

IMPLIKASI KONVERGENSI MEDIA TERHADAP KOMPETENSI REPORTER TEMPO.CO

SKRIPSI

Disusun Oleh Nama : Nadhira Dhiya

NIM : 1406015084

Peminatan : Komunikasi Massa



**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH PROF. DR. HAMKA
JAKARTA, 2018**

PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH PROF. DR. HAMKA

PERNYATAAN BUKAN PLAGIAT

Saya yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Nadhira Dhiya
NIM : 1406015084
Program Studi : Ilmu Komunikasi
Peminatan : Komunikasi Massa
Judul : Implikasi Konvergensi Media Terhadap Kompetensi Reporter
Tempo.Co

Demi Allah SWT, dengan ini saya menyatakan dengan sesungguhnya bahwa skripsi dengan judul tersebut di atas adalah benar-benar hasil penelitian saya dan BUKAN PLAGIAT. Apabila di kemudian hari terbukti skripsi saya ini PLAGIAT, maka saya bersedia menerima sanksi akademik berupa dibatalkannya hasil ujian skripsi saya dan atau dicabutnya gelar akademik saya.

Demikian surat pernyataan ini saya buat dengan sebenar-benarnya dan dapat dipertanggungjawabkan untuk dipergunakan sebagaimana mestinya.

Jakarta, 17 September 2018
Yang Menyatakan



Nadhira Dhiya

PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH PROF. DR. HAMKA

LEMBAR PERSETUJUAN SKRIPSI

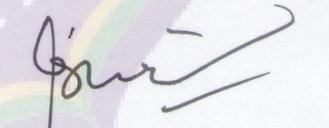
Judul Skripsi : Implikasi Konvergensi Media Terhadap Kompetensi Reporter
Tempo.Co
Nama : Nadhira Dhiya
NIM : 1406015084
Program Studi : Ilmu Komunikasi
Peminatan : Komunikasi Massa

Telah diperiksa dan disetujui
untuk mengikuti ujian skripsi oleh:

Pembimbing I


Said Romadlan, S.Sos., M.Si.
Tanggal : 14/11/18

Pembimbing II


Dini Wahdiyati, S.Sos., M.I.Kom.
Tanggal : 28/11/2018

PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH PROF. DR. HAMKA

LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI

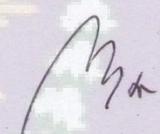
Judul Skripsi : Implikasi Konvergensi Media Terhadap Kompetensi Reporter
Tempo.Co
Nama : Nadhira Dhiya
NIM : 1406015084
Program Studi : Ilmu Komunikasi
Peminatan : Komunikasi Massa

Telah dipertahankan di hadapan penguji pada sidang skripsi yang dilaksanakan pada hari Sabtu, tanggal 1 Desember 2018, dan dinyatakan LULUS.


Dr. Sri Mustika, M.Si.

Penguji I

Tanggal : 17/12/2018


Dr. Maryono Basuki, M.Si.

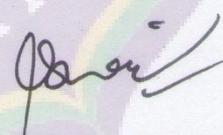
Penguji II

Tanggal : 14/12/2018


Said Romadlan, S.Sos., M.Si.

Pembimbing I

Tanggal : 18/12/19


Dini Wahdyati, S.Sos., M.I.Kom.

Pembimbing II

Tanggal : 21/12/18

Mengetahui,
Dekan


Said Romadlan, S.Sos., M.Si.

ABSTRAK

Judul Skripsi : **Implikasi Konvergensi Media Terhadap Kompetensi Reporter Tempo.Co**
Nama : **Nadhira Dhiya**
NIM : **1406015084**
Program Studi : **Ilmu Komunikasi**
Peminatan : **Komunikasi Massa**
Halaman : **120 + xii halaman + lampiran + 4 lembar daftar pustaka**

Kata Kunci : **Konvergensi Media, Kompetensi Reporter**

Seiring dengan perkembangan industri media yang diwarnai dengan pertumbuhan media daring membuat konvergensi menjadi isu penting saat ini. Media-media konvensional/tradisional mulai mengembangkan *platform* digital. Dulu media cetak (majalah dan koran), audio (radio), dan audio-visual (tv) memiliki *newsroom* yang terpisah-pisah. Namun pada era digital konvergensi media mulai muncul, seperti di Tempo grup. Fokus penelitian ini adalah bentuk-bentuk konvergensi yang diterapkan di Tempo grup dan implikasinya terhadap kompetensi reporter Tempo.co.

Peneliti menggunakan paradigma konstruktivis dan teori teknologikal determinisme serta teori *new media* dan konvergensi media. Teori-teori ini digunakan untuk memahami bagaimana teknologi informasi dan komunikasi yang ada mempengaruhi suatu media dalam melakukan konvergensi yang pada akhirnya berdampak pada kompetensi reporter.

Pendekatan penelitian adalah kualitatif, dengan jenis penelitian deskriptif interpretatif, dan metode penelitian studi kasus. Metode pengumpulan data dilakukan dengan wawancara mendalam, observasi, dan dokumentasi. Teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian ini ialah teknik komparatif konstan.

Hasilnya menunjukkan, bentuk-bentuk konvergensi yang diterapkan di Tempo.co adalah bentuk konvergensi pada tingkat *newsroom*. Setelah tiga kali mencoba, Tempo memutuskan untuk menurunkan kadar konvergensi yang semula model *newsroom* 3.0 menjadi *newsroom* 1.0. Penerapan sistem konvergensi ini berimplikasi terhadap kompetensi wartawannya, khususnya di tingkat reporter.

