

DAFTAR PUSTAKA

Sumber buku:

- Bogdan, R. C., & Biklen, S. K. (1982). *Qualitative Data Analysis: A sourcebook of New Methods*. California: Sage.
- Denzin, N. K. (2007). *Metodologi Penelitian Kualitatif Edisi Revisi*. Bandung: Remaja Rosdakarya.
- Fidler, Roger. (2003). *Mediamorfosis: Memahami Media Baru*. Yogyakarta: Bentang Budaya.
- Grant, A. E., & Wilkinson, J. S. (2009). *Understanding Media Convergence: The State Of The Field*. New York: Oxford University Pers.
- Jenkins, Henry. (2006). *Convergence CultureL Where Old and New Media Collide*. New York: New York University Pers.
- Kriyantono, Rakhmat. (2012). *Teknik Praktis Riset Komunikasi*. Jakarta: Kencana.
- Kuswarno, Engkus. (2009). *Fenomenologi: Konsep, Pedoman dan Contoh Penelitian*. Bandung: Simbiosis Rekataman Media.
- McQuail, Denis. (2012). *Teori Komunikasi Massa*. Jakarta: Salemba Humanika.
- Moleong, Lexy J. (2011). *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Bandung: Remaja Rosdakarya.
- Morissan. (2013). *Teori Komunikasi: Individu Hingga Massa*. Jakarta : Kencana.
- Nasrullah, Rulli. (2016). *Teori dan Riset Media Siber (Cyber Media)*. Jakarta: Kencana.
- Patton, Michael Quinn;. (2002). *Qualitative Research and Evaluation Methods*. California: Sage.
- Romli, Khomsahrial. (2016). *Komunikasi Massa*. Jakarta: Grasindo.
- Salim, Agus. (2006). *Teori dan Penelitian Paradigma*. Yogyakarta: Tiara Wacana.
- Severin, W. J., & Tankard, J. W. (2009). *Teori Komunikasi Sejarah, Metode dan Terapan di Dalam Media Massa*. Jakarta: Kencana.

Sugiyono. (2017). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.

Sulvinajayanti. (2018). *Manajemen dan Konvergensi Media Penyiaran*. Makassar: Aksara Timur.

Wekke, Ismail S. (2019). *Metode Penelitian Sosial*. Yogyakarta: Penerbit Gawe.

Sumber Jurnal:

Asyir, A. K., & Nurbaya, S. (2019). Konvergensi Media dan Mediamorfosis: Strategi Digitalisasi Majalah Moeslim Choice dalam Proses Transformasi Basis Kerja. *Jurnal Studi Jurnalistik Vol 1, No 1*.

Berry, Richard. (2016). Part of the Establishment: Reflecting on 10 years of Podcasting as an audio medium Convergence. *The Radio Journal: International Studies in Broadcast and Audio Media Volume 14*, 7-22.

Fadilla, Q. Y., & Sukmono, F. G. (2021). Transformasi Media Cetak di Era Digital: Konvergensi Media Kedaulatan Rakyat. *Jurnal Internasional Komunikasi dan Masyarakat Vol 3, No 1*, 27-38.

Imanurachman, M. N. (2012). Meninjau Aspek Dimensional Konvergensi Media dalam Tubuh Kompas Gramedia. *Universitas Indonesia*.

Julijanti, D. M. (2012). Dinamika Digitalisasi dan Konvergensi Media Televisi di Indonesia. *Jurnal Penelitian dan Pengembangan Komunikasi dan Informatika Vol 10, No 2*.

Karunianingsih, D. A. (2021). Konvergensi Media Pada Podcast Radar Jogja Digital Dalam Publikasi Dan Perluasan Segmentasi Audiens. *Jurnal Studi Komunikasi dan Media Vol 25, No 21*, 61-80.

Nugroho, I., & Irwansyah. (2021). Konvergensi Konten Audio di Media Online . *Jurnal Komunikasi Vol 15, No 1*, 55-70.

Nur, R., & Irwansyah. (2020). Podcast: Potensi dan Pertumbuhannya di Indonesia. *Jurnal Teknologi Informasi dan Komunikasi Vol 11, No 1* , 1-12.

Nurrahmah. (2017). Konvergensi dari Media Konvensional ke Digital (Studi pada Harian Ujungpandang Ekspres). *Universitas Islam Negeri (UIN) Alauddin*.

Rusdi, F. (2012). Podcast Sebagai Industri Kreatif. *Jurnal Seminar Nasional Inovasi dan Teknologi Vol 1, No 1*, 91-94.

Su cin, & Setyo Utami, S. L. (2020). Konvergensi Media Baru dalam Penyampaian Pesan Melalui Podcast. *Jurnal Koneksi Vol 4, No 2*, 235-242.

Sugiyana, A. (2012). Strategi Transformasi Konvergensi Media. *Universitas Indonesia*.

Susilo, D. R. (2019). Pengaruh Konvergensi Media Massa Terhadap Kepuasan Pelanggan Lampungpost.id. *Universitas Lampung*.

Widyastuti, E. P. (2020). Konvergensi Siaran Green Radio 96,6 FM Pekanbaru Dari Radio Analog Menjadi Radio Digital. *Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim*.

Sumber Internet:

<https://wearesocial.com/uk/> diakses pada 14 Maret 2022 pukul 20.36

<https://tekno.kompas.com/read/2022/05/17/09000067/jumlah-pendengar-podcast-di-indonesia-terbesar-kedua-di-dunia?page=all> diakses pada 14 Maret 2022 pukul 20.40

www.pewresearch.org PEW Research Center Journalism & Media. (2019). Audio and Podcasting Fact Sheet. Journalism.Org. diakses pada tanggal 18 Maret 2022 pukul 12.00

<https://www.spotify.com/id/> diakses tanggal 18 Maret 2022 pukul 14:00

<https://www.tempo.id/corporate.php?content=corporate#pemilik> diakses pada tanggal 22 April Pukul 12:17 WIB

<https://www.tempo.id/about.php#organisasi> diakses pada tanggal 22 April Pukul 12:17 WIB

