

Peran dan Strategi JTV Surabaya dalam Menghadapi Konvergensi Media

Berie Poetra Akbar¹, Hikmah Lailatul Fitriyah², Lizza Arnofia Choirunnisa³,
Rafly Yuvindra Maulidan⁴, Irwansyah⁵

^{1,2,3,4}Universitas Brawijaya, Indonesia

⁵Universitas Indonesia, Indonesia

Email: beriepoetraakbar1406@gmail.com, fitriyahfitroh@gmail.com,
arnofial@gmail.com, raflyyuvindra@gmail.com, dr.irwansyah.ma@gmail.com

Abstrak

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengungkap fakta empiris baru pada konvergensi 3.0 di JTV. Penelitian ini menggunakan pendekatan studi kasus. Penelitian ini menggunakan pendekatan studi kasus untuk mengkaji posisi dan pendekatan JTV Surabaya dalam menghadapi tantangan konvergensi media. Observasi dan tinjauan pustaka merupakan metode utama pengumpulan data dalam penelitian ini. Metode pengumpulan informasi meliputi survei, wawancara, observasi maupun pustaka. Pengamatan dilakukan melalui website JTV <https://www.portaljtv.com/> dan mendatangi kantor JTV atau PT Pojok Pitu Media dengan alamat di Jl A Yani 88 Surabaya, Jawa Timur. Wawancara juga dilakukan kepada Pimpinan Redaksi dan HRD JTV pada kantor tersebut. Lebih lanjut studi pustaka adalah proses mencari literatur yang mendukung penelitian. Jurnal dan sumber pustaka lain yang berkaitan dengan penelitian ini digunakan sebagai sumber data sekunder. Hasil, Agar konvergensi tersebut sukses, tentunya dibutuhkan kerja keras semua redaksi. Termasuk wartawan di dalamnya agar dapat mengelola konten yang dibutuhkan oleh audiens atau pemirsa dalam masing-masing platform. Baik itu televisi, sosial media maupun portal news. Selain itu mereka juga dituntut untuk bersikap kredibel, cepat dan akurat sesuai kaidah etika jurnalistik atau KEJ dalam menyajikan konten ke banyak platform atau lihat pada konvergensi newsroom 3.0.

Kata Kunci: Media, Konvergensi Media, JTV.

Abstract

The purpose of this research is to find new empirical things related to convergence 3.0 at JTV which is. Case studies were used as a research method. In this study, a case study was conducted at JTV to find out the role and strategy of JTV Surabaya in facing media convergence. This study collected data through observation and literature study. Data collection techniques were carried out by observation, interviews, and literature studies. Observations were made through the JTV <https://www.portaljtv.com/> website and visited the JTV office or PT Pojok Pitu Media with the address at Jl A Yani 88 Surabaya, East Java. Interviews were also conducted with the Editor-in-Chief and HRD of JTV at the office. Furthermore, literature study is the process of finding literature that supports research. Journals and other documents related to this study are secondary data in this study. As a result, for the convergence to be successful, of course, the hard work of all editors is needed. Including journalists in it so that they can manage the content

How to cite:	Berie Poetra Akbar, Hikmah Lailatul Fitriyah, Lizza Arnofia Choirunnisa, Rafly Yuvindra Maulidan, Irwansyah (2024) Peran dan Strategi JTV Surabaya dalam Menghadapi Konvergensi Media, (5) 6
E-ISSN:	2722-5356
Published by:	Ridwan Institute

needed by the audience or viewers in each platform. Be it television, social media or news portals. In addition, they are also required to be credible, fast and accurate in accordance with the rules of journalistic ethics or KEJ in presenting content to many platforms or see the convergence of newsroom 3.0.

Keywords: *Media, Media Convergence, JTV.*

Pendahuluan

Media bisa dikatakan sebagai mass media adalah ketika sebuah media bisa menyebarkan informasi dan semacamnya kepada masyarakat dan yang lebih luas (Ameliola & Nugraha, 2013);(Karim, 2023). Media massa adalah alat, media, atau sarana untuk menyebarkan informasi, berita, komentar, pendapat, atau opini lainnya (Sarihati, Si, Luthfie, Kurniadi, & Si, 2022);(Suhara, 2016). Istilah "media massa" juga dapat merujuk pada segala jenis informasi atau media komunikasi yang dapat diakses publik. Menurut Cangara (2013) ; Habibie (2018), media adalah alat sekaligus sarana komunikasi yang memungkinkan satu pihak menyampaikan pesan kepada pihak lain. Media massa, di sisi lain, adalah alat yang menyiarkan pesan melalui perantara komunikasi seperti surat kabar, radio, dan televisi.