Kontribusi akademis penelitian ini ialah mengembangkan teori teknologikal determinisme. Kontribusi metodologis, mengembangkan metode penelitian wawancara mendalam. Kontribusi praktis, memberi masukan bagi perusahaan Tempo.co, agar dapat mengembangkan dan menerapkan pelatihan yang sesuai dengan kebutuhan reporter di lapangan. Kontribusi sosial, memberi pelajaran serta informasi kepada calon lulusan bidang jurnalistik untuk mengantisipasi pergeseran kompetensi ditengah konvergensi media sehingga dapat mempersiapkan diri dalam persaingan kerja.

KATA PENGANTAR

Puji syukur kehadiran Allah Swt yang senantiasa melimpahkan segala rahmat, nikmat, dan karunia-Nya sehingga kita dapat melakukan aktivitas sehari-hari dengan baik. Salawat dan salam semoga senantiasa tercurah kepada junjungan kita Nabi Besar Muhammad Saw, beserta para sahabat dan keluarganya.

Berkat bantuan semua pihak, penulis berhasil menyelesaikan Skripsi yang berjudul “Implikasi Konvergensi Media terhadap Kompetensi Reporter Tempo.Co”. Untuk itu penulis mengucapkan terima kasih kepada:

1. Dekan FISIP UHAMKA, Said Romadlan, S.Sos., M.Si sekaligus dosen pembimbing I yang mengarahkan dan membimbing dalam menyelesaikan skripsi ini.
2. Wakil Dekan FISIP UHAMKA, Dr. Sri Mustika, M.Si sekaligus dosen jurnalistik yang banyak mengenalkan dunia jurnalistik kepada penulis.
3. Kaprodi Ilmu Komunikasi FISIP UHAMKA, Dini Wahdiyati, S.Sos., M.I.kom sekaligus dosen pembimbing II yang mengarahkan dan membimbing dalam menyelesaikan skripsi ini.
4. Dosen Penguji II, Dr. Maryono Basuki, M.Si yang telah memberikan arahan dan masukan untuk skripsi ini.
5. Segenap dosen Jurnalistik di FISIP UHAMKA, Alm. Maskun Iskandar, M.Pd, Andi Mustmar, dan Panca Hariprabowo. Terima kasih atas ilmu, dukungan, dan bimbingannya selama ini kepada penulis sehingga penulis

dapat mengenal dunia jurnalistik dari berbagai perspektif dan aspek yang berbeda.

6. Para informan: Elik Susanto, Redaktur Eksekutif Tempo.co, Philipus Parera, Redaktur Eksekutif Koran Tempo, Rina Widiasturi, editor desk nasional Tempo.co, dan para reporter Tempo.Co: Vindry Florentin, Egi Adyatama, Danang Firmanto, Dewi Nurita, dan Imam Hamdi. Terima kasih atas kesempatan dan waktu yang telah diberikan.
7. Kedua orang tua: Io Narsio dan Tjut Gita Devi serta kakak-kakak tercinta, Wita Girawati, Lili Pildhiya, dan Hisyam Guthanara. Terima kasih telah menyemangati, mendoakan dan mendukung tanpa henti.
8. Teman-teman seperjuangan di FISIP UHAMKA angkatan 2014, khususnya peminatan Kommas: Fachreza (Pare), Diyyas, Hafidz, Bang Edho, semoga perjuangan kita membuahkan hasil yang baik bukan hanya untuk saat ini tetapi juga dimasa yang akan datang.
9. Teman-teman dekat penulis, Anggi, Anin, Arnis, Ayu, Benita, Daiti, Nepi, Novia, Evita, dan lainnya yang tidak dapat disebutkan satu persatu yang menyediakan waktu untuk bertukar pikiran dan saling mendukung dalam pembuatan skripsi ini.

Skripsi ini masih banyak kekurangannya. Untuk itu penulis mengharapkan kritik dan saran yang membangun. Penulis berharap semoga skripsi ini dapat memberikan manfaat bagi penulis dan pada orang banyak.

Jakarta, 17 September 2018

Nadhira Dhiya

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PERNYATAAN.....	ii
HALAMAN PERSETUJUAN.....	iii
HALAMAN PENGESAHAN	iv
ABSTRAK	v
KATA PENGANTAR.....	vi
DAFTAR ISI.....	viii
DAFTAR TABEL.....	xi
DAFTAR GAMBAR.....	xii
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1. Latar Belakang Masalah	1
1.2. Perumusan Masalah	11
1.3. Pembatasan Masalah	12
1.4. Tujuan Penelitian	12
1.5. Kontribusi Penelitian.....	12
1.6. Kelemahan dan Keterbatasan Penelitian	15
1.7. Sistematika Penelitian	15
BAB II KERANGKA TEORI	17
2.1. Paradigma Penelitian.....	17
2.2. Hakekat Komunikasi	19
2.2.1. Pengertian Komunikasi	19
2.2.2. Fungsi Komunikasi	21
2.2.3. Model Komunikasi	22

