2020). Media massa memiliki keberagaman bentuk antara lain media elektronik (televisi dan radio), media cetak (surat kabar, buku, dan majalah). Media massa memiliki kebaruan dengan ciri : komunikasi yang termediasi oleh komputer, jaringan komunikasi, pesan yang terdigitalisasi dan semua pesan media menjadi konvergen. Fungsi tersebut tidak saling mendukung bahkan menjadi persaingan

antar mediana untuk meraih *audience* dan *market* iklan. Media baru juga membuat perubahan yang menurut Denis Mc Quail, 2011:153 dalam (Gumelar, 2013), diantaranya Digitalisasi dan konvergensi mencakup segala aspek media, Interaktifitas dan konektifitas jaringan yang makin merambat, Mobilitas dan relokasi untuk mengirim dan menerima, Penyesuaian terhadap peranan publikasi dan khalayak, Terbentuknya beragam bentuk jalur baru (*gateway*) media dan Memisahkan dan mengaburkan dari lembaga media.

Media baru juga memunculkan sebuah fenomena baru yang menghadirkan jurnalisme *online* berbasis internet. Khalayak mengakses media dengan mudah mencari informasi yang dibutuhkan. Begitu juga dengan wartawan yang secara terus-menerus dapat update informasi yang mereka tayangkann sejalan dengan temuan baru di lapangan. Eksistensi merupakan sebuah karakter yang wajib dimiliki oleh komunitas, karena dengan eksistensi keadaan sosial sebuah komunitas akan diakui keberadaannya, oleh karenanya perlu adanya dukungan dari tim karena dengan hal tersebut akan tercipta suasana yang kondusif dan erat sesama anggota untuk mendukung eksistensi komunitas tersebut. eksistensi terdapat sebuah konsep untuk berkehidupan sosial yang memiliki keutamaan dengan keadaan diri setiap individu maupun eksistensi pribadinya, eksistensi juga dapat diartikan suatu hal yang senantiasa bila pada saat ini khayalan makan selanjutnya menjadi kenyataan, hal tersebut yang menggambarkan bahwa sifat manusia yang ingin selalu mendapat kebebasan (Yusuf, 2022). Saling berlomba memberikan informasi mengenai deskripsi dirinya. Hal tersbut tentunya menjadi *pressure* dan tekanan bagi seorang mediam, terutama televisi lokal yang bersifat tradisional. Kemampuan megendalikan diri juga diperlukan untuk eksistensi agar tidak menyimpang dari ciri khas awal. Ruang cyber juga dipahami sebagai ajang kreatifitas, bahwa untuk bertahan harus memiliki kemampuan yang aktif untuk mengikuti jalannya media dan hal tersebut yang akan menjadi kekuatan.

B. METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif deskriptif. Adapun definisi penelitian deskriptif yaitu penelitian yang mengilustrasikan sifat atau karakter individu, keadaan, dan gejala tertentu (Yusuf, 2022). Dalam riset kualitatif, peneliti turut aktif dalam menentukan jenis data yang diinginkan. Periset harus terjun langsung di lapangan, sehingga hasilnya lebih kasuistik bukan untuk digeneralisasikan. Pada peneliti studi kasus, peneliti mengidentifikasi dan menganalisis suatu permasalahan secara sepsifik (Creswell, 2014). Pengumpulan data dalam penelitian studi kasus dilakukan secara detail dan mendalam yang melibatkan beragam sumber informasi atau sumber informasi majemuk (wawancara, pengamatan, dokumen, dan sebagainya). Data primer dalam penelitian ini didapat melalui wawancara mendalam dan observasi. Wawancara dilakukan kepada 1 informan yakni Bpk Iwan Nurdianto sebagai ketua pengelola media sosial JTV Surabaya. Selain itu observasi juga di lakukan dengan melakukan pengamatan melalui dokumentasi berupa video, foto, atau gamabr yang dapat mengkonfirmasi data yang di dapatkan sebelumnya (Kriyantono, 2006)

C. HASIL DAN PEMBAHASAN

Model Konvergensi Media JTV Surabaya

Sejak berdiri tahun 2001, JTV menjadi TV lokal pertama di Jawa Timur. Di era sekarang TV tradisional mengalami penurunan minat karena gempuran media *online*. Saat ini media informasi dan hiburan dapat diakses melalui telephone genggam yang kita miliki. Sebagai TV lokal di era konvergensi JTV menyadari bahwa penonton dari televisi tradisional semakin menurun. Konvergensi telah mengubah hubungan antara *teknology, industry, market, lifestyle dan audience*. Bahkan diisukan bahwa negara dalam beberapa waktu mendatang akan meninggalkan media massa tradisional. Sehingga perlu adanya perubahan dengan pendampingan media sosial dan memperbanyak platform. TV tradisional tidak dapat berdiri sendiri dan menjadi keharusan agar tidak tertinggal oleh konvergensi media. JTV dengan keharusannya untuk mengikuti perkembangan jaman dan teknologi agar tidak tertinggal. Sebelum adanya digitalisasi media JTV hanya berfokus pada program TV saja. Untuk menghadapi persaingan media saat ini JTV mulai merambah kedalam berbagai platform.

