

## **BAB II**

### **KAJIAN PUSTAKA**

#### **2.1 Penelitian Terdahulu yang Relevan**

Pada bab ini, peneliti memaparkan penelitian terdahulu dengan tujuan untuk memperoleh referensi untuk perbandingan yang relevan dengan penelitian yang akan dilakukan peneliti. Selain itu bisa dijadikan sebagai acuan sehingga dapat terhindar dari anggapan kesamaan dengan penelitian yang sudah ada sebelumnya. Maka dari itu dalam tinjauan pustaka peneliti mencantumkan setidaknya tiga penelitian terdahulu sebagai berikut:

1. Hasil penelitian Diyah Ayu Karunianingsih (2021)

Penelitian pada jurnal Diyah Ayu Karunianingsih yang berjudul Konvergensi Media Pada Podcast Radar Jogja Digital Dalam Publikasi Dan Perluasan Segmentasi Audiens. Pada penelitian ini menggunakan metode fenomenologi dengan tujuan untuk mengetahui model konvergensi media yang dilakukan podcast Radar Jogja Digital, dan untuk mengetahui strategi perluasan segmentasi audiens pada podcast Radar Jogja Digital.

Hasil pengumpulan data menggunakan observasi dan wawancara dengan model konvergensi Grant dan Wilkinson. Berdasarkan hasil penelitian ini mendeskripsikan model konvergensi pada podcast Radar Jogja Digital, podcast digunakan sebagai strategi dalam publikasi dan memperluas segmentasi audiens adalah konvergensi jurnalistik meliputi konvergensi newsroom, konvergensi news gathering, dan konvergensi

konten. Relevansi persamaan penelitian ini dengan penelitian sebelumnya adalah sama-sama menggunakan metode penelitian fenomenologi. Perbedaannya terletak di tujuan penelitian dan teori yang digunakan adalah teori mediamorfosis Roger Fidler.

2. Hasil penelitian Su ci, Lusia Savitri Setyo Utami (2020)

Penelitian pada jurnal Su Cin, Lusia Savitri Setyo Utami yang berjudul Konvergensi Media Baru dalam Penyampaian Pesan Melalui Podcast. Pada penelitian ini menggunakan metode deskriptif kualitatif dengan tujuan untuk mengetahui bagaimana cara penyiar melakukan konvergensi media dalam mendistribusikan podcast yang merupakan media audio baru kepada masyarakat melalui studi kepada podcast Malam Kliwon.

Hasil pengumpulan data menggunakan observasi dan wawancara, dan studi pustaka teori yang digunakan adalah teori komunikasi massa dan teori konvergensi media. Berdasarkan hasil penelitian ini konvergensi yang dilakukan podcast Malamkliwon adalah dengan memanfaatkan platform media Spotify, YouTube dan Instagram sebagai upaya mendistribusikan podcast. Relevansi persamaan dan perbedaan penelitian ini dengan penelitian penulis adalah sama-sama meneliti media baru podcast. Perbedaannya terletak pada tujuan penelitian, metode yang digunakan dan teori yang digunakan.

### 3. Hasil penelitian Qholiva Yuni Fadilla (2019)

Penelitian pada jurnal Qholiva Yuni Fadilla yang berjudul Tranformasi Media Cetak Lokal di Indonesia: Konvergensi Media Kedaulatan Rakyat. Pada penelitian ini metode yang digunakan adalah metode studi kasus dengan tujuan untuk menginterpretasikan dan mendeskripsikan konvergensi media yang diterapkan Kedaulatan Rakyat.

Hasil pengumpulan data menggunakan observasi dan wawancara, dan studi pustaka, dengan teori konvergensi media. Berdasarkan hasil penelitian tersebut konvergensi media yang diterapkan adalah newsroom jenis newsroom 3.0 (*integrated newsroom*). Namun, Kedaulatan Rakyat melakukan strategi yang tidak tepat dalam menerapkan konvergensi newsroom 3.0 yaitu dengan masih melakukan mempertahankan tradisi-tradisi konservatif. Relevansi persamaan dan perbedaan penelitian ini dengan penelitian sebelumnya adalah sama-sama meneliti tentang transformasi media. Perbedaannya terletak pada penelitian terdahulu memfokuskan tentang model konvergensi yang diterapkan oleh kedaultan rakyat sedangkan penelitian saya untuk mengetahui pengalaman podcast Tempo secara dalam berkonvergensi menggunakan *platform* digital podcast, selain itu perbedaan terletak pada metode yang digunakan dan teori yang digunakan.

Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu yang Relevan

<b>Nama Peneliti</b>	Diyah Ayu Karunianingsih (2021)	Su Cin, Lusia Savitri Setyo Utami (2020)	Qholiva Yuni Fadilla (2019)
<b>Judul</b>	Konvergensi Media Pada Podcast Radar	Konvergensi Media Baru dalam	Tranformasi Media Cetak Lokal di

	Jogja Digital Dalam Publikasi Dan Perluasan Segmentasi Audiens	Penyampaian Pesan Melalui Podcast	Indonesia: Konvergensi Media Kedaulatan Rakyat
<b>Tujuan Penelitian</b>	Untuk mengetahui model konvergensi media yang dilakukan podcast Radar Jogja Digital, dan untuk mengetahui strategi perluasan segmentasi audiens pada podcast Radar Jogja Digital	Untuk mengetahui bagaimana cara penyiar melakukan konvergensi media dalam mendistribusikan podcast yang merupakan media audio baru kepada masyarakat melalui studi kepada podcast Malam Kliwon	Untuk menginterpretasikan dan mendeskripsikan konvergensi media yang diterapkan Kedaulatan Rakyat
<b>Teori</b>	Model Konvergensi Grant dan Wilkinson	Teori Konvergensi Media oleh Henry Jenkins	Teori Konvergensi Media
<b>Metode</b>	Metode Fenomenologi	Metode Deskriptif Kualitatif	Metode Studi Kasus
<b>Hasil</b>	Peneliti pada penelitian tersebut mendeskripsikan model konvergensi pada podcast Radar Jogja Digital, podcast digunakan sebagai strategi dalam publikasi dan memperluas segmentasi audiens adalah konvergensi jurnalistik meliputi konvergensi newsroom, konvergensi news gathering, dan konvergensi konten	Peneliti pada penelitian tersebut mendeskripsikan konvergensi yang dilakukan podcast Malamkliwon adalah dengan memanfaatkan platform media Spotify, YouTube dan Instagram sebagai upaya mendistribusikan podcast	Peneliti pada penelitian tersebut Mendeskripsikan pelaksanaan konvergensi yang diterapkan oleh Kedaulatan Rakyat
<b>Kesimpulan</b>	Podcast Radar Jogja Digital menerapkan tiga jenis konvergensi jurnalistik meliputi konvergensi newsroom, konvergensi news gathering, dan konvergensi konten. Selain itu, juga menerapkan konvergensi kontinum yang meliputi cross-promotion, cloning, cooptation, content sharing, sedangkan full coverage belum	Podcast Malamkliwon menunjukkan tiga hal yang berkaitan dengan konvergensi media menurut Jenkins dalam upaya penyampaian pesan yaitu dengan pengolahan konten oleh penyiar berupa take audio maupun visual kemudian melakukan proses penambahan efek tertentu, selanjutnya membangun komunikasi yang baik dengan pendengar	Konvergensi media yang diterapkan adalah newsroom jenis newsroom 3.0 (integrated newsroom). Namun, Kedaulatan Rakyat melakukan strategi yang tidak tepat dalam menerapkan konvergensi newsroom 3.0 yakni, dengan masih melakukan mempertahankan tradisi-tradisi konservatif.

	sepenuhnya diterapkan.	melalui sosial media Instagram, dan isi konten yang dapat menarik minat pendengar untuk menyimak hingga usai	
--	------------------------	--	--

## 2.2 Kajian Pustaka

### 2.2.1 Konvergensi Media

Dalam kamus besar bahasa Indonesia konvergensi diartikan sebagai keadaan menuju atau memusat pada satu titik pertemuan. Secara harfiah konvergensi adalah dua benda atau lebih bertemu atau bersatu disuatu titik pemusatan pandangan mata ke suatu tempat yang amat dekat. Konvergensi merupakan perubahan radikal dalam penanganan, penyediaan, distribusi, dan pembentukan seluruh bentuk informasi baik visual, audio, data, dan sebagainya.<sup>7</sup> Konvergensi yakni bergabungnya media telekomunikasi tradisional dengan internet sekaligus. Dapat dimaknai bahwa konvergensi berarti meleburkan batasan antar teknologi komunikasi konvensional dan teknologi komunikasi modern sehingga menyatu agar bekerja lebih optimal dan dapat mencapai tujuannya. Kunci dari konvergensi adalah digitalisasi, karena seluruh bentuk informasi maupun data diubah dari format analog ke format digital sehingga dikirim kedalam satuan bit (*binary digit*).<sup>8</sup>

Dalam perkembangan industri media, kata konvergensi menjadi salah satu kata kunci yang menunjukkan perilaku dimana banyak perusahaan media besar

<sup>7</sup>Agus Ganjar Runtiko, *Konvergensi Media Masyarakat Desa*, Rural Media Convergence, 2012, hal 89

<sup>8</sup>Dinara Maya Julijanti, *Dinamika Digitalisasi dan Konvergensi Media Televisi di Indonesia*, 2012, hal 94

menggunakan berbagai saluran penyampai pesan seperti surat kabar, televisi, situs online, radio, dan lain sebagainya lewat saluran telekomunikasi seperti telepon seluler. Pesatnya perkembangan teknologi di bidang teknologi informasi kemudian memicu perubahan besar ke arah teknologi digital. Munculnya digitalisasi menyebabkan semua konten media cetak dan elektronik dapat digabungkan dan di distribusikan. Pada muaranya, perkembangan di bidang teknologi informasi ini menyebabkan terjadinya konvergensi.