2.2.4.	Elemen Komunikasi	24
2.3.	Komunikasi Massa	28
2.3.1.	Pengertian Komunikasi massa	29
2.3.2.	Fungsi Komunikasi Massa	29
2.3.3.	Karakteristik Komunikasi Massa	31
2.3.4.	Bentuk-bentuk Komunikasi Massa.....	33
2.4.	Jurnalistik	34
2.4.1.	Pengertian Jurnalistik.....	35
2.4.2.	Fungsi Jurnalistik.....	36
2.5.	Teori Technological Determinisme	38
2.6.	New Media	41
2.7.	Konvergensi Media.....	43
2.7.1.	Pengertian Konvergensi Media	43
2.7.2.	Lima Dimensi Konvergensi	44
2.7.3.	Model Konvergensi Dietmar Schantin	48
2.7.4.	Dampak Positif Konvergensi Media.....	51
2.7.5.	Dampak Negatif Konvergensi Media	52
2.8.	Kompetensi	53
2.8.1.	Pengertian Kompetensi Wartawan	54
2.8.2.	Macam-macam Kompetensi Wartawan.....	55
2.8.3.	Tingkatan Kompetensi Wartawan	60
BAB III	METODOLOGI PENELITIAN	64
3.1.	Pendekatan, Jenis, dan Metode Penelitian.....	64
3.2.	Subjek Penelitian dan Informan.....	65
3.3.	Teknik Pengumpulan Data	68
3.4.	Teknik Analisis Data.....	69
3.5.	Lokasi dan Jadwal Penelitian	70

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....	71
4.1. Deskripsi Objek Penelitian	71
4.1.1. Profil Tempo	71
4.1.2. Visi dan Misi Tempo	74
4.1.3. Struktur Organisasi Tempo	75
4.2. Deskripsi Hasil Penelitian	76
4.2.1. Bentuk Konvergensi di Tempo.co	76
4.2.2. Implikasi Konvergensi Media Terhadap Kompetensi Reporter Tempo.co	93
4.3. Pembahasan	108
4.3.1. Penerapan Teori Technological Determinisme Pada Media Tempo	108
4.3.2. Penerapan Teori New Media Pada Media Tempo	112
4.3.3. Penerapan Teori Konvergensi Media Pada Media Tempo ..	114
BAB V PENUTUP	117
5.1. Simpulan	117
5.2. Saran-saran	118
DAFTAR PUSTAKA	xiii
LAMPIRAN	

DAFTAR TABEL

Tabel 2.1	Tingkatan Kompetensi Wartawan	61
Tabel 3.1	Jadwal Penelitian	70
Tabel 4.1	Kategori Kompetensi yang Harus Dimiliki Reporter pada Media yang Terkonvergensi	99
Tabel 4.2	Kategori Kompetensi Reporter <i>Online</i>	100
Tabel 4.3	Kategori Kompetensi Reporter yang Merasakan dan Tidak Merasakan Konvergensi	104



DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1	Model HUB	23
Gambar 2.2	Model <i>Newsroom</i> 1.0 Schantin.....	49
Gambar 2.3	Model <i>Newsroom</i> 2.0 Schantin.....	50
Gambar 2.4	Model <i>Newsroom</i> 3.0 Schantin.....	50
Gambar 2.5	Bagan Piramida Kompetensi Menurut <i>The Poynter Institute</i> ..	55
Gambar 4.1	Logo Tempo Media Group	71
Gambar 4.2	Struktur Organisasi Pt. Tempo Inti Media Tbk	75
Gambar 4.3	Struktur Anak Usaha Pt. Tempo Inti Media Tbk	75
Gambar 4.4	Konvergensi <i>Newsroom</i> Bentuk TNR	80
Gambar 4.5	Konvergensi Bentuk Komunitas/ Kompartemen.....	81
Gambar 4.6	Konvergensi <i>Newsroom</i> Bentuk Superdesk	82
Gambar 4.7	Bentuk Konvergensi yang diterapkan di Tempo	92

BAB I

PENDAHULUAN

5.3. Latar Belakang Masalah

Komunikasi merupakan suatu proses pertukaran informasi dari satu orang ke orang lain. Proses pertukaran ini dapat terjadi secara langsung ataupun melalui media. Komunikasi melalui media disebut juga dengan komunikasi massa. Ciri-ciri komunikasi ini ialah pesan yang disampaikan bersifat umum tidak terkhususkan kepada satu orang, khalayak bersifat heterogen, serta umumnya komunikan dan komunikator tidak saling mengenal (anonim).

Menurut Goran Hedebro (dalam Nurudin, 2005: 46-47), media dalam komunikasi berperan sebagai pembentuk kesadaran yang akan menentukan persepsi masyarakat terhadap lingkungan sekitarnya. Komunikasi diartikan sebagai alat untuk mengawasi kekuatan penting masyarakat yang akan membentuk wawasan seseorang mengenai kehidupan. Dengan demikian, masyarakat yang berkomunikasi melalui media akan memiliki pengaruh dalam perubahan sosial.

Sejalan dengan pengertian di atas, pers atau media massa menjadi unsur penting dalam komunikasi massa. Menurut Marshall Mc Luhan (dalam Nurudin, 2005: 69) pers merupakan perpanjangan dan perluasan dari kemampuan jasmani dan rohani manusia. Sedangkan menurut Wilbur Schramm (dalam Nurudin, 2005: 70), pers bagi masyarakat dianggap sebagai pengamat, forum, dan guru. Artinya, pers mampu berperan dalam

menyampaikan informasi, menjadi tempat bagi masyarakat untuk berdiskusi, serta dapat mendidik masyarakat ke arah kemajuan dan pembaharuan disaat yang bersamaan.