<https://www.tempo.co/about> diakses pada tanggal; 22 April 2022, pukul 13.26 WIB

https://open.spotify.com/episode/4nyLIrUjY1tFHb38L0Vdh4?si=U0pnutxIRjSdFiqRUVknEQ&utm_source=copy-link diakses tanggal 21 Juli 2022 pukul 15.20

<https://www.tempo.co/> diakses pada tanggal 19 Juli 2022 pukul 13.29

https://open.spotify.com/episode/5U5Nz73KHrRfQZUSEBTKeJ?si=YuT0PfODSkquQ5YxiCKbPw&utm_source=copy-link diakses tanggal 20 Juli 2022 pukul 13.07

<https://koran.tempo.co/read/berita-utama/475189/mengapa-keluarga-menduga-brigadir-yosua-dibunuh> diakses pada tanggal 20 Juli 2022 pukul 14.11

LAMPIRAN



Lampiran 1 Surat Tugas



UNIVERSITAS NASIONAL
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
TERAKREDITASI BAN-PT

Jl. Sawo Manila No. 61, Pejaten, Pasar Minggu, Jakarta Selatan 12520
Telp. (021) 70737624, 7806700 Ext.146, Fax. 7802718-7802719
Homepage : <http://www.unas.ac.id> Email : info@unas.ac.id

SURAT TUGAS

No. 376/WD/V/2022

Wakil Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Nasional menugaskan kepada Dosen berikut ini :

Nama : Dwi Pharah Dilla, M.I.Kom
NIP/NIDN : 0302048902
Pangkat Akademik : -
Unit Kerja : FISIP Universitas Nasional

Untuk dapat bertindak sebagai Pembimbing Skripsi pada Semester Genap Tahun Akademik 2021/2022 atas nama mahasiswa :

Nama : Nadifa Bunga Aurelia
NPM : 183112351650310
Program Studi : Ilmu Komunikasi
Judul Proposal Skripsi : *Konvergensi Media Pada Podcast Tempo Dalam Menghadapi Tantangan Di Era Digital*

Dengan ketentuan sebagai berikut :

- Jangka waktu penulisan skripsi adalah tiga sampai enam bulan.
- Memberikan bimbingan secara teratur delapan kali konsultasi dengan mengisi formulir 1 secara lengkap.
- Penulisan skripsi mengikuti pedoman sebagaimana tercantum dalam buku pedoman penulisan dan Ujian Skripsi yang dikeluarkan oleh Fakultas.

Demikian surat tugas ini dibuat untuk dapat dilaksanakan sebagaimana mestinya sesuai dengan aturan yang berlaku.

Jakarta, 13 Mei 2022

Wakil Dekan,

Dr. Bhakti Nur Avianto, M. Si.

Lampiran 2 Surat Kesediaan Pembimbing Skripsi



UNIVERSITAS NASIONAL
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
TERAKREDITASI BAN-PT

Jl. Sawo Manila No. 61, Pejaten, Pasar Minggu, Jakarta Selatan 12520
Telp. (021) 70737624, 7806700 Ext.146, Fax. 7802718-7802719
Homepage : <http://www.unas.ac.id> Email : info@unas.ac.id

Jakarta, 13 Mei 2022

Nomor : 376/WD/V/2022
Lamp : 1 (satu) Berkas
Hal : Kesiediaan Pembimbing Skripsi

Kepada Yth : Dwi Pharah Dilla, M.I.Kom
Dosen Prodi Ilmu Komunikasi FISIP Universitas Nasional
Di Jakarta

Wakil Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Nasional, Meminta Kesiediaan Bapak/Ibu untuk membimbing Skripsi yang disusun oleh :

Nama : Nadifa Bunga Aurelia
NPM : 183112351650310
Program Studi : Ilmu Komunikasi
Judul Proposal Skripsi : *Konvergensi Media Pada Podcast Tempo Dalam Menghadapi Tantangan Di Era Digital*

Kesiediaan Bapak/Ibu memberikan bimbingan secara intensif sangat kami harapkan. Diminta Bapak/Ibu memberikan jawaban segera dengan memberikan tanda tangan di bawah ini dan untuk menghitung beban tugas, diminta segera mengembalikannya kepada Pimpinan Fakultas melalui Sekretariat.

Demikian, terima kasih.

Bersedia/Tidak Bersedia*
Sebagai Pembimbing,

Dwi

Dwi Pharah Dilla, M.I.Kom

*coret yang tidak perlu

UNIVERSITAS NASIONAL
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
TERAKREDITASI BAN-PT
Wakil Dekan,
Bhakti Nur Avianto
Dr. Bhakti Nur Avianto, M. Si.

Lampiran 3 Surat Permohonan Penelitian



UNIVERSITAS NASIONAL
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
TERAKREDITASI BAN-PT

Jl. Sawo Manila No. 61, Pejaten, Pasar Minggu, Jakarta Selatan 12520
Telp. (021) 70737624, 7806700 Ext.146, Fax. 7802718-7802719
Homepage : <http://www.unas.ac.id> Email : info@unas.ac.id

Jakarta, 12 April 2022

Nomer : 290/WD/IV/2022
Lampiran : -
Perihal : **Permohonan Penelitian dan Informasi data**

Kepada Yth :
Tempo Media Group
Di Tempat

Dengan hormat,

Bersama ini kami perkenalkan dengan hormat mahasiswa dibawah ini:

Nama : Nadifa Bunga Aurelia
Nomor Pokok : 183112351650310
Semester : 8 (Delapan) / Genap
Prodi/Konsentrasi : Ilmu Komunikasi
Alamat : Kp. Sangkati No.03 RT.03 RW.03
Citeureup - Bogor
Nomor Hp. : 0878.7756.0501

Mahasiswa tersebut bermaksud melakukan penelitian dan informasi data dalam rangka penyusunan proposal skripsi dengan judul *Konvergensi Media Pada Podcast Tempo Dalam Menghadapi Tantangan Di Era Digital* dengan dosen pembimbing penanggung jawab penelitian Dwi Pharah Dilla Rizon, M.I.Kom

Sehubung dengan hal tersebut diatas, mohon kiranya Bapak/Ibu dapat memberikan bantuan seperlunya. Demikian atas perhatian dan kerjasamanya diucapkan terima kasih.