Berdasarkan hasil observasi peneliti menemukan bahwasanya JTV Surabaya menerapkan model konvergensi *Content*. Konvergensi *content* merupakan sebuah konvergensi yang menyajikan beberapa konten yang *variative*. Penerapan model konvergensi tersebut diamati oleh peneliti dari beberapa video yang diunggah oleh JTV dalam berbagai platformnya dan disesuaikan dengan khalayak medianya.

“membuat konten yang kreatif juga disesuaikan dengan setiap platformnya. Tiktok seperti apa, Instagram seperti apa dan kita dituntut harus berfikir secara kreatif agar menjadi hal baru yang disukai oleh masyarakat.” (Iwan Nurdianto, Koordinator Media Sosial, Wawancara di Gedung JTV, 06 Mei 2023)

Pembuatan konten yang kreatif ditujukan untuk menghadapi persaingan, terutama dalam era saat ini persaingan media bukan hanya sesama media saja tetapi juga para konten kreator yang mana mereka tidak perlu membangun media, cukup dengan hp dan kemampuan mereka dalam membuat konten. Dari segi ekonomi, konvergensi media juga memberikan peluang-peluang baru di dunia industri komunikasi. Iwan juga menegaskan bahwa dengan banyaknya traffic memang menghasilkan peluang namun, dalam pembuatan konten diperlukan biaya yang tidak sedikit, perlu banyak traffic dan harus dioperasikan agar media tetap berjalan, meskipun dengan banyaknya traffic tersebut belum tentu berimbas ke pemasukan. Berikut beberapa bentuk konvergensi media JTV dari TV tradisional kedalam era konvergensi dalam berbagai platform media sosial.

Platform media yang berkembang itu antara lain adalah, Platform media sosial Instagram, Platform media sosial Tiktok, Platform website berita online portaljtv.com, dan Platform media sosial Youtube.

Ekologi media oleh stasiun televisi lokal JTV Surabaya

Sebagai perusahaan yang berbasis *profit oriented*, JTV mengakui bahwa keberlangsungan perusahaan juga di dasarkan pada putaran finansial yang didapatkannya melalui industri media massa. Konsep ekologi yang di artikan sebagai perputaran dan fase hubungan ekonomis antara berita yang di jual dengan ketertarikan masyarakat menjadi poin penting yang menjadikan JTV harus

menyesuaikan proses produksi maupun penyajian berita mereka mengarah kepada perubahan perilaku masyarakat di era digital.

Ekologi berasal dari bahasa Yunani terdiri atas kata *oikos* (tempat tinggal) dan *logos* (ilmu) kemudian diartikan sebagai ilmu yang mempelajari hubungan timbal balik antara makhluk hidup dengan lingkungannya. Dari pengertian tersebut ekologi kemudian dikembangkan oleh Hawley dan Sills sebagai ilmu yang mempelajari bagaimana cara makhluk hidup hidup dalam suatu lingkungan tertentu. Dari pemaparan tersebut dapat disimpulkan bahwa ekologi yaitu ilmu yang mempelajari bagaimana cara makhluk hidup mempertahankan kehidupannya di lingkungan yang mereka tempati. Kemudian munculah ekologi media yang memiliki makna sama yaitu bagaimana hubungan timbal balik antara media dengan lingkungannya untuk mempertahankan posisinya.

Dimmick dan Rohtenbuhler dalam (Wahyuni, 2018) berusaha menganalogikan fenomena kompetisi antar industri media sebagai suatu proses ekologis. Dalam pemikirannya kompetisi media dapat diilustrasikan seperti makhluk-makhluk hidup yang harus mempertahankan hidupnya dalam suatu lingkungan. Bagaimana dia bertahan adalah bagaimana makhluk media tersebut mampu mencari mendapatkan dan merebut sumber makanan yang berada dalam lingkup tersebut. Dan yang menjadi persoalannya yaitu jika sumber makanan yang ada terbatas sementara makhluk hidup yang menggantungkan dirinya kepada pusat semakin banyak maka faktor perlombaan tidak dapat dihindari. Dimmick dan Rohtenbuhler dalam (Wahyuni, 2018) menyatakan bahwa untuk mempertahankan kelangsungan kehidupannya media memerlukan sumber pendukung hidup. Dasarnya ada tiga hal yang menjadi sumber daya pendukung hidup media meliputi *capital* (struktur permodalan dan pemasukan iklan), *types of content* (jenis isi media), dan *types of audience* (jenis khalayak sasaran atau target pasar).