Di Indonesia, pengertian pers secara khusus terdapat dalam UU Pers no. 40 tahun 1999. Pers adalah lembaga sosial dan wahana komunikasi massa yang melakukan kegiatan jurnalistik meliputi mencari, memperoleh, memiliki, menyimpan, mengolah, dan menyampaikan informasi baik dalam bentuk tulisan, suara, gambar, suara dan gambar, serta data dan grafik maupun dalam bentuk lainnya dengan menggunakan media cetak, media elektronik dan segala jenis saluran media yang tersedia.

UU diatas menggambarkan bahwa pers merupakan wahana komunikasi massa atau lembaga sosial yang menggunakan media cetak, elektronik dan saluran lainnya (internet) untuk menyampaikan informasi kepada masyarakat. Dimana pada eranya, semua jenis media memiliki tingkat kejayaannya sendiri. Dimulai dari media cetak yang meliputi Koran dan majalah, kemudian berkembang dengan media elektronik yaitu radio dan televisi, hingga pada media *online (internet)*.

Media *online (internet)* ini disebut pula dengan istilah media baru atau *new media*. Media baru muncul akibat inovasi teknologi dalam bidang media meliputi televisi kabel, satelit, teknologi *optic fiber* dan komputer. Pengelompokan media baru menurut McQuail¹ dibedakan menjadi empat kategori. Pertama, media komunikasi interpersonal (meliputi telepon,

¹Jurnal Novi Kurnia Volume 6, No. 2, 2005 “Perkembangan Teknologi Komunikasi dan Media Baru: Implikasi Terhadap Teori Komunikasi”, halaman 292 - 293

handphone, e-mail). Kedua, media interaktif (meliputi komputer, *videogame*, serta permainan dalam internet). Ketiga, media pencarian informasi (meliputi portal berita atau *search engine*). Terakhir, media partisipasi kolektif (meliputi pengguna internet yang berbagi dan melakukan pertukaran informasi).

Namun demikian, adanya perkembangan media *online* tidaklah menghilangkan media terdahulu (cetak) seperti koran dan majalah, hanya saja intensitas penggunaan atau akses terhadap media tersebut semakin berkurang. Hal ini karena adanya penurunan jumlah pembaca akibat beragamnya media yang ada sehingga memudahkan masyarakat untuk memilih media sesuai dengan selera dan kebutuhan mereka masing-masing.

Berdasarkan survei Nielsen Consumer Media View (Juli 2017) yang dilakukan di 11 kota di Indonesia, penetrasi Televisi masih memimpin dengan 96 persen disusul dengan Media Luar Ruang (53%), Internet (44%), Radio (37%), Koran (7%), Tabloid dan Majalah (3%). Keberadaan internet sebagai media dengan tingkat penetrasi yang cukup tinggi menjadi indikasi bahwa masyarakat Indonesia semakin gemar mengakses berbagai konten melalui media digital. Dibandingkan dengan tahun 2015, frekuensi menonton konten video melalui internet juga menunjukkan peningkatan di semua kelompok usia. YouTube masih menjadi *platform online* video yang

paling banyak diakses. Di samping itu konsumen juga banyak menonton konten video melalui situs Detik (29%), dan CNN Indonesia (27%).²

Untuk itu, perkembangan teknologi yang semakin pesat sekarang ini serta adanya pergeseran selera khalayak media berdampak pula pada perkembangan industri media (pers). Banyak industri media yang melakukan perluasan dari media cetak ke media elektronik atau bahkan internet agar dapat bersaing dengan industri lainnya dalam menyampaikan informasi. Perluasan ini disebut pula dengan istilah konvergensi media.

Secara rinci konvergensi media diartikan sebagai penggabungan atau pengintegrasian dari beberapa jenis media yang ada untuk digunakan dan diarahkan kedalam satu titik tujuan dan hadir dalam bentuk digital. Konvergensi media memungkinkan khalayaknya untuk berinteraksi dengan media massa, mengontrol kapan, dimana, dan bagaimana mereka mengakses dan berhubungan dengan informasi dalam berbagai jenisnya.

Dalam industri media, konvergensi mempengaruhi dua proses utama yaitu pembuatan konten dan distribusi, Irwansyah dalam (Wardhani, Diah&Afdal Makkuraga Putra, 2012). Konten meliputi pemilihan, pengemasan, dan penyandian (encode) konten ke dalam sebuah medium. Sedangkan distribusi meliputi pendistribusian konten yang dituju, lalu mengurai isi sandi (decode) konten tersebut untuk digunakan.

Menurut Irwansyah dalam (Wardhani, Diah&Afdal Makkuraga Putra, 2012) digitalisasi dan konvergensi memiliki makna bahwa batasan-batasan

² <http://www.nielsen.com/id/en/press-room/2017/TREN-BARU-DI-KALANGAN-PENGGUNA-INTERNET-DI-INDONESIA.html> (diakses pada 16 April 2018 pukul 13:46)

dan rintangan platform sudah semakin terkikis dan mudah untuk dilompati. Dengan begitu mengakibatkan munculnya Jurnalisme konvergensi. Jurnalisme konvergensi merupakan kegiatan menghasilkan berita yang melibatkan kerjasama antara jurnalis media cetak, Tv, Radio, serta online. Dimana konten berita dapat lebih mudah dibagi antara reporter televisi, radio, dan online.