Istilah konvergensi mulamula ditemukan oleh Ithiel de Sola Pool dalam bukunya *Technologies of Freedom* tahun 1983, hal ini sebagaimana yang diutarakan Hendry Jenkins dalam *Convergence Culture*. Dia menggunakan istilah konvergensi untuk menggambarkan kekuatan perubahan dalam industri media komunikasi massa (pers, radio, televisi).

Konsep konvergensi media juga di perjelas kembali oleh Hendry Jenkins yang menyebutkan pengertian konvergensi media adalah:

*“... the flow of content across multiple media platforms, the cooperation between multiple media industries and the migratory behavior of media audiences...”*<sup>9</sup>

Defenisi ini menyatakan bahwa konvergensi media adalah aliran konten diberbagai platform media, kerjasama antara beberapa media industri dan perilaku bermigrasi dari khalayak media. Fenomena konvergensi media dipicu oleh lahirnya media baru dan teknologi digital, dimana saat ini memungkinkan untuk mengakses konten dibeberapa platform media.

---

<sup>9</sup>Hendry Jenkins, *Convergence Culture: Where Old and New Media Collide*, New York: New York University Press, 2006, hal 10

Konvergensi media merupakan salah satu perkembangan media massa yang melibatkan banyak faktor teknologi di dalamnya. Kehadiran internet mendorong media massa menerapkan konsep konvergensi media seperti media online, *e-paper*, *e-books*, podcast, media sosial, yang digabungkan dengan media lainnya. Media digital menjadi media yang sedang populer dalam beberapa tahun ini. Beberapa kalangan kemudian menyebutkan media cetak akan tergusur oleh teknologi media berbasis digital. Internet sebagai salah satu media baru mampu menggeser keberadaan media konvensional seperti surat kabar, karena saat ini jurnalistik online telah menjadi daya tarik bagi pelaku-pelaku bisnis dalam bidang media.

Perusahaan menentukan ke arah mana bentuk konvergensi teknologi komunikasi tersebut, berdasarkan kebutuhan dan selera konsumen. Produk yang dilengkapi dengan banyak fitur akan memberikan nilai tambah terhadap produk tersebut. Banyaknya fitur, akan memudahkan tim marketing untuk melakukan penetrasi pasar. Karena itu konvergensi media bukan hanya sekedar pergeseran teknologi. Tapi telah mengubah hubungan antara teknologi, industri, pasar yang sudah ada, genre dan penonton.

### **2.2.2 Media Baru (*New Media*)**

*New media* atau media baru adalah istilah yang dimaksudkan untuk mencakup kemunculan komputer digital atau jaringan teknologi informasi dan komunikasi di akhir abad ke-20. Sebagian besar teknologi yang digambarkan sebagai media baru adalah digital. Media baru memiliki karakteristik dapat dimanipulasi, bersifat jaringan, padat, interaktif dan tidak memihak. Secara

sederhana media baru adalah media yang terbentuk dari interaksi antara manusia dengan komputer dan internet. Termasuk di dalamnya adalah web, blog, *online social network*, online forum, dan lain-lain yang menggunakan komputer sebagai medianya.<sup>10</sup>

Istilah *new media* digunakan untuk menyebut sebuah media baru yang menggabungkan media-media konvensional dengan internet. *New media* digunakan untuk menjelaskan kemunculan media yang bersifat digital, terkomputerisasi dan berjaringan sebagai efek dari semakin berkembangnya teknologi informasi dan komunikasi. *New media* memungkinkan para penggunanya untuk mengakses berbagai konten media kapan saja, di mana saja dengan berbagai elektronik. *New media* memiliki sifat interaktif dan bebas.

Berikut adalah ciri-ciri media baru menurut Denis McQuail<sup>11</sup>:

1. Digitalisasi dan konvergensi atas segala aspek media
2. Interaktivitas dan konektivitas jaringan yang semakin meningkat
3. Mobilitas dan delokasi untuk mengirim dan menerima
4. Adaptasi terhadap peranan publikasi dan khalayak
5. Munculnya beragam bentuk baru pintu (*gateway*) media
6. Pemisahan dan pengaburan dari lembaga media.

### 2.2.3 Podcast

Podcast merupakan singkatan yang sebenarnya berasal dari istilah *Playable On Demand* dan *Broadcast*, pengertian podcast bisa diambil dari dua sudut pandang, yaitu dari metode penyampaiannya atau bisa juga dari isi kontennya.