Wakil Dekan,

Dr. Bhakti Nur Avianto, M.Si

Lampiran 4 Lembar Konsultasi Bimbingan

LEMBAR KONSULTASI BIMBINGAN SKRIPSI

Nama Mahasiswa : Nadifa Bunga Aurelia
Nomor Pokok Mahasiswa : 183112351650310
Program Studi / Konsentrasi : Ilmu Komunikasi / Jurnalistik
Judul Proposal Skripsi : Konvergensi Media Pada Podcast Tempo
Dalam Menghadapi Tantangan Di Era Digital

No.	Tanggal	Materi Konsultasi	Paraf Pembimbing
1.	8 Oktober 2021	Revisi Bab 1-3 (Metode dan Teori)	<i>Nuri</i>
2.	28 Oktober 2021	Revisi Bab 1-3 (Tinjauan Pustaka)	<i>Nuri</i>
3.	30 April 2021	Revisi Bab 1-3 (Latar Belakang)	<i>Nuri</i>
4.	27 Mei 2022	Revisi Bab 4 (Wawancara)	<i>Nuri</i>
5.	22 Juni 2022	Revisi Bab 4 (Transkrip, Tekstural)	<i>Nuri</i>
6.	10 Juli 2022	Revisi Bab 4 (Tekstural, Struktural)	<i>Nuri</i>
7.	21 Juli 2022	Revisi Bab 4 (Esensi)	<i>Nuri</i>
8.	29 Juli 2022	Revisi Bab 5 (Kesimpulan dan Saran)	<i>Nuri</i>
9.	12 Agustus 2022	ACC Skripsi	<i>Nuri</i>

Jakarta, 12 Agustus 2022

Ketua Program Studi,

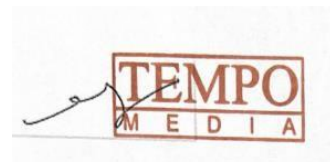
Drs. Adi Prakosa, M.Si

Lampiran 5 Daftar Pertanyaan Wawancara

1. Bagaimana latar belakang terbentuknya podcast tempo?
2. Bagaimana proses mediamorfosis pada podcast Tempo, koevolusi, konvergensi, dan kompleksitas?
3. Bagaimana model konvergensi jurnalistik pada podcast Tempo, konvegensi newsroom, konvergensi news gathering, konvergensi konten?
4. Adanya transformasi media akan menimbulkan perubahan *culture*, bagaimana perubahan yang terjadi?
5. Hambatan dari konvergensi media pada podcast seperti apa?
6. Bagaimana upaya yang dilakukan dalam menghadapi hambatan tersebut?
7. Bagaimana podcast Tempo bisa bersaing dengan podcast berita lainnya sehingga tetap diminati oleh khalayak?
8. Apakah media sosial juga berpengaruh dalam proses keberlangsungan konvergensi media pada podcast Tempo?
9. Adakah keuntungan iklan yang diperoleh dari pemanfaatan podcast?
10. Apa target dan harapan untuk podcast Tempo ke depannya?

Mengetahui,

Kepala Multimedia Tempo.co

The image shows a handwritten signature in black ink over a red rectangular stamp. The stamp contains the word "TEMPO" in a large, bold, serif font, with the word "MEDIA" in a smaller, spaced-out font below it.

Nana Riskhi Susanti

Lampiran 6 Data Coding

Tema	Konsep	Tekstural	Struktural	Sintesis	Esensi
Pengalaman Transformasi Podcast Tempo	Proses Koevolusi Pada Podcast Tempo	<p>Informan satu menceritakan pada proses koevolusi Tempo dari media cetak ke dalam bentuk podcast adalah pengadopsian teknologi digital yang membantu proses produksi tim podcast. Selain itu menurut informan satu perubahan bahasa yang terjadi terdapat pada format konten podcast yang berbeda dengan bahasa tulisan sehingga naskah artikel yang sangat serius di Tempo, harus di ubah ke dalam bentuk podcast menjadi format percakapan yang sangat santai. Informan kedua menceritakan proses koevolusi ditandai dengan pengadopsian komputer untuk merekam dan mengedit podcast dan adanya perubahan bahasa karena bahasa dari media cetak tidak serta merta langsung dicerna begitu dipindahkan ke media online sehingga bahasa pada podcast akhirnya mempunyai identitas sendiri yang ramah diberbagai outlet. Informan ketiga menceritakan pada proses koevolusi Tempo dari cetak ke podcast memanfaatkan teknologi Artificial Intelligence (AI) untuk suara, untuk audiobook, sehingga para pembaca sudah bisa mendengarkan beritanya di beberapa artikel Tempo, Jadi</p>	<p>Ketiga informan menceritakan proses koevolusi yang terjadi pada podcast Tempo adalah pengadopsian komputer dan internet serta memanfaatkan Artificial Intelligence (AI) sebagai bahasa digital yang membantu tim podcast dalam memproduksi produk jurnalistik. Namun, informan satu dan informan dua menceritakan dengan adanya perubahan bahasa digital membuat isi konten pada podcast Tempo mengalami perubahan bahasa.</p>	<p>Persamaan pengalaman semua informan dilihat dari penggunaan teknologi digital seperti komputer, internet, serta memanfaatkan Artificial Intelligence (AI). Semua informan terbantu dengan penggunaan teknologi digital karena dengan penggunaan teknologi digital semakin mempermudah proses produksi. Persamaan informan satu dan informan dua pada proses koevolusi adanya perubahan bahasa yang harus dilakukan karena bahasa tulisan berbeda dengan bahasa pada podcast sehingga harus diubah menjadi format percakapan yang sangat santai.</p>	<p>Esensi pengalaman transformasi pada podcast Tempo mencakup tiga proses yaitu proses koevolusi, proses konvergensi, dan proses kompleksitas. Pada proses koevolusi Podcast Tempo mengalami perubahan bahasa, yaitu penggunaan bahasa digital dan penyesuaian bahasa pada program podcast Tempo. Sejak awal berdirinya podcast Tempo, bahasa digital telah mengglobal sehingga proses produksi podcast Tempo menggunakan berbagai macam teknologi digital seperti internet, komputer. Artificial Intelligence. Dalam perkembangannya podcast Tempo juga harus menyesuaikan bahasa pada programnya, dikarenakan bahasa pada media cetak berbeda dengan bahasa pada podcast, selain itu pendengar podcast di Indonesia didominasi oleh audiens muda, sehingga penyesuaian bahasa harus dilakukan agar program-program pada podcast Tempo dapat diterima oleh audiens podcast, khususnya audiens muda. Proses konvergensi pada podcast Tempo berupa</p>

dengan adanya teknologi tersebut membantu dan menjadi pelengkap podcast dan audiobook yang sudah dibuat.