Pada perkembangannya, jurnalisme konvergensi juga mencakup konvergensi operasional yakni mengkombinasikan media-media yang terpisah tersebut kedalam satu usaha tunggal atau dapat disebut pula dengan istilah konglemerasi. Di Indonesia, praktik konglemerasi ini mendorong terbentuknya korporasi-korporasi antar media. Contohnya yaitu MNC yang memiliki RCTI, TPI (MNC TV), GLOBAL TV, I-News TV, Radio Trijaya, Koran Seputar Indonesia, Indovision, dan Okezone.com, atau Group Bakrie yang memiliki ANTV, TVOne, dan VivaNews.com. Serta CT Corp (Trans Corp). Grup ini membawahi Trans TV, Trans-7, CNN Indonesia, Trans Vision, dan detik.com.

Secara keseluruhan, jaringan yang terkonvergensi tentu memiliki dampak positif dan negatif. Pada tingkat industri, dampak positif dengan adanya konvergensi ini ialah menawarkan biaya operasional yang lebih rendah karena pengoprasian media-media yang ada dapat dilakukan dengan mempekerjakan satu reporter untuk 4 atau lebih media yang terkait. Kemudian, menawarkan layanan baru yang lebih luas & fleksibel sehingga beragam dunia industri dapat membentuk beragam bisnis baru, membuka

kesempatan terbentuknya hubungan bisnis baru atau kompetisi baru, mempermudah kegiatan promosi media karena setiap media dapat mempromosikan media-media terkait (mitra medianya) sehingga mendorong pembaca untuk mengunjungi mitra medianya tersebut. Sedangkan pada tingkat individu, konvergensi sudah mengubah sifat alami komunikasi. perkembangan teknologi komunikasi dapat mengubah cara berkomunikasi yang dapat membentuk eksistensi manusia, serta mempermudah mendapatkan akses informasi.

Namun demikian, konvergensi juga memiliki dampak negatifnya. Pada tingkat industri, dampak negatif dengan adanya konvergensi ini ialah adanya keseragaman konten atau isi pemberitaan. Dengan penggabungan media-media yang ada tidak menutup kemungkinan pemberitaan yang disampaikan antara media satu dengan media lainnya sama. Kemudian, melemahnya fungsi kontrol media karena berbenturan dengan kepentingan pemilik media, dan menurunnya kualitas konten.

Sedangkan pada tingkat individu, timbul kejenuhan-kejenuhan di masyarakat terhadap informasi yang disajikan. Kemudian, dari sisi jurnalis atau reporter dampak negatif yang timbul ialah adanya tuntutan peningkatan kemampuan (multitasking) reporter. Dimana SDM reporter dengan kemampuan multitasking ini belum mencukupi dan tidak diimbangi dengan peningkatan kemampuan atau pelatihan tambahan yang cukup dari media terkait.

Dampak positif dan negatif di atas menggambarkan bahwa tantangan reporter ditengah konvergensi media yang terjadi sekarang ini cukup kompleks. Dimana konvergensi media menuntut reporter memiliki kemampuan untuk menguasai berbagai teknologi media. Seorang reporter tidak hanya harus memiliki kemampuan menulis tetapi juga memiliki kemampuan mengambil foto dan video, mengedit video, serta melakukan siaran. Konsekuensinya ialah perlu adanya penyiapan sumberdaya manusia yang memadai (baik dari segi kualitas maupun kuantitas) untuk menguasai teknologi yang digunakan.

Subjek pada penelitian ini adalah media TEMPO.co yang merupakan bagian atau anakan dari PT. Tempo Inti Media Tbk. Media ini dipilih karena TEMPO Media Group sendiri merupakan salah satu media besar di Indonesia yang juga telah melakukan konvergensi media cukup lama. Terbilang pada tahun 2001, organisasi redaksi Tempo telah melakukan konvergensi dengan membentuk kendali liputan yang diberi nama Tempo *Newsroom* yang disingkat dengan TNR. Sebelumnya di tahun 1995, Tempo telah merambah dunia digital dengan meluncurkan majalah digital pertama di Indonesia, yakni Tempo Interaktif, melalui situs <http://www.tempointeraktif.com>. Kemudian sejak 2008, Tempo.co telah lahir kembali dengan wajah baru atau bentuk *online*.

Dimulai sejak tahun 1971 hingga sekarang, TEMPO Media Grup telah menghasilkan produk-produk berupa majalah Tempo (Majalah Tempo English dan Majalah Travelounge), koran Tempo, media digital (Tempo.co

dan Tempo *Newsroom* (TNR)), Kantor Berita yang berfungsi sebagai pusat berita memperkuat Tempo Media Group, Tempo TV, serta Pusat Data dan Analisa Tempo (PDAT).

Dengan permasalahan yang telah dijelaskan diatas maka peneliti berusaha mencari tahu tentang kompetensi apa yang dibutuhkan reporter Tempo.co ditengah era konvergensi media. Untuk itu peneliti mengambil judul “Implikasi Konvergensi Media terhadap kompetensi reporter Tempo.co”. Target yang diteliti adalah pimpinan Redaksi Tempo.co dan beberapa reporter Tempo.co.