---

<sup>10</sup>Sulvinajayanti, *Manajemen dan Konvergensi Media Penyiaran*, Makassar: Aksara Timur, 2018, hal 127-128

<sup>11</sup>Denis McQuail, *Teori Komunikasi Massa*, Jakarta: Salemba Humanika, 2012 hal 153

Podcast merupakan proses distribusi melalui bantuan internet berupa file audio. Dengan podcast maka setiap pendengarnya akan lebih bisa berkreasi dengan imajinasinya, karena audio memiliki komponen visual yang dapat menciptakan suatu gambar disetiap benak pendengarnya. Ada banyak jenis podcast yang telah hadir pada saat ini, diantaranya adalah: berita, wawancara, feature, dokumenter, dan blog suara, serta podcast bercerita.<sup>12</sup>

Menurut Berry, Podcast adalah salah satu aplikasi produk siaran berbentuk audio yang dapat memproduksi sekaligus mendistribusi sebuah program dengan bebas melalui jaringan internet agar bisa diakses ke seluruh dunia.<sup>13</sup> Siapa pun bisa mengunduh podcast yang dibuat oleh orang lain atau mendengarnya melalui aplikasi *streaming* seperti *Spotify*, *apple podcast*, *google podcast*, *anchor*.

Istilah "*podcasting*" pertama kali muncul dalam sebuah karangan artikel oleh Ben Hammersley di surat kabar *The Guardian* pada Februari 2004, bersama dengan istilah lain yang diusulkan untuk menamakan teknologi baru ini. Podcast mulanya muncul sejak tahun 2004. Munculnya podcast ini tidak lepas dari lahirnya iPod milik Apple yang berawal dari singkatan *iPod Broadcasting*. Singkatan tersebut dikatakan sebagai "*iPod Broadcasting*" karena siarannya yang berbeda dengan radio.

Podcast adalah salah satu bentuk produk dari perkembangan media baru, sebagaimana karakteristik perangkat dalam media baru yakni *smartphone* dan penggunaan internet. Ditengah maraknya *platform* penyedia konten video, podcast hadir untuk membangkitkan konten audio, namun bukan untuk menggeser

---

<sup>12</sup>Farid Rusdi, *Podcast Sebagai Industri Kreati*, Proceedings SNIT, 2012, hal B-92

<sup>13</sup>Richard Berry, *Part of the establishment: Reflecting on 10 years of Podcasting as an audio medium convergence*, 2016, hal 22

eksistensi konten video melainkan sebagai alternatif. Adapun pilihan memilih podcast dari pada video yaitu karena cara menikmatinya. Jika menonton video dibutuhkan fokus mata untuk melihat dan telinga untuk mendengar, sedangkan podcast audio cukup untuk di dengarkan saja, sehingga podcast dapat menjadi pelengkap hiburan di saat melakukan kegiatan, sehingga podcast dapat dengan mudah didengarkan di mana saja dan kapan saja.

## **2.3 Kerangka Teori Dan Konsep Yang Digunakan**

### **2.3.1 Teori Mediamorfosis**

Teori mediamorfosis diperkenalkan Roger Fidler, Direktur *Knight Ridder* tentang *New Media*, pada tahun 1990 dalam judul artikelnya tentang masa depan koran. Roger Fidler diakui secara internasional sebagai perintis media baru dan visioner. Dia terkenal karena visinya mengenai surat kabar digital dan perangkat membaca *mobile*, pada tahun 1981. Pada tahun 1994, timnya di laboratorium memproduksi sebuah video berjudul "The Tablet koran: Sebuah Visi untuk Masa Depan" yang menunjukkan bagaimana orang mungkin suatu hari membaca koran dan majalah di tablet.

Asumsi dalam teori mediamorfosis memberikan pemahaman bahwa suatu media bertransformasi bukan hanya karena adanya perkembangan teknologi semata melainkan lebih dari itu terdapat banyak aspek seperti persaingan-persaingan yang ada antara media dan hubungan timbal balik dari media massa konvensional kepada audiens dan begitupun sebaliknya.

Pemikiran atau teori dari Roger Fidler yang menyatakan bahwa media baru tidak muncul secara langsung, tetapi berubah dari sesuatu yang ada atau muncul secara bertahap, sedangkan bentuk media-media lama akan cenderung beradaptasi dan berkembang secara terus menerus, yang sebelumnya dijelaskan juga dikenal dengan "Metamorfosis Digital" yang menjelaskan dan memperkirakan adanya perubahan dalam dunia digital dan budayanya.