Mustofa (2022) mengemukakan peran peran dari televisi. Beberapa peran dari televisi adalah pertama, peran televisi untuk memberikam infomasi, yang mana media mainstrea sendiri berperan sebagai penyedia informasi bagi pemirsanya karena publik akan selalu mencari informasi atau keingitahuan yang sangat besar akan hal hal yang terjadi disekeliling mereka, infomasi informasi tersebut tidak bisa diperoleh dari tempat lain tetapi dapat diperoleh dari televisi (Winarno, 2015);(Ernawati, 2023).

Kedua, peran televisi untuk memberikan penyuluhan atau membimbingn atau pendidikan yang mana dapat dikatakan bahwa median mainstream khususnya televisi bisa menjadi sarana atau media pendidikan bagi publik atau bisa dikatakan dengan mass education, nilai nilai dalam masyarakat dapat disampaikan secara langsung maupun dengan divisualisasikan. Ketiga, peran televisi untuk media hiburan, yang mana peran ini adalah peran yang paling atas karena khalayak atau publik masih menjadikan televisi sebagai salah satu media hiburan.

Peran hiburan pada televisi ini untuk mengurangi ketegangan dalam fikiran pemirsanya, tetapi dalam menampilkan atau menyajikan hiburan ini, televisi juga sangat selektif atau memilih dan memilah mana saja yang dapat menjadi hiburan bagu permirsanya. Keempat, peran televisi untuk pengawasan, dimana peran ini sangat penting karena dengan televisi khalayak bisa ngawasi peristiwa yang sedang terjadi pada saat itu, contohnya pengawasan pada pemilu agar pemilu tersebut berjalan lancar dan tidak ada kecurangan didalamnya.

Pemilik media telah membuat keputusan untuk beralih dari media konvensional ke digital; namun, pergeseran ini adalah proses adopsi teknologi baru. Sehubungan dengan penerapan teknologi baru, Saffo menyatakan bahwa pengadopsian budaya yang lengkap diperlukan selama setidaknya tiga puluh tahun. Pada tahun 1990-an, masyarakat

memakai internet secara komersial. Pada tahun 1996, Indonesia benar-benar bergabung dengan internet, yang dikenal sebagai jalur informasi super. Dengan demikian, berdasarkan perspektif Saffo, kita dapat mengatakan bahwa Indonesia sedang mengambil langkah-langkah untuk mengadopsi internet sebagai teknologi pembaruan selama 30 tahun. Dalam periode ketiga ini, masyarakat lebih nyaman dan lebih akrab dengan new media karena di dalam periode ketiga ini Masyarakat telah terbiasa untuk mengkombinasikan teknologi baru dalam kegiatan sehari-hari dan juga dengan itu maka teknologi baru tersebut telah masuk dengan stabil di kehidupan masyarakat.

Internet sudah menjadi bagian dari kehidupan masyarakat, bahkan hari ini dimana ada internet maka disana juga ada internet. Bukan hal yang asing lagi ketika sebagian besar pengguna media konvensional atau biasa disebut dengan media mainstream kini beralih menggunakan media baru atau new media dengan media digital yang berbasis internet. Dalam hal ini ketika pengguna media tidak hanya dikatakan sebagai urban native tetapi sudah berpindah menjadi digital native, yang dimana sejalan dengan Thomas (2011) yang mengatakan bahwa sebuah istilah yang digunakan untuk merujuk pada orang dengan teknologi digital maupun internet sebagai bagian dari kehidupan mereka yang akan selalu ada (Basuki & Suwarno, 2021);(Alimin & Islami, 2022).