konvergensi digital atau teknologi dan konvergensi jurnalistik. Dalam konvergensi digital atau teknologi, podcast Tempo telah mengadopsi teknologi digital dalam aspek transformasi medium penyiaran dari yang semula hanya berupa media cetak, sekarang telah berkembang ke dalam bentuk podcast yang dapat ditemukan di situs web dan berbagai aplikasi seperti Spotify, google podcast, apple podcast. Selanjutnya konvergensi jurnalistik juga dilakukan oleh podcast Tempo yaitu konvergensi newsroom, konvergensi news gathering, dan konvergensi konten, konvergensi jurnalistik dilakukan untuk memaksimalkan penggunaan teknologi dalam menghasilkan karya jurnalistik yang berkualitas. Proses kompleksitas pada podcast Tempo dilakukan karena munculnya tekanan eksternal dan internal yang mengharuskan Tempo melakukan inovasi. Pada proses kompleksitas, Podcast Tempo harus menghadapi kompleksitas berupa kebiasaan masyarakat yang sudah berubah dan meninggalkan produk jurnalistik dalam bentuk cetak dan perubahan visi

					untuk transformasi ke digital. Jika tidak melakukan transformasi, Tempo akan tertinggal oleh kompetitor lainnya.
Proses Konvergensi pada Podcast Tempo	<p>Pada proses konvergensi informan satu menceritakan jika dahulu produk Tempo hanya ditemukan dalam bentuk cetak saja namun setelah berevolusi medianya dengan memanfaatkan teknologi seperti komputer, internet produk Tempo dapat ditemukan pada situs web aplikasi yang dapat diakses dengan jaringan internet, lalu setiap program podcast terkonvergensi dengan redaksi atau <i>newsroom</i>. tim liputan yang mencari data, mulai dari wawancara narasumber dan menuliskannya dalam bentuk script berita kemudian artikel yang sudah tayang diubah oleh tim podcast. Informan dua menceritakan proses konvergensi didistribusikan secara multikanal, selain di Spotify dan di situs web, selain itu program podcast Tempo terkonvergensi dengan situs web koran Tempo, majalah dan Tempo.co, pencarian berita dilakukan oleh reporter Tempo, sehingga tim produksi podcast sudah disuguhkan bahan dari masing-masing <i>outlet</i>, lalu tim produksi mengolahnya menjadi konten yang lebih sesuai dengan podcast yang lebih ramah audio.</p>	<p>Pada proses konvergensi, ketiga informan menceritakan Podcast Tempo melakukan konvergensi dengan penggunaan teknologi digital, jika dahulu produk Tempo hanya ditemukan dalam bentuk media cetak, sekarang telah berkembang di media online sehingga dapat ditemukan pada situs web dan aplikasi sehingga bisa diakses melalui <i>smartphone</i>, komputer, dan laptop. Selain itu ketiga informan menceritakan terjadi perubahan pada ruang redaksi, pencarian berita, dan konten.</p>	<p>Persamaan pengalaman semua informan ketika proses konvergensi dilihat dari pemanfaatan teknologi sehingga teknologi tersebut menggabungkan media-media yang ada, jika dahulu produk Tempo hanya bisa ditemukan dalam bentuk cetak, namun saat ini produk Tempo seperti Podcast Tempo hadir dalam bentuk digital dan dapat ditemukan di situs web Tempo.co, Koran Tempo, Majalah Tempo, dan aplikasi seperti Spotify yang dapat diakses oleh khalayak melalui <i>smartphone</i>, komputer, laptop. Selain itu persamaan pengalaman ketiga informan dalam berkonvergensi berupa konvergensi jurnalistik seperti konvergensi dalam ruang redaksi, pencarian berita, dan konten.</p>		

		<p>Informan tiga menceritakan pada proses konvergensi Tempo dari media cetak ke dalam bentuk podcast khalayak program podcast Tempo dapat didengarkan di Spotify dan di Google Podcast, Apple Podcast untuk menunjang dari teknologi, sehingga pengguna Android dan juga IOS Iphone bisa mendengarkan platform yang mereka minati, untuk model newsroomnya podcast Tempo mempunyai tiga platform berbeda Koran, Majalah, dan juga Tempo.co. namun karena podcast hanya memiliki satu divisi, maka tim produksi harus bisa memberikan podcast untuk masing-masing platform tersebut, kalau pada pencarian berita, mengalami perubahan di sisi penulisan dan pengiriman berita.</p>			
<p>Proses Kompleksitas pada Podcast Tempo</p>		<p>Informan satu menceritakan bahwa terdapat faktor eksternal yang menyebabkan Tempo bertransformasi yaitu perubahan budaya masyarakat, yang saat ini sudah meninggalkan produk dalam bentuk tulisan hal ini juga menyebabkan koran Tempo sudah tidak memiliki versi cetak tetapi menurut informan satu walaupun koran versi cetak sudah tidak terbit dan dengan adanya podcast ataupun multimedia lainnya tidak membuat produk dalam bentuk artikel</p>	<p>Pada proses kompleksitas ketiga informan menceritakan terdapat beberapa faktor yang akhirnya menyebabkan Tempo melakukan transformasi yaitu perubahan budaya masyarakat, yang saat ini sudah meninggalkan produk dalam bentuk tulisan hal ini juga menyebabkan koran Tempo</p>	<p>Persamaan proses kompleksitas terdapat faktor eksternal dan faktor internal sehingga menyebabkan Tempo harus melakukan konvergensi media. Semua informan menyebutkan kompleksitas terjadi dikarenakan kebiasaan masyarakat yang sudah berubah dan meninggalkan produk jurnalistik dalam bentuk</p>	