Oleh sebab itu, perkembangan atau perubahan sebuah media massa ke dalam bentuk lainnya, sebagai contoh media cetak ke media online tidak hanya terfokus pada konvergensi *platform* media massa tersebut dalam menyebarkan informasi berupa produk-produk jurnalistik kepada audiensnya. Lebih dari itu terdapat dulu sebuah proses hingga perkembangan itu benar-benar terjadi sesuai dengan yang dikemukakan oleh Roger Fidler.

Fidler menyatakan bahwa transformasi media komunikasi berasal dari tiga konsep dasar, yaitu: Koevolusi, Konvergensi, dan kompleksitas. Ketiga konsep ini membentuk perubahan medium komunikasi akibat evolusi teknologi komunikasi.<sup>14</sup>

#### 1. Koevolusi

Koevolusi berhubungan dengan tiga tahapan yang disebutkan oleh Roger Fidler seperti bahasa verbal, bahasa non-verbal, dan bahasa digital. Perkembangan media komunikasi sangat berpengaruh dari faktor bahasa digital karena berkaitan dengan teknologi-teknologi yang dikembangkan

---

<sup>14</sup>Roger Fidler, *Mediamorfosis*, Yogyakarta: Bentang Budaya, 2003, hal 36

untuk menciptakan komunikasi yang cepat, efektif, dan efisien.<sup>15</sup> Koevolusi adalah perubahan dari penggunaan bahasa lisan dan tulisan sebagai bahasa sehari-hari berevolusi membangun kelas baru dalam bahasa yang dikenal dengan bahasa digital. Bahasa merupakan unsur yang dominan dalam koevolusi karena terdapat sebuah simbol, tanda, kode yang digunakan oleh komunikator sebagai perubahan atau evolusi dalam komunikasi.

## 2. Konvergensi

Konvergensi media adalah penggabungan atau pengintegrasian media-media berteknologi yang memberikan fungsi baru dalam memudahkan seseorang untuk melakukan proses komunikasi seperti media telepon genggam atau handphone digabungkan dengan perekaman video yang menghasilkan video call yang berfungsi untuk memudahkan seseorang dalam berkomunikasi.<sup>16</sup> Konvergensi selalu menjadi esensi evolusi dan proses mediamorfosis. Fidler juga menguraikan konsep konvergensi yang secara garis besar merupakan penyatuan berbagai macam teknologi dan bentuk media yang hadir secara bersamaan.

Konvergensi ini pada akhirnya akan mengarah pada bentuk-bentuk yang dikenal sebagai komunikasi multimedia. Konvergensi lebih menyerupai persilangan atau perkawinan, yang menghasilkan transformasi atas masing-masing entitas yang bertemu dan penciptaan entitas baru.

Konvergensi media sebagai proses dimana bergabai bidang teknologi yang

---

<sup>15</sup>Werner J. Severin dan James W. Tankard, Jr, *Teori Komunikasi Sejarah, Metode, dan Terapan di Dalam Media Massa Kencana*, Jakarta, 2009, hal 460

<sup>16</sup>Roger Fidler, *Op.Cit*, hal 38

baru digabungkan dengan media yang telah ada dan berbagai industri komunikasi serta budaya yang berkembang.

### 3. Kompleksitas

Kompleksitas adalah permasalahan atau kerumitan dalam proses komunikasi. Menurut Roger Fidler kompleksitas merupakan sebuah kondisi yang memaksa terjadinya perubahan, dengan adanya kompleksitas dalam mediamorfosis berdampak pada transformasi suatu media dan memberikan gagasan-gagasan baru dalam menghidupkan sistem-sistem media massa. Penemuan-penemuan baru pada media komunikasi tersebut tidak dapat diprediksi karena berproses dalam jangka waktu yang panjang.<sup>17</sup>

Podcast hadir dan berkembang, karena adanya tuntutan yang datang tidak saja dari pembaca Tempo konvensional maupun digital, namun juga tuntutan dari media Tempo itu sendiri, tuntutan *customer*, dan tuntutan *owner*, yang secara tidak langsung berhubungan dengan perkembangan industri media itu sendiri saat ini, di samping adanya kebutuhan para pendengar dan masyarakat akan informasi secara audio yang sebelumnya bersifat terbatas, dengan podcast mereka dapat memperoleh informasi di manapun dan kapanpun.

Berdasarkan uraian di atas, penulis dapat menyimpulkan bahwa teori mediamorfosis adalah teori perubahan media menjadi lebih baik dari sebelumnya/ Penulis menggunakan teori mediamorfosis dikarenakan dalam teori ini menjelaskan bahwa perkembangan atau perubahan sebuah media massa ke dalam

---

<sup>17</sup>Ibid, hal 42

bentuk lainnya, bukan hanya terfokus pada konvergensi *platform* media massa tersebut dalam menyebarkan informasi, perubahan atau perkembangan tidak muncul secara tiba-tiba melainkan terdapat sebuah proses hingga perkembangan itu benar-benar terjadi. Sehingga dengan menggunakan teori ini dapat diketahui bagaimana proses pelaksanaan konvergensi media Tempo ke dalam bentuk podcast melalui konsep yang dikemukakan oleh Roger Fidler yaitu koevolusi, konvergensi, dan kompleksitas.