Sebelum adanya konvergensi media, JTV hanya fokus pada program televisi. Pihak perusahaan mulai melakukan langkah konkrit karena menyadari bahwasanya mereka adalah stasiun televisi lokal pertama yang ada di Jawa Timur. Keunggulan JTV saat itu pada kelokalan dan merupakan sesuatu yang baru pada masa itu. Sehingga pada program kita membuat konten yang mengangkat kelokalan. Berangkat dari kelokalan untuk memperkuat karakter sebagai TV lokal yang ada di Jawa Timur, JTV memandang trend apa yang dibutuhkan oleh masyarakat tetapi tidak menyimpang jauh dari audience JTV sebagai TV lokal. Persaingan pada saat ini sangat luar biasa, persaingan bukan hanya media konvensional tetapi juga media sosial. Dulunya karena tidak ada pilihan orang akan melihat TV, namun pada saat ini tidak menonton TV tidak menjadi masalah karena adanya gadget atau telephone. Sehingga untuk mempertahankan eksistensinya sebagai TV lokal di era konvergensi JTV memperhatikan beberapa hal yang terus digalih dan melihat apa saja yang dibutuhkan dalam masyarakat.

“jika kita hanya hadir dalam platform baru tanpa ada hal baru yang ditawarkan maka akan menjadi hal yang biasa. Karena era sekarang yang makin beragam pilihan, seseorang semakin mudah bosan. Sehingga perlu berfikir kreatif agar tidak tertinggal di era ini.”(Iwan

Nurdianto, Koordinator Media Sosial, Wawancara di Gedung JTV, 06 Mei 2023)

Iwan mengakui bahwasanya dengan bergabung melalui platform media sosial membuat JTV tetap dapat mempertahankan eksistensinya. Sehingga sebagai TV lokal JTV tidak tertinggal dengan trend dan dapat bertahan di era digital. Pergeseran cara-cara lama menuju strategi dan konsep yang baru adalah sebuah keharusan dalam mempertahankan industri media massa hari ini, efisiensi dan efektifitas dalam penggunaan teknologi juga menjadi hal yang penting di samping juga penambahan sumbardaya yang bermutu dalam menunjang produksi berita atau siaran yang menarik minat masyarakat.

D. KESIMPULAN

Media JTV sebagai media Televisi lokal tradisional mengembangkan berbagai alternatif keberlanjutan perusahaan untuk menghadapi era konvergensi media dengan memanfaatkan media sosial sebagai platform dalam pemberitaannya. Dalam pemanfaatan media sosial JTV juga perlu memperhatikan konten yang dibuat sesuai dengan kebutuhan masyarakat. Dalam hal ini JTV juga menitik beratkan pada kreatifitas konten digital sebagai upaya agar tidak tertinggal dengan perkembangan budaya dan perilaku masyarakat dalam mengkonsumsi berita. Konsep konvergensi media yang dilakukan oleh JTV ini juga merupakan sebagai bentuk respon untuk menjawab tantangan dalam hal persaingan pada industri media yang semakin bervariasi.

DAFTAR PUSTAKA

- Creswell, J. W. (2014). *Research Qualitative, Quantitative, and Mixed Methods Approaches Design Fourth Edition. In Sage Publications (Vol. 66)*
- Fiske, J. (2016). *Pengantar Ilmu Komunika. Jakarta, Rajawali Perss*
- Gumelar, R. G. (2013). *Konvergensi Media Online. Jurnal Komunikasi, 9.*
- Haqu, R. (2020). *Eksistensi Media Televisi Era Digital Dikalangan Remaja. Dinamika sosial budaya.*
- Kriyantono, R. (2006). *Teknik Praktis Riset Komunikasi, Jakarta: Kencana. In Prenada Group*
- Rahayu, D. P. (2010). *Eksistensi perusahaan dalam Pelaksanaan Fungsi dan Tujuannya di Masyarakat. MMH.*
- Sudarsono, A. B. (2020). *REPRESENTASI KRITIK SOSIAL PADA LIRIK LAGU. Jurnal Ilmu Komunikasi.*
- Wahyuni, N. A. (2018). *Strategi Sriwijaya TV dalam Mempertahankan Eksistensinya Sebagai Televisi Lokal. Skripsi, 35-38.*
- Wahyuningsih, T., & Zulhazmi, A. Z. (2020). *JURNALISME ERA BARU (konvergensi media radar Jogja dalam persaingan media). Academic Journal of Da'wa and Communication.*
- Yusuf, M. I. (2022). *EKSISTENSI TELEVISI LOKAL DI TENGAH ERA (Studi kasus Pada Pengelolaan Konten Siaran dan SDM di Jawa Timur Televisi (JTV) Jember.*