Di Indonesia pada tahun 2022 pengguna internet sudah meningkat sebesar 1,17% (Malik, 2020). Dalam persaingan ini media saat ini terlebih lagi persaingan dalam media online yang dimana media mainstream dan media online tidak hanya saling bergabung atau terkonvergensi tapi juga media juga harus memikirkan bagaimana atau strategi apa saja yang akan digunakan dalam mengkonvergensi medianya. Media harus melakukan Cloning dalam sebuah konten didalam suatu media yang kemudian dipublikasikan ke dalam media atau kanal yang lain dengan tidak mengubah sebuah berita atau esensi dari berita itu sendiri (Soelaiman & Ekawati, 2022).

Salsabila (2020) Mengemukakan bahwa hanya media media yang berani untuk mengambil resiko untuk melangkah lebih awal yang dimana dengan langkah tersebut maka media tersebut mengalami proses pembelajaran lebih awal. Sejalan dengan itu semua, JTV adalah salah satu mass media yang berjaring regional yang berkantor pusat di Surabaya, Jawa Timur. JTV merupakan anak perusahaan dari Jawa Pos Multimedia dimana pemilik utamanya adalah Jawa Pos Group JTV adalah pioneer televisi swasta di Indonesia dan sampai saat ini menjadi televisi terbesar di Indonesia yang dimana JTV dapat menjangkau seluruh provinsi Jawa Timur dan bisa diakses secara terestrial diseluruh Indonesia bahkan jika diakses secara online atau diakses melalui parabola bisa mencapai luar negeri.

JTV melakukan siaran pertamanya pada tanggal 8 November 2001 yang hanya bisa dalam wilayah Surabaya dan sekitarnya saja yang pada awalnya hanya terdapat 176 karyawan saja. Pada awal kehadirannya, JTV telah menuai kontroversi pertamanya karena tuduhan yang berujung penyevelan sementara pada Mei 2002, yang dimana tuduhan tersebut adalah pemerintah pusat tidak memberikan izin dalam penggunaan frekuensi awal JTV yaitu 38 UHF.

Dalam perjalanannya, JTV telah memperbarui logonya sebanyak dua kali. Kali pertama logo JTV menggunakan huruf kecil, yang mana huruf J lengkungan setengah lingkaran dengan warna merah dengan kata Tv yang berbentuk persegi dengan warna biru. Kemudian pada tahun 2012 JTV melakukan pembaruan pada logonya. Logo baru JTV ditampilkan pada peta Jawa Timur yang menunjukkan kebanggaan, apresiasi, semangat, komunikasi, ekspresi, dan kreativitas Jawa Timur. Di sini, wajah tokoh pewayangan adalah Semar mesem, yang merupakan karakter khas Jawa yang egaliter, penasihat, dan penjaga keseimbangan.

Gambaran semangat progresif JTV ditunjukkan dengan angka 1 dan huruf T yang membentuk panah ke atas. Dengan warna biru yang menunjukkan profesional dan kepercayaan JTV. Warna jingga dalam logo JTV memberikan gambaran ekspresi, kreativitas dan dinamika dalam JTV dan warna putih melambangkan hasil penonton yang lebih bersih, cemerlang, cepat dan maju. Berbicara tentang konvergensi sendiri, pada tahun 2021 JTV telah menyadari bahwa konvergensi media itu sangat penting, tetapi pada saat itu tidak ada keseriusan untuk mengelola ke konvergensi tersebut, dan pada tahun 2023 JTV telah benar benar mengkonvergensi medianya.

JTV telah mengkonvergensi medianya didalam banyak platform media, seperti new media yang sekarang menjadi media online. Media online yang digunakan oleh JTV seperti Instagram, website, tiktok yang dimana media media tersebut sangat dekat dengan masyarakat. Bukan hanya kalangan muda saja, tetapi semua kalangan sekarang bisa mengakses media media tersebut. Dengan apa saja yang telah dipaparkan di atas maka bisa ditarik Kesimpulan mengapa penelitian ini penting dilakukan pada JTV karena JTV sendiri sudah memenuhi syarat untuk dikatakan mass media yang telah terkonvergensi dan JTV sendiri adalah sebuah media lokal yang akan sangat banyak memberikan informasi.