Penelitian ini dianggap penting bagi peneliti karena diharapkan dapat menggali serta memberikan pemahaman mengenai kompetensi reporter serta penerapannya di era konvergensi media sekarang ini. Sehingga dapat memberikan gambaran bagi lulusan komunikasi khususnya bidang jurnalistik agar sampai sejauh mana kemampuan itu perlu digali untuk mempersiapkan dirinya dalam mengatasi persaingan kerja yang ada. Serta dapat dijadikan sebagai sebuah acuan dalam bidang pendidikan untuk menerapkan sistem pendidikan yang sesuai dengan penerapan kompetensi reporter di era konvergensi media ini.

Penelitian mengenai kinerja reporter dan konvergensi media pernah dilakukan oleh :

- a) Kartika Dewi Meilitasari, dari Departemen Ilmu Komunikasi Program Sarjana Reguler, FISIP Universitas Indonesia (UI), 2009, dengan

judul *Keterampilan Yang Harus Dimiliki Jurnalis Di Era Konvergensi Media (Perspektif Jurnalis di Jakarta, Indonesia)*.

Penelitian ini dikaji dengan menggunakan Paradigma post-positivis yang mencoba membuka realitas praktik konvergensi media di Indonesia. Teknik pengumpulan data dalam penelitian ini menggunakan wawancara, observasi partisipant, serta studi pustaka. Teori yang digunakan dalam penelitian ini adalah Truth and Reality-oriented Correspondence Theory dengan melihat praktik kerja reporter di beberapa media yakni Kompas.com, Detik.com, Okezone.com, Special Broadcasting Service Television (SBS TV, Australia) dan Television for Education-Asia Pacific (TV EAP, Srilanka).

Hasil penelitian ini menyatakan bahwa praktik konvergensi media di Indonesia belum menyeluruh terutama pada level pengumpulan berita. Kebanyakan media nasional di Indonesia belum menerapkan *multi-platform newsroom*. Manajemen editorialnya masih terpisah-pisah, anakan-anakan media tersebut cenderung bekerja masing-masing sehingga belum ada tuntutan bagi para jurnalisnya untuk memiliki keterampilan jurnalistik multimedia. Oleh karena itu keterampilan para jurnalis kebanyakan masih tergolong dalam keterampilan dasar jurnalistik, seperti menulis.

- b) Burhan Mukmin, dari Program Studi Ilmu Komunikasi, FISIP Universitas Muhammadiyah Prof. DR. HAMKA (UHAMKA), 2014.

Judul yang diangkat yakni *Praktik Konvergensi Media Radio & Majalah dalam media online (Studi Kasus website Berisik Radio)*.

Menggunakan teori konvergensi media dan determinisme teknologi, penelitian ini berfokus pada praktik konvergensi yang dilakukan oleh berisik radio serta faktor yang mempengaruhi terjadinya konvergensi di media tersebut. Hasil penelitian ini menjelaskan bahwa berisik radio telah melakukan praktik konvergensi media dengan mengubah bentuk siaran radio menjadi *online* atau streaming dan menggabungkan radio dan majalah *online* dalam satu *platform*. kemudian faktor yang mendorong terjadinya konvergensi media ini adalah bergesernya selera konsumen/khalayak karena adanya perkembangan teknologi sehingga perlu dilakukannya konvergensi media agar jangkauan khalayak berisik radio ini menjadi lebih luas.

- c) Galih Smarapradhipa, dari Program Studi Pascasarjana Ilmu Komunikasi, FISIP Universitas Indonesia (UI), 2014, dengan judul *Analisis Kinerja Pasar Media Konvergensi (Studi Kasus PT Tempo Inti Media, Tbk dan PT Mahaka Media, Tbk)*.

Tesis ini membahas tentang upaya perusahaan media massa melakukan konvergensi untuk mempertahankan performa pasarnya dimana media yang dipilih ialah perusahaan PT Mahaka Media Tbk dan dan PT Tempo Inti Media Tbk. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dan kualitatif dengan metode deskripsi dan

analisis rasio. Hasil penelitian ini menyatakan bahwa upaya konvergensi yang dilakukan sudah tepat, hal ini dikarenakan pendapatan dari media digital sebagai unit bisnis baru telah mampu menyumbang keuangan perseroan sehingga dapat menopang kinerja perusahaan media massa konvensional, dalam menghadapi perkembangan teknologi informasi komunikasi.

Penelitian ini berbeda dengan penelitian terdahulu karena peneliti menggunakan teori dan fokus penelitian yang berbeda dengan penelitian sebelumnya. Dimana teori yang digunakan dalam penelitian ini adalah teori *Technological Determinism* dengan dibantu oleh teori pendukung yakni konvergensi media dan *new media*. Sedangkan fokus penelitiannya terletak pada kompetensi reporter dan bentuk konvergensi yang dilakukan TEMPO.Co.

5.4. Perumusan Masalah

Berdasarkan paparan latar belakang diatas, maka dapat diambil dua rumusan masalah penelitian:

1. Bagaimana bentuk-bentuk konvergensi media yang dilakukan oleh media Tempo.co?
2. Bagaimana implikasi konvergensi media terhadap kompetensi reporter Tempo.co?