	<p>ataupun berita hangus atau mati. Lalu informan satu menceritakan dari faktor eksternal itulah sehingga menimbulkan kompleksitas dari dalam Tempo sendiri yaitu tuntutan perubahan, Tempo harus bersaing dengan perusahaan media online. Informan dua menceritakan kompleksitas yang terjadi jika mengacu pada perkembangan Koran Tempo, pelanggan mulai meninggalkan edisi cetak dan beralih ke digital tapi menurut informan dua untuk Tempo sendiri hanya perpindahan platform-nya saja dari cetak ke online, tapi produk-produk artikel itu tidak punah masih bisa ditemukan di Tempo. Tempo juga ingin hadir dalam berbagai platform untuk mendekatkan produk-produk Tempo dalam berbagai medium. Dengan hadir di berbagai medium, audiens bisa memilih platform yang nyaman bagi mereka. Informan tiga menceritakan kompleksitas yang terjadi dikarenakan podcast sedang diminati oleh generasi muda sehingga Tempo ingin menambah audiens muda dan audiens lain selain pembaca yaitu audiens pendengar. jika Tempo tidak ikut bergerak dinamis tentunya akan tertinggal oleh media-media lainnya.</p>	<p>sudah tidak memiliki versi cetak sehingga Tempo harus bertransformasi. Jika tidak menunjukkan kebaruan atau kemampuan beradaptasi dengan tren maka Tempo berada dalam ancaman tertinggal oleh kompetitornya. Namun ketiga informan berpendapat bahwa walaupun produk dalam bentuk cetak sudah tidak terbit, tetapi produk-produk Tempo masih bisa ditemukan dalam berbagai platform digital Tempo, dengan hadir di berbagai medium, khalayak bisa memilih platform yang nyaman bagi mereka.</p>	<p>cetak sehingga Tempo harus melakukan transformasi digital agar tidak tertinggal. Meski demikian dengan adanya kompleksitas yang terjadi ketiga informan menyampaikan hal yang sama bahwa media cetak sebenarnya bukan punah melainkan terus berkembang ke berbagai platform digital.</p>	
--	--	--	---	--

<p>Pengalaman Praktik Konvergensi Pada Podcast Tempo</p>	<p>Perubahan Budaya dan Sumber Daya Manusia</p>	<p>Informan satu menceritakan bentuk produk yang dihasilkan oleh Tempo, jika dahulu hanya bentuk tulisan tetapi sekarang ketika membuka portal beritanya terdapat podcast yang bisa didengarkan oleh audiens. Informan satu juga menceritakan pada sistem kerja redaktur dan reporter ketika menulis sebuah berita mau tidak mau harus merekam wawancaranya untuk bisa didistribusikan melalui podcast juga hal inilah yang menimbulkan perubahan pada sumber daya manusia yaitu reporter, termasuk redaktur harus lebih <i>digital friendly</i> dan bisa lebih adaptif terhadap produk-produk multimedia dan bisa memproduksi berita melalui pendekatan <i>mobile journalism</i>, dalam pengerjaannya harus saling berkolaborasi, Informan dua menceritakan pada aspek produk juga mengalami perubahan jadwal sesuai dengan programnya dan pada sistem kerja perubahan yang terjadi adalah proses produksi yang dilakukan podcast Tempo cukup sederhana dan bisa dilakukan di mana saja, seperti dilakukan secara <i>work from home</i>. Perubahan juga terlihat dari aspek sumber daya manusia yang harus menyelesaikan beberapa pekerjaan sekaligus.</p>	<p>Ketiga informan menceritakan konvergensi mengubah aspek produk, aspek sistem kerja, dan aspek sumber daya manusia. Dalam aspek produk dan sistem kerja informan dua dan informan tiga menceritakan produk yang dihasilkan semakin terjadwal sesuai dengan jam tayang programnya dan dengan adanya konvergensi sistem kerja menjadi lebih dipermudah karena proses produksi bisa dilakukan di mana saja. Berbeda dengan informan satu yang menceritakan bentuk produk dan sistem kerja pada podcast Tempo jika dahulu hanya bentuk tulisan tetapi sekarang ketika membuka portal beritanya terdapat podcast yang bisa didengarkan oleh audiens dan sistem kerja dengan adanya konvergensi membuat jurnalis Tempo harus bisa menghasilkan</p>	<p>Persamaan menceritakan bahwa dengan adanya konvergensi bukan hanya mengubah teknologi-teknologi yang ada melainkan perubahan terlihat pada sistem kerja, dan aspek sumber daya manusia. Persamaan informan dua dan informan tiga menceritakan produk yang dihasilkan semakin terjadwal sesuai dengan jam tayang programnya dan dengan adanya konvergensi sistem kerja menjadi lebih dipermudah karena proses produksi bisa dilakukan di mana saja. Semua informan merasakan hal yang sama, bahwa konvergensi mengharuskan sumber daya manusia melakukan pekerjaan secara <i>multitasking</i>.</p>	<p>Esensi praktik konvergensi pada podcast Tempo yaitu konvergensi bukan hanya mengacu pada perkembangan teknologi. Perubahan terjadi pada aspek budaya dan sumber daya manusia. Selain itu, pada praktiknya Podcast Tempo memiliki tantangan tersendiri dalam mendapatkan audiens karena konten berita pada podcast belum banyak diminati di Indonesia, konvergensi juga mengharuskan tim podcast dituntun untuk melakukan pekerjaan secara <i>multitasking</i>. Tantangan yang ada membuat podcast Tempo harus melakukan inovasi-inovasi baru sehingga Tempo memperkuat program yang dihasilkan dengan mengimplementasikan strategi 3 M (<i>Multimedia, Multichannel, Multiplatform</i>) dan 3 C (<i>Computing, Communications, Content</i>) yang merupakan unsur dari konvergensi media. Pada penerapan strategi konvergensi media yang dimanfaatkan podcast Tempo dalam menyampaikan informasi, terdapat dampak positif yang diterima podcast Tempo dalam aspek ekonomi, yaitu podcast telah berhasil</p>
--	---	---	--	--	---