Penelitian terdahulu oleh Prayogo (2023) menunjukkan bahwa untuk menyesuaikan cara orang membaca berita di zaman sekarang ini, JTV terus menghasilkan konten baru di berbagai platform media online. Penelitian terdahulu oleh Fadeli et al. (2022) menunjukkan tiga bidang utama penggunaan program JTV Village Corner: konten digital, jaringan komunikasi, serta teknologi komputer dan informasi. Kabar Pojok Desa ini dimuat di channel YouTube resmi JTV Rek yang tayang sejak 2019. Penelitian terdahulu oleh Khotijah (2023) Hasil penelitian ini menunjukan bahwa masyarakat Surabaya dan orang luar Surabaya memiliki persepsi baik dan buruk. Dalam penyiaran berita, bahasa daerah berita, bahasa daerah Surabaya digunakan, dan komunikasi massa dan daerah diperlukan melalui media YouTube.

Dari latar belakang di atas maka rumusan penelitian ialah: 1) Kendala apa saja yang dihadapi JTV surabaya dalam konvergensi media. 2) Strategi apa saja yang dilakukan JTV menghadapi konvergensi media. Adapun tujuan penelitian ini: 1) untuk menemukan hal hal baru yang bersifat empiris yang berkaitan dengan konvergensi 3.0 pada JTV. 2) Untuk mengetahui strategi pengadopsian konvergensi media dilaksanakan JTV.

Metode Penelitian

Pada penelitian ini menggunakan pendekatan konstruktivis. Dalam pendekatan konstruktivis, realitas diciptakan oleh individu atau dari pikiran individu, dan terdiri dari berbagai konstruksi pemaknaan. Paradigma konstruktivisme melihat dunia dari sudut pandang individu dan cocok untuk penelitian kualitatif, jadi data dapat dipenuhi dengan data kualitatif seperti kata-kata atau kalimat. Pendekatan konstruktivisme dipilih karena ingin mendapatkan informasi tentang peran maupun strategi yang dilakukan JTV dalam menghadapi konvergensi media.

Jenis penelitian yang dilakukan secara kualitatif. Penelitian kualitatif adalah jenis penelitian yang mengumpulkan data deskriptif tentang perilaku dan kata-kata subjeknya. Objek penelitian ini adalah peran dan strategi JTV Surabaya dalam menghadapi konvergensi media. Dalam penelitian ini, studi kasus digunakan sebagai metode penelitian. Studi kasus adalah teknik penelitian yang menggunakan banyak data yang dapat digunakan untuk menjelaskan, dan mengatur ulang berbagai elemen peristiwa, program, atau organisasi. Pada penelitian ini studi kasus dilakukan di JTV untuk mengetahui peran dan strategi JTV Surabaya dalam menghadapi konvergensi media.

Data penelitian ini dikumpulkan melalui observasi dan studi pustaka. Pengamatan dilakukan melalui website JTV <https://www.portaljtv.com/> dan mendatangi kantor JTV atau PT Pojok Pitu Media dengan alamat Gedung JTV, Kompleks Graha Pena, Surabaya, Jawa Timur. Observasi juga dilakukan melalui wawancara kepada Pimpinan Redaksi dan HRD JTV pada kantor tersebut. Lebih lanjut studi pustaka adalah proses mencari literatur yang sejalan penelitian. Data sekunder ialah jurnal dan sumber pustaka lain yang berkaitan dengan topik ini. Studi kepustakaan dapat digunakan sebagai sumber referensi untuk membantu penulisan penelitian. Selanjutnya, data-data tersebut diklasifikasi sesuai dengan analisis kajian yang dipilih.

Penelitian memakai metode analisis data di lapangan, Model Miles dan Huberman. Analisis data kualitatif dilaksanakan berulang kali sampai prosesnya selesai. Teknik analisis data pada tahap pertama melakukan reduksi data yang dikumpulkan tentang fenomena konvergensi media yang dilakukan JTV. Pada tahap berikutnya, data disajikan dalam bentuk cerita. Data diklasifikasikan kembali sesuai dengan masalah menggunakan teori dan konsep yang relevan. Terakhir, kesimpulan ditarik dan diverifikasi berdasarkan data yang telah dianalisis sebelumnya.

Hasil dan Pembahasan

JTV Surabaya, 8 Biro di Jawa Timur dan Konvergensi Media

Stasiun Televisi Lokal TV Surabaya mulai mengudara pada 8 November 2001 merupakan sebuah jaringan televisi regional di Surabaya. Adapun jangkauan JTV meliputi 8 biro di Jawa Timur, diantaranya biro JTV Bojonegoro, Banyuwangi, Malang, Kediri, Jember, Madura, Pacitan dan Bondowoso. Di tengah arus konvergensi media, sejak tahun 2023 tepatnya pada 9 Januari 2023, JTV sendiri sudah melakukan konvergensi media. Termasuk melalui portal news (Portaljtv.com) yang menyajikan

berita khas Jawa Timur dan JTV rek official berupa sosial media (termasuk di dalamnya YouTube,instagram hingga tiktok).