5.5. Pembatasan Masalah

Dari latar belakang dan perumusan masalah di atas, perlu adanya pembatasan masalah agar ruang lingkup permasalahan lebih terfokus dan mempermudah peneliti dalam mengkajinya. Adapun pembatasan masalah dalam penelitian ini ialah :

1. Kompetensi reporter
2. Bentuk-bentuk konvergensi yang diterapkan
3. Sasaran penelitian, Pemilik Media atau Pimpinan Redaksi Tempo.co
4. Media yang digunakan Media Tempo.co

5.6. Tujuan Penelitian

Berdasarkan perumusan masalah di atas, adapun tujuan dalam penelitian ini ialah:

1. Untuk memahami bentuk-bentuk konvergensi media yang dilakukan oleh media Tempo.co.
2. Untuk memahami kompetensi reporter Tempo.co di era konvergensi media.

5.7. Kontribusi Penelitian

5.7.1. Kontribusi Akademis

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi akademis terhadap perkembangan ilmu komunikasi, dengan

mengembangkan Teori *Technological Determinism*. *Technological Determinism* merupakan teori yang dikemukakan oleh Marshall McLuhan terkait dengan pengaruh teknologi dalam kehidupan manusia. Teori ini secara mendalam membahas tentang peranan penting media yang telah menciptakan revolusi dalam masyarakat karena adanya ketergantungan masyarakat terhadap teknologi. Dimana teknologi dipandang dapat berperan dalam menciptakan dan mengelola budaya.

Selain itu, hasil penelitian ini juga diharapkan dapat menjadi acuan dan rujukan bagi pihak lain sehingga dapat diterapkan dalam penelitian serupa. Dalam hal ini penelitian mengenai implikasi konvergensi media terhadap kompetensi reporter Tempo.co.

5.7.2. Kontribusi Metodologis

Pendekatan penelitian yang digunakan dalam penelitian ini ialah dekriptif interpretatif dengan metode wawancara mendalam dengan narasumber, observasi partisipan serta observasi dokumen sebagai bahan pengumpulan datanya. Secara Metodologis, penelitian ini diharapkan dapat mengembangkan metode penelitian yang digunakan sehingga dapat dijadikan sebagai referensi untuk penelitian selanjutnya.

5.7.3. Kontribusi Praktis

Penelitian ini diharapkan dapat menjadi bahan masukan bagi Tempo untuk dapat mengembangkan dan menerapkan pelatihan yang sesuai dengan kebutuhan reporter di lapangan guna mendukung peningkatan kompetensi wartawannya. Selain itu penelitian ini juga diharapkan dapat bermanfaat bagi para praktisi ilmu komunikasi khususnya bidang jurnalistik sehingga dapat menerapkan kurikulum yang sesuai dengan kebutuhan media saat ini.

5.7.4. Kontribusi Sosial

Penelitian ini diharapkan dapat bermanfaat sebagai pembentukan kesadaran serta pemahaman terhadap perkembangan konvergensi media yang mempengaruhi pergeseran kompetensi reporter di suatu media (penelitian ini merujuk pada media Tempo.co). Selain itu juga, diharapkan penelitian ini dapat dijadikan sebagai dasar untuk mengembangkan pemberdayaan masyarakat sehingga berkurangnya pengangguran karena dapat menyesuaikan diri dengan kebutuhan media.

5.8. Kelemahan dan Keterbatasan Penelitian

Kelemahan penelitian ini tidak didukung oleh data observasi ketika full konvergensi berlangsung di Tempo.

Sedangkan keterbatasan dalam penelitian ini adalah minimnya literatur terkait konvergensi media sehingga menyulitkan peneliti memperoleh sumber bacaan yang ada. Kemudian luasnya pemahaman akan konvergensi ini juga menjadi hambatan tersendiri karena belum ada batasan yang jelas akan konvergensi tersebut.

5.9. Sistematika Penelitian

BAB I PENDAHULUAN

Bab ini berisikan penjabaran latar belakang masalah yang akan diteliti yakni hal-hal yang berkaitan atau menyangkut tentang implikasi konvergensi media terhadap kompetensi reporter Tempo.co, selain itu pada bab ini juga dijelaskan mengenai perumusan masalah, pembatasan masalah, tujuan penelitian, signifikansi/kontribusi penelitian, keterbatasan dan kelemahan penelitian, serta sistematika penulisan penelitian.

BAB II KERANGKA TEORI ATAU PEMIKIRAN

Pada bab ini akan dijabarkan tentang paradigma konstruktivisme, hakekat komunikasi, teori peminatan yakni Jurnalistik atau Komunikasi Massa, teori kontekstual komunikasi dalam penelitian ini yakni komunikasi massa, teori *Technological Determinism*, konvergensi media, dan teori-teori yang terkait dalam penelitian ini.

BAB III METODOLOGI PENELITIAN

Bab ini berisi tentang pendekatan penelitian, jenis penelitian, metode penelitian, subjek penelitian dan informan, teknik pengumpulan data, teknik analisis data, lokasi penelitian dan jadwal penelitian.

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Bab ini berisi tentang deskripsi objek, hasil, serta pembahasan penelitian yang dikaitkan dengan teori-teori yang digunakan. Hasil penelitian yang dilakukan oleh peneliti yakni mengenai bagaimana bentuk-bentuk konvergensi yang dilakukan oleh Tempo.co serta bagaimana implikasi konvergensi media terhadap kompetensi reporter Tempo.co.

BAB V PENUTUP

Bab ini berisi simpulan penelitian dari rumusan masalah hingga hasil penelitian, dan saran atau rekomendasi yang berkaitan dengan proses dan hasil-hasil penelitian untuk diperbaiki pada penelitian berikutnya. Meliputi saran akademis, metodologis, praktis, dan sosial.