		<p>Informan tiga menceritakan bahwa konvergensi membuat perubahan pada aspek produk dan aspek sistem kerja menjadi lebih terjadwal, untuk produk harus bisa menghasilkan masing-masing satu untuk setiap kanal Tempo dan lebih terjadwal karena bantuan teknologi dan dengan adanya konvergensi, selain itu perubahan pada sistem kerja yang dirasakan oleh Kak Rosha adalah bisa dilakukan dari mana saja, karena sampai saat ini sumber daya manusia yang terbatas tetapi dituntut untuk memberikan konten yang baik.</p>	<p>produk multimedia. Dalam aspek sumber daya manusia semua informan merasakan hal yang sama, bahwa konvergensi mengharuskan sumber daya manusia melakukan pekerjaan secara <i>multitasking</i>.</p>		<p>menyasar khalayak baru untuk podcast Tempo, yaitu generasi muda dan semakin mudah, cepat dan efisien dalam mendapatkan iklan dikarenakan divisi iklan bisa menjual produk-produk Tempo tidak hanya dalam bentuk tulisan tapi juga dalam bentuk podcast sehingga bisa lebih banyak mendapatkan keuntungan untuk Tempo.</p>
	<p>Kendala Yang Dirasakan</p>	<p>Informan satu menceritakan dengan adanya konvergensi pada podcast Tempo menimbulkan kendala dalam mendapatkan audiens karena podcast berita belum terlalu familiar bagi audiens di Indonesia Mba Nana kendala yang paling menantang adalah proses dari <i>story telling</i> pada podcast karena gaya berbicara pada podcast berita harus santai seperti berbincang-bincang tetapi karena narasumber-narasumber dan co host Podcast Tempo adalah wartawan Tempo yang memang gayanya cukup serius karena mereka wartawan politik, wartawan hukum sehingga meskipun pada podcast sudah sebuah percakapan yang santai</p>	<p>Ketiga informan merasakan kendala yang sama yaitu tantangan mendapatkan audiens muda, tantangan dalam membuat isi konten podcast Tempo dan tantangan tuntutan <i>multitasking</i> sumber daya manusia. Dari segi audiens kendala yang dirasakan ketiga informan adalah tantangan dalam mendapatkan audiens muda, dari segi konten ketiga informan merasakan konten berita pada podcast belum banyak diminati di</p>	<p>Persamaan pengalaman dalam merasakan kendala dilihat dari tantangan dalam mendapatkan audiens muda dikarenakan isi konten podcast Tempo yaitu konten berita belum banyak diminati oleh khalayak di Indonesia, selain itu ketiga informan merasakan hal yang sama bahwa fenomena transformasi media menuntut sumber daya manusia harus bisa melakukan pekerjaan secara <i>multitasking</i>.</p>	

	<p>tapi jadi tidak bisa terlalu santai. Lalu menurut Mba Nana saat ini wartawan-wartawan media cetak koran dan majalah Tempo harus bisa mengerjakan banyak pekerjaan sekaligus, jika dahulu hanya bisa menulis tapi karena konvergensi ke era digital podcast inilah harus bisa untuk bersuara maksudnya mengeluarkan suaranya, <i>public speaking</i>-nya juga harus bagus. Informan dua menceritakan kendala setelah berkonvergensi dengan podcast yaitu untuk mendapatkan audiens muda pada podcast Tempo terbilang sulit dikarenakan selera pendengar di Indonesia akan news sangat rendah dan isi konten podcast Tempo butuh beberapa penyesuaian agar kontennya ramah secara audio, lalu kendala lain yang dirasakan informan dua adalah diuntut untuk multitasking seperti harus bisa menulis, editing, kemudian bisa voice over. Informan tiga menceritakan dari segi audiens, podcast Tempo ditujukan kepada audiens muda namun ternyata pendengar tua, dewasa, dan anak muda sama banyaknya lalu kendala yang dirasakan informan tiga adalah masih mempelajari bagaimana supaya kontennya trending, informan tiga juga menceritakan bahwa dia</p>	<p>Indonesia sehingga konten podcast Tempo butuh beberapa penyesuaian agar kontennya ramah secara audio. Dari segi tuntutan <i>multitasking</i> sumber daya manusia informan satu menceritakan mau tidak mau jurnalis Tempo harus melakukan banyak pekerjaan sekaligus, informan dua dan informan tiga menceritakan awalnya merasa bingung karena harus bisa menulis, mengedit, dan melakukan <i>voice over</i>.</p>		
--	---	--	--	--

		sempat bingung karena dituntut untuk ke sosial media walaupun podcast itu sendiri adalah konvergensi medianya tapi kita masih harus konvergensi media lagi ke media sosial,			
	Upaya Yang Dilakukan	<p>Informan satu menceritakan upaya yang dilakukan dalam menghadapi kendala yang terjadi pada podcast Tempo dengan cara memberikan fasilitas yang mendukung proses produksi podcast lalu tim podcast berkolaborasi dengan tim sosial media untuk membuat promo atau <i>teaser</i> dalam bentuk video yang disebar ke semua sosial media Tempo, pendengar juga bisa berinteraksi dengan podcast Tempo melalui email dan DM instagram atau berkomentar pada postingan Pocast Tempo dan konten podcast Tempo selalu berusaha untuk berinovasi dengan format-format baru.</p> <p>Informan dua menceritakan upaya yang dilakukan podcast Tempo dalam menghadapi kendala tersebut dengan cara membuatkan promosi video grafis yang lebih <i>eye catching</i> pada sosial media Tempo, lalu mendistribusikan secara multikanal selain di Spotify, ada di website podcast.tempo.co, kemudian terdapat di masing-masing outlet, selain itu dengan adanya penggunaan</p>	Semua informan menceritakan upaya yang dilakukan dalam menghadapi kendala yang dihadapi oleh podcast Tempo dengan cara mengimplementasikan 3 M (<i>Multimedia, Multichannel, Multiplatform</i>) dan menyatukan unsur 3 C (<i>Computer, Communications, Content</i>)	Ditemukan cara yang sama dalam menghadapi kendala pada podcast Tempo, semua informan dalam menghadapi kendala pada podcast Tempo dilihat dari menerapkan strategi bisnis 3 M (<i>Multimedia, Multichannel, Multiplatform</i>) serta menyatukan unsur 3 C (<i>Computer, Communications, Content</i>) dikarenakan strategi 3 M dan unsur 3 C tersebut sangat berpengaruh dalam proses pembuatan konten podcast Tempo.	