Gambar 1. Logo Jtv

Selanjutnya, makna logo dari stasiun televisi lokal JTV dalam tulisan yang berwarna putih merepresentasikan bahwa JTV sebagai perusahaan televisi lokal. Berbeda dengan background berwarna biru yang melapisi tulisan merupakan peta wilayah Jawa Timur dan Pulau Madura. Menurut Iwan Iwe, selaku Head of Multimedia Portal JTV, menyebutkan bahwa Portal Jtv.com merupakan afiliasi dari pojokpitu.com, Portal JTV bukan hanya menyajikan berita terbaru saja. Namun diharapkan dengan adanya media siber ini mampu memenuhi kebutuhan para audiens, termasuk mengedukasi masyarakat dalam memperoleh informasi yang valid dan kredibel. Sehingga masyarakat dapat mengakses berita sesuai fakta dilapangan dan terhindar dari berita hoaks”.

Semakin banyak sasaran konvergensi yang ditargetkan, makin besar kesempatan deskripsi maupun struktur organisasi berubah, dan semakin besar pula platform. Media baru diciptakan dan berkembang melalui internet yang merupakan media berbasis teknologi yang fleksibel dan mungkin interaktif, dan dapat digunakan secara publik maupun privat melalui teknologi komunikasi seperti yang dikemukakan oleh Gordon (2003). Pikirkan tentang hal-hal seperti blog, teknologi digital, dan internet. Situs web dan platform media sosial adalah contoh aplikasi yang termasuk dalam istilah “media baru”, menurut Mondry (2008).

Kendala Konvergensi Media

Dalam hal ini JTV dalam menghadapi konvergensi media terdapat tiga model konvergensi: konvergensi ruang berita, konvergensi pengumpulan berita, dan konvergensi konten seperti yang dikemukakan Rizkya (2017:44). Ruang redaksi konvergensi adalah ruang di mana jurnalis bekerja di banyak media, termasuk media cetak, online, dan penyiaran. Sementara itu, menurut Taufiqorahman (2005) newsroom redaksi sendiri terdiri dari newsroom 1.0, 2.0, 3.0 maupun 4.0.Selanjutnya berdasarkan hasil wawancara informan, pada 2 Juni 2024 dengan salah satu wartawan JTV Biro Bojonegoro, Dan Kuswan mengatakan bahwa ”tugas wartawan JTV Biro Bojonegoro yang semula wartawan televisi bertugas mencari berita di lapangan, mengolah dan tayang di televisi menjadi sebuah berita yang dibacakan oleh news anchor. Kini di era konvergensi, mereka memproduksi dan mengolah untuk seluruh platform”. Baik itu untuk televisi, portal JTV.com dan sosial media. Tentu menjadi tantangan tersendiri bagi para wartawan, terutama terhadap kendala yang dihadapi pada unsur penulisan wartawan televisi, surat kabar dan online. Sebab terdapat perbedaan yang mencolok dalam proses

pengolahan antara berita televisi dan media siber. Pertama pada naskah yang ditampilkannya. Dalam berita televisi naskah berita tidak ditampilkan, namun hanya dibaca oleh news anchor. Kedua pada tata letak tanda baca berita, misal pada media siber dan cetak dicantumkan tanda baca seperti titik koma dan membuat unsur-unsur 5W+1H. Tetapi di dalam naskah media televisi untuk tanda baca diwakilkan dengan tanda, namun tetap memuat unsur-unsur 5W+1H.

Perbedaan berikutnya pada ketersediaan isi ruang. Berita di media siber tidak terbatas dan terkadang menjadikan lebih banyak konten atau angle dalam satu tema pemberitaan, kecepatan media siber bersifat real time. Sementara media massa televisi terbatas dalam satu frame pemberitaan yang tayang dan kecepatan tayang sesuai jadwal televisi. Standar operasional program atau SOP juga menjadi kendala besar bagi stasiun televisi lokal JTV yang beroperasi sejak tahun 2103. Pasalnya di tengah arus konvergensi media ini, JTV sendiri masih terkendala dengan bahan berita atau konten yang ada untuk ditayangkan di portal maupun sosial media, namun yang menjadi kelebihan tiktok JTV diikuti 1.4 juta dan tertinggi di Jawa Timur (untuk kategori media mainstream).