### **2.3.2 Koevolusi pada Podcast**

Koevolusi merupakan sifat dasar media diwujudkan dan diteruskan melalui kode-kode komunikator yang kita sebut bahasa. Bahasa adalah agen perubahan yang paling berpengaruh dalam rangkaian evolusi manusia. Mediamorfosis ketiga yang siap mempengaruhi evolusi komunikasi dan peradaban secara radikal adalah bahasa digital. Bahasa ini merupakan *lingua franca computer* dan jaringan telekomunikasi global. Domain domain komunikasi. Sejak kelahiran bahasa tulis, berbagai bentuk media terus berkoevolusi dalam tiga jalur yang berbeda, yang disebut domain. Bahasa digital telah mentransformasikan bentuk bentuk media komunikasi yang ada. Perkembangan teknologi dan penggunaan bermacam-macam *platform* digital, dalam hal ini khususnya podcast membuat perubahan pada bahasa yang digunakan dalam menyebarluaskan informasi.

### **2.3.3 Podcast sebagai bentuk konvergensi media**

Fenomena konvergensi media dipicu oleh lahirnya media baru dan teknologi digital, dimana saat ini memungkinkan untuk mengakses konten di beberapa

*platform* media. Contoh nyata bentuk konvergensi media yang terjadi adalah media Tempo yang semula hanya merupakan media konvensional saja, saat ini sudah menjadi media online dan kini mendistribusikan produk jurnalistiknya dalam bentuk audio digital yaitu podcast sebagai media baru dalam menyebarkan informasi. Dengan kehadiran podcast masyarakat tidak diharuskan lagi hanya sekedar membaca akan tetapi dengan mendengarkan penyiar podcast, masyarakat dapat dengan mudah memperoleh informasi dalam aktivitas apapun, di mana saja, dan kapan saja, selain itu masyarakat dapat berinteraksi melalui media sosial Instagram. Hal ini semakin dipermudah karena masyarakat dapat dinikmati melalui *personal computer*, dan *smartphone*. Teknologi memungkinkan untuk mengakses berbagai macam konten dalam satu platform media.<sup>18</sup>

Konvergensi media dalam bentuk podcast dapat mengadopsi jenis konvergensi jurnalistik yang dikemukakan oleh Grant. Konvergensi jurnalistik mensyaratkan perubahan cara berpikir media tentang berita dan peliputannya. Bagaimana media memproduksi berita, dan bagaimana media menyampaikan berita kepada khalayaknya. Menurut Grant dalam buku *Understanding Media Convergence*, terdapat tiga model konvergensi dalam jurnalistik. Yakni konvergensi *newsroom*, konvergensi *news gathering*, dan konvergensi *content*.<sup>19</sup>

#### 1. Konvergensi *Newsroom*

Dalam konvergensi ini jurnalis yang berbeda platform, misalnya dari surat kabar, online, dan televisi menyatukan dirinya dalam satu ruang

---

<sup>18</sup>Henry Jenkins, Op.Cit, hal 44

<sup>19</sup>August E. Grant dan Jeffrey S. Wilkinson, *Understanding Media Convergence: The State Of The Field*, New York: Oxford University Press, 2009, Hal 6

produksi berita. Mereka mengerjakan tugas sesuai dengan *platform* medianya.

## 2. Konvergensi *Newsgathering*

Dalam menjalankan model ini, seorang jurnalis dituntut untuk mampu mencapai tingkatan *multitasking*. Dengan melalui pelatihan atau *training* khusus, seorang jurnalis dituntut untuk dapat melakukan pekerjaan yang dilakukan oleh media dengan *platform* lain dalam satu grup. Misalnya, seorang wartawan cetak harus mampu membuat berita untuk cetak, online, dan sekaligus untuk televisi. Selain itu juga dituntut untuk mengambil foto atau video.

## 3. Konvergensi *Content*

Berita akhirnya disuguhkan dalam bentuk multimedia, yang merupakan kombinasi antara teks, gambar, audio, video, *blog*, *podcast*, atau *slide show*. Pilihannya terus berkembang. Saat ini konvergensi isi atau konten masih sangat muda atau baru dimulai. Namun, kita dapat mengintip masa depan melalui *website* yang inovatif. Bayangkan beberapa tahun ke depan *medium hybrid* baru mengkombinasikan antara audio dan video tv, sifat responsif dan sumber dari *website*, kemudahan dibawa dan kualitas cetak dari koran. Editor dan reporter akan menjadi konten produser yang dilatih untuk memilih cerita mana yang paling efektif, teknik yang paling menghibur dari menu biasa hingga pilihan multimedia.