DAFTAR PUSTAKA

Buku

- Ardianto, Elvinaro. 2007. *Komunikasi Massa Suatu pengantar*. Bandung: Simbosa Rekatama.
- Bungin, Burhan. 2009. *Penelitian Kualitatif: Komunikasi, Ekonomi, Kebijakan Publik, dan Ilmu Sosial Lainnya*. Jakarta: Kencana Prenada Media Group.
- Idrus, Muhammad. 2009. *Metode Penelitian Ilmu Sosial*. Jakarta: Penerbit Erlangga.
- Ishwara, Luwi. 2011. *Jurnalisme Dasar*. Jakarta: PT. Kompas Media Nusantara.
- Kriyantono, Rachmat: 2006. *Teknik Praktik Riset Komunikasi*. Jakarta: Kencana.
- Maharani, Maesita. 2008. *Repotase Dasar dan Penulisan Berita*. Jakarta: Permata Equator.
- Mulyana, Deddy. 2012. *Ilmu Komunikasi Suatu Pengantar*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya.
- Morissan. 2010. *Teori Komunikasi Massa*. Bogor: Ghalia Indonesia.
- Morissan. 2013. *Teori Komunikasi: Individu Hingga Massa*. Jakarta: Kharisma Putra Utama.
- Nasrullah. 2016. *Teori dan Riset Media Siber (Cybermedia)*. Jakarta: Prenada Media Group.
- Nurudin. 2009. *Jurnalisme masa kini*. Jakarta: Rajawali Pers.
- Nurudin. 2005. *Sistem Komunikasi Indonesia*. Jakarta: PT RajaGrafindo Persada.

Nurudin. 2009. *Pengantar Komunikasi Massa*. Jakarta: PT RajaGrafindo Persada.

Santoso, Edi dan Setiansah, Mite. 2010. *Teori Komunikasi*. Jakarta: Graha Ilmu.

Sambo, Masriadi dan Jafarudin Yusuf. 2017. *Pengantar Jurnalisme Multiplatform*. Depok: Prenadamedia Group.

Sugiyono. 2008. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: CV Alfabeta.

Wardhani, Diah&Afdal Makkuraga Putra. 2012. *The Repotition Of Communication In The Dynamic Of Convergence*. Jakarta: Kencana.

Yunus, Syarifudin. 2010. *Jurnalistik Terapan*. Bogor: Ghalia Indonesia.

E-Book

Sarwono, Billy K., dkk. 2016. *Materi Pokok Komunikasi Massa*. Tangerang Selatan: Universitas Terbuka.

Gottschalk, Pit. 2010. *The Heart of a morning paper beats online: How to organize the content workflow in a modern media company*. Berlin: Two Stones Publishing.

Penelitian Sebelumnya

Meilitasari, Kartika Dewi. 2009. *Keterampilan Yang Harus Dimiliki Jurnalis Di Era Konvergensi Media (Perspektif Jurnalis di Jakarta, Indonesia)*. Depok: Universitas Indonesia (UI).

Mukmin, Burhan. 2014. *Praktik Konvergensi Media Radio dan Majalah dalam Media Online (Studi Kasus Website Berisik Radio)*. Jakarta: UHAMKA

Smarapradhipa, Galih. 2014. *Analisis Kinerja Pasar Media Konvergensi (Studi Kasus PT Tempo Inti Media, Tbk dan PT Mahaka Media, Tbk)*. Depok: Universitas Indonesia (UI).

Jurnal

Kurnia, Novi. 2005. *Perkembangan Teknologi Komunikasi dan Media Baru: Implikasi Terhadap Teori Komunikasi*. Volume 6, No. 2. Mediator.

Resmadi, Idhar dan Yuliar, Sonny. 2014. *Kajian Difusi Inovasi Konvergensi Media di harian Pikiran Rakyat*. Volume 13, Nomor 2. Bandung: Institut Teknologi Bandung

Dewan Pers. 2015. *Standar Kompetensi Wartawan, Sumbangannya bagi peningkatan Profesionalisme Wartawan*. Edisi No.11. Jakarta: Dewan Pers.

PDF

Laporan Tahunan PT Tempo Inti Media Tbk. 2014. Jakarta: Tempo Media Group.

Laporan Tahunan PT Tempo Inti Media Tbk. 2015. Jakarta: Tempo Media Group.

Laporan Tahunan PT Tempo Inti Media Tbk. 2016. Jakarta: Tempo Media Group.

Internet

<http://www.nielsen.com/id/en/press-room/2017/TREN-BARU-DI-KALANGAN>

[PENGGUNA-INTERNET-DI-INDONESIA.html](#) (diakses pada 16 April 2018 pukul 13:46)

<https://www.kompasiana.com/dihanrudiantoro/konvergensi-industri>

[media_551ab5a2a33311e521b65963](#) (diakses pada 16 April 2018 pukul 10:47)

<https://www.slideshare.net/mobile/yudhaspiza/konvergensi-media> (diakses pada 18 Oktober 2018 pukul 09:47)

<https://www.ida.or.id/jooglo/uploads/images/source/logo/> (diakses pada 22 Oktober 2018 pukul 11:35)

<http://www.nielsen.com/id/en/press-room/2017/TREN-BARU-DI-KALANGAN-PENGGUNA-INTERNET-DI-INDONESIA.html> (diakses pada 16 April 2018 pukul 13:46)