JTV menggunakan newsroom 3.0 dimana news writing and news gathering dilaksanakan bersamaan maupun dibuat platform seperti yang dikemukakan oleh Taufiqorahman (2005). Wartawan JTV Surabaya dan 8 biro akan mencari bahan pemberitaan atau liputan dan mengirimkannya ke newsroom atau redaktur untuk diproses dan didistribusikan ke berbagai platform, termasuk internet, sosial media, dan televisi. Selanjutnya konvergensi Redaksi di JTV ini juga melibatkan portal jtv.com sebagai saluran news (siber), televisi dan sosial media. Seperti produksi berita dilakukan oleh satu wartawan namun dibagikan atau disebar ke seluruh platform, contoh salah satu wartawan JTV Biro Bojonegoro, Samsul Alim yang sudah berkecimpung sejak tahun 2019 mengungkapkan selain menyajikan berita lokal dalam portal jtv.com, juga menyajikan berita ke dalam konten YouTube, tayangan televisi berupa news secara terrestrial. Seperti dalam pemberitaan 435 Anak dibawah Umur di Bojonegoro Hamil Dulu, pemberitaan ini selain tayang di portal juga YouTube bahkan televisi pada program Sketsa Bengawan Sore, juga tayang dalam portal jtv. com.



Gambar 2. Clonning Berita Program News Sketsa Bengawan dan Portaljtv.com

Dengan banyaknya tuntutan pekerjaan yang dilakukan oleh wartawan JTV, mereka harus mampu melakukan berbagai tugas sekaligus untuk menyajikan konvergensi media untuk audiens. Jika sebelumnya masyarakat menantikan jadwal tayang televisi melalui halaman surat kabar, kini media baru atau siber mau tidak mau harus mengejar kecepatan. Tetapi verifikasi tetap menjadi nomor 1 dan itu menjadi tantangan bagi media mainstream, agar tetap bertahan namun juga memperhatikan kredibilitas.

Terkait kredibilitas wartawan JTV sendiri tentunya mereka sudah dibekali dengan uji kompetensi wartawan baik tingkat Muda, Madya maupun Utama. Bahkan para wartawan ini juga tergabung ke dalam organisasi Pers Indonesia. Seperti yang diungkapkan oleh Agnes Santoso Presenter JTV Surabaya, sejak tahun 2021 sudah bergabung dengan Organisasi Pers Indonesia yaitu Persatuan Wartawan Indonesia (PWI) dan lolos mengikuti uji kompetensi wartawan muda yang dilakukan di Surabaya pada tahun 2021.

Serupa juga dialami oleh Samsul Alim wartawan JTV Biro Bojonegoro, ia mengaku selama menjadi jurnalis telah bergabung dengan organisasi Pers di Indonesia. Salah satunya Persatuan Wartawan Indonesia (PWI) Bojonegoro hingga Ikatan Jurnalis Televisi Indonesia (IJTI), beberapa rekannya juga bergabung di organisasi pers yang serupa maupun bergabung di organisasi pers Aliansi Jurnalis Independen (AJI). Hal ini dilakukan untuk melindungi para profesi jurnalis maupun menjaga kualitas jurnalis, selain bergabung di organisasi pers para wartawan ini juga dibekali oleh uji kompetensi wartawan (UKW) yang dikeluarkan oleh Dewan Pers Nasional.

Mcleod dan Hawley (1984) dalam Jeffres (2002) tengah mengemukakan, bahwasanya telah mengembangkan instrumen untuk mengukur profesionalisme jurnalis yang dapat mempengaruhi kualitas jurnalistik. Dalam standar etika, kebebasan dalam pekerjaan, pendidikan, sikap kritis serta tidak segera tertarik pindah profesi di luar sistem kerja jurnalistik. Sejalan dengan hal itu, Iwan Iwe Head of Multimedia Portal menambahkan bahwa JTV Surabaya sebagai induk perusahaan sudah terverifikasi secara administrasi dan faktual berdasarkan peraturan Dewan Pers Nasional, sejak 04/09/2018.