Konvergensi yang menuntut perubahan sistem pada perusahaan media massa memunculkan cara untuk beradaptasi. Yakni dengan menggunakan strategi

media dalam berkonvergensi. Kekuatan konten dalam media massa harus diperkuat dengan strategi 3 M (*Multimedia, Multichannel, Multiplatform*) dalam mengembangkan bisnis. Strategi 3M ini sekaligus menjadi unsur-unsur dari konvergensi media. Strategi ini berpengaruh pada proses pembuatan produk atau konten pada media massa dan pada khalayak. 3M ini antara lain:

1. *Multimedia*, Sebuah media membuat dan menyediakan informasi dalam berbagai format teks, foto, animasi, audio, atau video. Dengan penguatan multimedia ini, khalayak akan semakin tertarik dan kebutuhan akan informasinya semakin terpenuhi.
2. *Multichannel*, Menggunakan berbagai metode dan kanal distribusi informasi, baik melalui fisik maupun digital. Misalnya selain mendengarkan podcast untuk mendapatkan informasi, khalayak dapat mengakses internet untuk mendapatkan informasi yang sama. Hal tersebut didukung dengan banyaknya media yang dapat digunakan untuk mengkonsumsi sebuah informasi.
3. *Multiplatform*, Menggunakan berbagai macam perangkat untuk mengakses informasi, seperti *smartphone*, televisi, Youtube, Facebook, Instagram, dan sebagainya. Sehingga *multiplatform* ini memiliki keleluasaan bagi khalayak untuk memilih perangkat yang dimilikinya untuk mengakses informasi.

Konvergensi dapat terjadi karena didukung oleh tiga C yaitu *Computing* (industri komputer dan teknologi informasi), *Communications* (infrastruktur dan jaringan telekomunikasi), dan *Content* (berita, informasi, edukasi, hiburan).

Produk ketiganya saling bergabung untuk menghasilkan produk yang baru. Pertama, pada saat *computing* menyatu dengan *content* media akan menghasilkan DVD dan *compact disk room*. *Content* media seperti film, drama, seri, pelajaran, informasi dapat disimpan dalam bentuk DVD dan di pasarkan ke konsumen. Kedua, *computing* bersatu dengan *communications* akan menghasilkan telepon seluler. Ketiga, bersatunya *communication network* dengan *content* media, akan menghasilkan siaran untuk TV kabel. Keempat, bila *computing*, *communications network*, dan *content* media bergabung, akan menghasilkan internet. *Computing* berfungsi sebagai penyedia, pengolah, penyaji data, dan informasi, *communications* berfungsi menyediakan jaringan koneksi melalui kabel atau satelit agar komputer bisa saling terhubung. Sedangkan *content* media berfungsi menyediakan isi untuk kebutuhan internet seperti berita, informasi dan sebagainya.

#### **2.3.4 Kompleksitas Tantangan di era Digital**

Saat ini perangkat teknologi media telah bersifat digital. Lewat teknologi digital, kebutuhan jurnalisisme akan kecepatan semakin terpenuhi. Lewat digitalisasi, informasi dapat dikemas kedalam beragam format. Kiriman berita dapat digabung dengan hiburan, iklan, surat, sampai belanjaan rumah tangga. Semua dikirim melalui perangkat audio dan visual, seperti: *computer multimedia-TV-smartphone-faks-CD-Room*. Digitalisasi membuat informasi mengalir ke mana saja dengan cepat dan mudah. Komputerisasi adalah membuat pemberitaan dapat dikirim, disebar dan diterima dalam kepingan data-data. Kecepatan ruang

waktu elektronika dipakai untuk mengantarkan pesan bergambar dan bersuara (multimedia).

Kemajuan teknologi digital yang dipadu dengan telekomunikasi telah membawa komputer memasuki masa – masa “Revolusi”-nya. Pada awal tahun 1970-an, teknologi PC atau *personal computer* mulai digunakan. Pada masa ini, manajemen perubahan yang lebih ditekankan adalah sistem informasi karena komputer dan teknologi informasi merupakan komponen dari system tersebut. Dunia digital sudah mulai terjadi sejak satu dekade lalu, dan pada saat yang sama ada pertumbuhan alat penerima komunikasi yang semakin canggih. Alat komunikasi yang kita miliki sekarang memungkinkan kita untuk tidak sekedar berkomunikasi lisan, tetapi juga berkomunikasi dengan tukar menukar data, berkirim pesan tertulis, dalam jumlah yang sangat besar. Semakin intensifnya arus globalisasi ini membuat media ikut aktif bergerak, bergeser, dan bertransformasi. Hingga pemahaman terhadap transformasi media menjadi urgent, sebab transaksi ide dan banjir informasi menjadi tidak terelakkan.