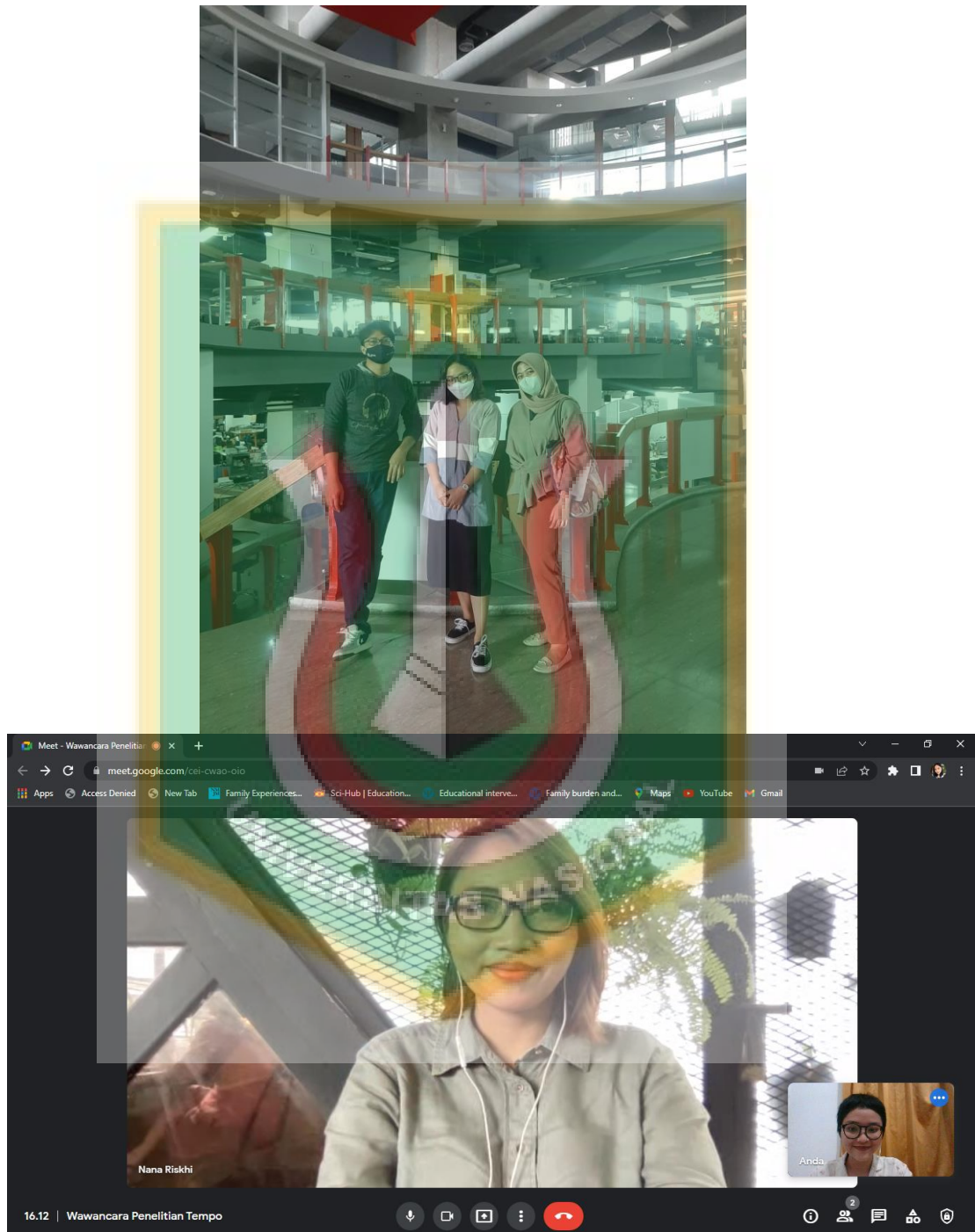
		<p>komputer dan device dan microphone membantu proses produksi podcast Tempo. pendengar juga bisa berinteraksi dengan pendengar kita bisa buka dua cara yaitu dari email podcast@tempo.co.id dan juga di Instagram podcast.tempo dan podcast Tempo selalu melakukan penyesuaian dengan cara penyampaian informasi tanpa harus mengubah inti dari informasi tersebut. Informan tiga menceritakan bahwa tim podcast berkolaborasi dengan tim <i>marketing communication</i> dalam membuat video bergambar untuk promosi di instagram, podcast Tempo juga menerapkan multichanel sehingga semua pengguna Android dan juga IOS Iphone bisa mendengarkan dari mana saja dan audiens bisa memilih platform mana yang mereka minati, kami juga memanfaatkan teknologi Artificial Intelligence (AI) untuk suara, komputer dan alat-alat yang meunjang untuk proses produksi, podcast Tempo juga menyesuaikan kontennya dengan target audiens muda</p>			
	Keuntungan Dari Penerapan Konvergensi Media	Informan satu menceritakan bahwa konvergensi pada Podcast Tempo membawa keuntungan dalam segi bisnis yang diterima oleh Tempo yaitu pembaca dari	Ketiga informan menceritakan keuntungan dari segi audiens yang didapat setelah berkonvergensi menggunakan	Persamaan yang ditemukan pada segi bisnis yaitu keuntungan mendapatkan audiens baru dengan rata-rata usia yang lebih	