Strategi JTV Menghadapi Konvergensi Media

Dalam menghadapi konvergensi media, stasiun televisi JTV selalu merencanakan program yang strategis. Dengan harapan menarik minat audiens, salah satunya lewat program acara maupun news, namun wartawan di JTV saat ini diberlakukan multifungsi. Dalam artian bukan hanya bergerak dalam satu bidang pekerjaan, tetapi mereka juga melakukan garapan berita televisi, portal news dan sosial media untuk bidang news.

Jika perusahaan media ingin konvergensi berhasil, mereka perlu menerapkan inisiatif yang berkualitas. Untuk mencapai tujuan utama perusahaan, diperlukan strategi yang matang, komprehensif, dan responsif terhadap faktor eksternal. Untuk berekspansi ke media baru, JTV Surabaya membutuhkan sumber daya manusia (SDM) yang kompeten dan pendekatan baru dalam pemberitaan. Begitu pula kerja keras dari SDM media, bahwasanya mereka harus bisa memproduksi konten yang disesuaikan dengan karakteristik masing-masing platform. Lalu stasiun televisi tidak boleh hanya terfokus di platform televisi. Tetapi terbagi dalam media siber, hingga konten sosial media untuk meluaskan jangkauan audiens. Dalam arti, media harus membuat dan hadir di platform yang disukai atau dibutuhkan oleh audiens.

Ketatnya persaingan media siber di Indonesia, tentu menuntut media tidak hanya terkonvergensi. Tetapi media juga perlu memikirkan strategi yang akan dicapai, mengingat tuntutan masyarakat digital yang serba cepat. Bahkan sistem penggandaan konten merupakan hal yang lumrah ketika dilakukan di media. Baik itu 1 berita untuk media televisi massa, siber yang terbagi dalam beberapa angle dan sosial media. Namun hal ini dilakukan tanpa mengubah esensi namun menyesuaikan ruang yang tersedia. Sejalan dengan (Advances in Economics, Business and Management Research, 2018).

Sementara itu, menurut Iwan Iwe selaku Head of Multimedia Portal JTV, semakin banyak platform yang tersedia seperti Televisi, siber dan Media sosial yang digunakan oleh JTV tentu akan semakin besar jangkauan pemirsa untuk menjangkau JTV. Karena memang karakteristik masyarakat saat ini serba instan dan digital. Mau gak mau sebagai Media, JTV tetap hadir memenuhi permintaan audiens dan disesuaikan dengan kaidah etika jurnalistik (KEJ) agar pemberitaan tersebut tidak hanya cepat tetapi aktual dan validitas terpercaya.

Konsep self censorship merupakan ukuran kualitas jurnalistik dalam membentuk kemampuan para jurnalis terhadap proses seleksi secara intelektual (Perry:2007). Terutama ketika jurnalis dihadapkan pada pilihan untuk semua pihak secara positif, sebab tidak semua peristiwa tersebut layak diberitakan di media. Adapun yang menjadi tolak ukur yaitu kepekaan, kritis terhadap fakta di lapangan, lalu berpikir kontekstual, hingga kompetensi di lapangan serta nilai-nilai yang dianut jurnalis tersebut. Selanjutnya, beberapa bidang media massa bahkan telah merasakan dampak dari konvergensi media. Seperti jurnalistik konvensional, berupa televisi dan radio tentunya telah mengalami transformasi besar seperti yang dikemukakan oleh Abrar (2003). Dalam hal ini, wartawan harus memberikan informasi kepada audiens dengan cepat, yang biasanya disebut jurnalisme online. Maka konvergensi media terjadi seiring dengan perkembangan budaya masyarakat seperti yang dikemukakan oleh Jenkins (2006).