Dunia digital tidak hanya menawarkan peluang dan manfaat besar bagi perusahaan media dan kepentingan bisnis. Namun juga memberikan tantangan terhadap segala bidang kehidupan untuk meningkatkan kualitas dan efisiensi dalam kehidupan. Penggunaan bermacam teknologi memang sangat memudahkan kehidupan, namun gaya hidup khalayak pun akan semakin bergantung pada penggunaan ponsel dan komputer.

Perkembangan teknologi yang begitu cepat hingga merasuk di seluruh lini kehidupan sosial masyarakat, ternyata bukan saja mengubah tatanan kehidupan

sosial, budaya masyarakat tetapi juga industri media. Teknologi semakin mendorong penggunaan platform media digital seperti media sosial. mulai terjadi pergeseran *gap* antara media tradisional dengan media digital. Hal tersebut didorong oleh peningkatan penggunaan platform media digital, terutama oleh generasi millennial dan gen Z.

Persaingan media di era digital menjadi salah satu tantangan utama, Kecanggihan teknologi yang dikembangkan oleh manusia benar-benar dimanfaatkan oleh perusahaan media yang ingin memperluas penyebaran informasi. Perusahaan media berlomba-lomba untuk dapat menyebarkan kontennya dengan menggunakan *platform* digital yang beragam, salah satunya adalah podcast. Hal ini menjadi fasilitas bagi para media sebagai sarana yang cepat dan mudah untuk mengirim pesan kepada audiens, penggunaan media digital Smartphone yang terhubung dengan jejaring sosial sangat efektif terutama dalam menjangkau khalayak muda.

Selain persaingan antar sesama media, persaingan terjadi karena semakin banyaknya masyarakat yang membuat podcast, karena pada *platform* podcast siapa saja bisa mengunggah konten dengan mudah. Semakin banyaknya media dan masyarakat yang mendistribusikan kontennya melalui podcast, maka semakin banyak pula konten yang dapat dikonsumsi oleh khalayak. Hal inipun menjadi tantangan untuk membuat konten yang dapat menarik perhatian khalayak.

Tantangan lain yang dihadapi oleh industri media adalah semakin banyaknya khalayak yang memanfaatkan internet dalam memperoleh informasi, maka media harus semakin cepat dalam menyajikan informasi. Teknologi

memaksa media untuk menggunakan berbagai macam *platform* yang tidak pernah digunakan sebelumnya untuk mendistribusikan informasi, dengan penggunaan *platform* baru, hal ini tentunya dapat memunculkan hambatan-hambatan lain bagi media itu sendiri.

#### **2.4 Kerangka pemikiran**

Kerangka pikir merupakan kajian tentang bagaimana hubungan dengan berbagai konsep yang ada dalam perumusan masalah. Jadi, sebelum terjun ke lapangan dan melakukan pengumpulan data, peneliti diharapkan mampu menjawab secara teoritis permasalahan penelitian. Upaya menjawab masalah ini disebut dengan kerangka pikir.<sup>20</sup>

Berdasarkan fenomena konvergensi media yang terjadi di tengah industri media, perusahaan media baik cetak maupun media online, terus melakukan transformasi dengan cara berkonvergensi dengan menghadirkan berbagai macam *platform* untuk tetap bertahan dalam menghadapi tantangan di era digital seperti persaingan industri media. Tempo adalah salah satu media yang akhirnya berkonvergensi dengan cara mendistribusikan produknya ke dalam bentuk podcast.

Media tempo berkembang dan berinovasi dari awalnya hanya dapat dibaca melalui koran, majalah, dan portal berita online, saat ini didistribusikan melalui podcast yang dapat didengarkan dimana pun dan kapan pun dengan mengakses internet. Hal ini sesuai dengan pemahaman dari konvergensi media bahwa

---

<sup>20</sup>Rahmat Kriyantono, *Teknik Praktis Riset Komunikasi*, Jakarta: Kencana Media Group, 2006, hal 81

penyebaran informasi dapat menggunakan berbagai *platform* media untuk menciptakan pengalaman baru, bentuk-bentuk baru media dan konten yang menghubungkan kita secara sosial.

Dalam penelitian ini, penulis akan memaparkan bagaimana pelaksanaan konvergensi media pada podcast Tempo, mengetahui hambatan yang terjadi, dan upaya yang dilakukan dalam mengatasi hambatan tersebut sehingga podcast Tempo dapat bertahan hingga saat ini dengan menggunakan teori mediamorfosis Roger Fidler (Koevolusi, Konvergensi, dan Kompleksitas) sehingga mengetahui proses-proses yang dihadapi Tempo dalam melaksanakan konvergensi.



Gambar 2. 1 Model Kerangka Pemikiran Penelitian

Sumber: Diolah oleh peneliti, 2022