		<p>Tempo digital semakin meningkat dengan adanya podcast dan dari sisi pendapatan iklan podcast Tempo pernah medapat sponsor dari <i>greenpeace</i>, Informan dua menceritakan dalam segi audiens, audiens podcast Tempo secara general sejak 2019 total <i>stream</i> (istilah di Spotify) podcast Tempo sudah lebih dari dua ribu stream dan dari segi pendapatan podcast Tempo pernah mendapatkan iklan dari Anchor. Informan tiga menceritakan program dengan pendengar paling tinggi adalah program Berita Utama Koran Tempo tetapi dari segi pendapatan podcast Tempo belum ada karena memang pada dasarnya podcast dibentuk memang bukan sebagai sarana untuk menambah keuntungan dari Tempo Group melainkan untuk berkreasi, dan memperbanyak fitur-fitur yang dapat dinikmati pada platform-platform Tempo.</p>	<p>podcast yaitu adanya audiens baru yang mendengarkan podcast Tempo dengan umur yang berbeda-beda dan dari segi pendapatan informan 1 dan informan 2 menceritakan dengan adanya podcast tim iklan ataupun tim bisnis bisa menjual produk-produk Tempo tidak hanya dalam bentuk tulisan tapi juga dalam bentuk podcast sehingga bisa lebih banyak mendapatkan keuntungan untuk Tempo seperti mendapatkan sponsor dari <i>greenpeace</i> dan <i>Anchor</i>. Tetapi satu informan yaitu informan tiga belum mengetahui adanya pendapatan iklan atau sponsor karena pada dasarnya podcast dibentuk bukan sebagai sarana untuk menambah keuntungan dari Tempo Group melainkan untuk berkreasi, dan memperbanyak fitur-fitur yang dapat dinikmati pada platform-platform Tempo.</p>	<p>muda dibandingkan audiens Tempo pada umumnya. Persamaan keuntungan berdasarkan informan satu dan informan dua adanya sponsor yang didapatkan dalam pemanfaatan podcast.</p>	
--	--	--	--	--	--

Lampiran 7 Laporan Observasi

Hari / Tanggal	: Selasa, 17 Mei 2022
Waktu	: 09.00-13.00 WIB
Tempat	: Tempo.co
Catatan Hasil Observasi	: Pada hari ini peneliti melakukan observasi partisipan di Kantor Tempo.co yang terletak satu alamat dengan Gedung Tempo Media Group di Jl. Palmerah Barat No.8, RT.3/RW.5, Grogol Utara, Kec. Kebayoran. Lama, Kota Jakarta Selatan, Daerah Khusus Ibukota Jakarta 12210. Peneliti meliha-lihat sekitar dan melihat bagaimana jadwal serta cara kerja dari tim podcast Tempo dalam memproduksi sebuah program podcast yang sebelumnya didapatkan oleh tim podcast dari berita atau artikel yang terdapat pada <i>website</i> portal berita Tempo.co, Majalah Tempo, Koran Tempo hingga menjadi sebuah program podcast yang dapat didengarkan melalui berbagai macam aplikasi seperti Spotify dan bisa didengarkan juga di <i>website</i> Tempo. Peneliti mengikuti rapat pra produksi yang dilakukan oleh tim podcast Tempo, pada pra produksi tim podcast menyiapkan materi-materi yang sudah disediakan oleh portal berita Tempo.co kemudian tim podcast menulis kembali untuk dijadikan sebuah naskah yang lebih santai seperti percakapan agar kontennya dapat diterima oleh khalayak podcast. Setelah itu proses produksi bisa dilakukan dari mana saja, host dan narasumber program podcast Tempo bisa mengirimkan hasil produksi secara online kepada tim podcast lalu hasil rekaman tersebut melalui tahap editing sebelum dipublikasikan kepada khalayak.

Lampiran 8 Dokumentasi



Lampiran 9 Daftar Riwayat Hidup



NADIFA BUNGA AURELIA

ILMU KOMUNIKASI - JURNALITSTIK

PROFIL PRIBADI

Halo perkenalkan saya Nadifa, saya lahir di Bogor tanggal 2 April 1999. Saya sangat tertarik dengan dunia penyiaran. Saya juga senang membuat konten. Saya juga memiliki pengalaman dalam penyiaran. Saya seorang reporter di Komunitas TV Universitas Nasional. Saya adalah orang yang bertanggung jawab, jujur, fleksibel, dan mampu berkeja sama di dalam tim.

PENGALAMAN

Unas TV
Reporter | 2019 - 2022

- Host pada program Apodcastle Berbahas
- Panitia webinar nasional "Studio Jurnalis" (2020)
- Koordinator penyeleksi wawancara Open Recruitment (2020)

Universitas Nasional

- Tergabung dalam kelompok SKI sebagai campers dalam membuat dokumenter "Sistem Komunikasi Budaya Betawi"
- Membuat film dokumenter Sejarah Golok Ciomas sebagai campers
- Membuat artikel majalah sebagai fotografer dan penulis

INTERNSHIP

- DPRD (Anggota DPRD August Hamonangan) Juli-Oktober 2021
- Tempo.co divisi multimedia (Podcast Tempo) Oktober-Januari 2022

RIWAYAT PENDIDIKAN

- Universitas Nasional 2018-2022
- SMK PGRI 1 Cibinong 2014- 2017

RINGKASAN KETERAMPILAN

Mengedit Video (Inshot, Capcut)
Design (Canva)
Microsoft Word
Microsoft Power Point

HUBUNGI SAYA DI

 bungaaurelian@gmail.com
 0878-7756-0501

tahap 2

ORIGINALITY REPORT

23%

SIMILARITY INDEX

23%

INTERNET SOURCES

7%

PUBLICATIONS

%

STUDENT PAPERS

PRIMARY SOURCES

1

repository.uin-suska.ac.id

Internet Source

2%

2

123dok.com

Internet Source

2%

3

eprints.undip.ac.id

Internet Source

1%

4

docplayer.info

Internet Source

1%

5

jurnal.kominfo.go.id

Internet Source

1%

6

digilibadmin.unismuh.ac.id

Internet Source

1%

7

repository.iainkudus.ac.id

Internet Source

1%

8

kc.umn.ac.id

Internet Source

1%

9

eprints.walisongo.ac.id

Internet Source

1%