BIBLIOGRAFI

- Alimin, Fahira, & Islami, Adelia Nurul. (2022). *Teknologi Digital dalam Komunikasi*. OSF Preprints.
- Ameliola, Syifa, & Nugraha, Hanggara Dwi Yudha. (2013). Perkembangan media informasi dan teknologi terhadap anak dalam era globalisasi. *Prosiding In International Conference On Indonesian Studies" Ethnicity And Globalization*, 362–371.
- Basuki, Basuki, & Suwarno, Noorlailie. (2021). Teknologi Digital Memediasi Dampak Strategi Bisnis Terhadap Kinerja Umkm Di Nusa Tenggara Barat. *EKUITAS (Jurnal Ekonomi Dan Keuangan)*, 5(3), 300–320.
- Cangara, Hafied. (2013). *Perencanaan dan Strategi Komunikasi*, Cetakan Pertama, PT. Raja Grafindo Persada. Jakarta.
- Ernawati, Arni. (2023). *Menguasai Program Televisi: Panduan Awal untuk Pemula*. Penerbit NEM.
- Habibie, Dedi Kusuma. (2018). Dwi fungsi media massa. *Interaksi: Jurnal Ilmu Komunikasi*, 7(2), 79.
- Karim, Muhammad Sardin Abdul. (2023). *Penggunaan media komunikasi berbasis internet dan pemanfaatan informasinya oleh penyuluh pertanian lapangan di Kabupaten Lombok Barat*. UIN Mataram.
- Khotijah, Nifta Alifatul, Rahmanto, Andre, & Satyawana, Ign Agung. (2023). Surabaya People's Perception of The " Pojok Kampung" Program on The Jtv Rek Youtube Channel, as A Media for The Convergence of Mass Communication with Intercultural Communication in The Era of Digital Communication. *INTERNATIONAL CONFERENCE OF HUMANITIES AND SOCIAL SCIENCE (ICHSS)*, 117–126.
- Malik, Muh Syauqi. (2020). Technological Innovation in Integration and Interconnection of Science in Islamic Higher Education. *Sunan Kalijaga International Journal on Islamic Educational Research*, 4(2), 1–20.
- Mustofa, Muhammad Bisri, Wuryan, Siti, Tari, Iis Liana, Septiani, Julisa, & Andriyani, Lisa. (2022). Penerapan Komunikasi Massa Terhadap Budaya Masyarakat Pada Remaja Di Era Society 5.0. *KOMUNIKASIA: Journal of Islamic Communication and*

- Broadcasting*, 2(2), 90–104.
- Prayogo, Moh Dey, & Agustin, Elly Nur. (2023). Transfromasi Strategi Media Televisi Lokal Jtv Surabaya Di Era Digitalisasi Dan Konvergensi Media. *RELASI: Jurnal Penelitian Komunikasi (e-ISSN: 2807-6818)*, 3(04), 1–6.
- Salsabila, Unik Hanifah, Seviarica, Hilda Putri, & Hikmah, Maulida Nurul. (2020). Urgensi Penggunaan Media Audiovisual dalam Meningkatkan Motivasi Pembelajaran Daring di Sekolah Dasar. *INSANIA: Jurnal Pemikiran Alternatif Kependidikan*, 25(2), 284–304.
- Sarihati, Tati, Si, M., Luthfie, H. Muhammad, Kurniadi, Budi, & Si, M. (2022). *Komunikasi Politik, Media Massa dan Opini Publik*. PT. RajaGrafindo Persada-Rajawali Pers.
- Soelaiman, Lydiawati, & Ekawati, Sanny. (2022). The Role of Social Media in Enhancing Business Performance. *Tenth International Conference on Entrepreneurship and Business Management 2021 (ICEBM 2021)*, 400–404. <https://doi.org/10.2991/aebmr.k.220501.060>
- Suhara, Rizki Budhi. (2016). Jurnalis Perempuan Dalam Media Massa (Kajian Teori Strukturasi). *Jurnal Unsgawati*, 6(2), 103.
- Thomas, Michael. (2011). Technology, education, and the discourse of the digital native: Between evangelists and dissenters. In *Deconstructing digital natives* (pp. 1–11). Routledge.
- Winarno, Sugeng. (2015). Pemahaman Media Literacy Televisi Berbasis Personal Competences Framework (Studi Pemahaman Media Literacy Melalui Program Infotainment Pada Ibu-Ibu Perumahan Tegalgondo Asri Malang). *Jurnal Humanity*, 9(2).

Copyright holder:

Berie Poetra Akbar, Hikmah Lailatul Fitriyah, Lizza Arnofia Choirunnisa, Rafly Yuvindra Maulidan, Irwansyah (2024)

First publication right:

Syntax Admiration

This article is licensed under:

