

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Penelitian

Konvergensi media massa adalah bagian dari perkembangan teknologi yang saat ini berdampak besar pada kemajuan dunia komunikasi media massa. Konvergensi media telah menciptakan alat komunikasi yang memungkinkan akses informasi yang mudah dan interaksi luas di dunia digital. Hal tersebut membuat masyarakat cenderung menggunakan akses online atau internet untuk mencari informasi atau berita dengan cepat dan praktis.

Internet menyebabkan masyarakat berpindah dari era media konvensional menuju era konvergensi media massa dan masuk ke media baru. Dalam hal ini, media massa berperan aktif dalam penyebaran informasi secara luas melalui internet yang memberikan akses tanpa batas kepada penggunanya. Sudah menjadi kebutuhan manusia khususnya untuk berinteraksi dan mencari informasi melalui media massa. Berita atau informasi penting yang perlu diketahui masyarakat akan disebarluaskan melalui media massa dalam bentuk tekstual atau cetak seperti surat kabar dan majalah, radio, ataupun audio visual yaitu televisi.

Teknik komunikasi media massa berubah setiap tahun, sementara banyak media tradisional kini beralih ke media konvergen. Konvergensi media bermula dari dampak perkembangan teknologi global yang mengubah dunia jurnalistik atau media massa secara fundamental.

Karena diperlukan proses transisi dari media tradisional ke media massa, kemunculan teknologi internet telah membawa kecenderungan gerakan konvergensi media yang membuat beberapa media sampai pada suatu kesimpulan atas persaingan media saat ini, jika tidak dapat beradaptasi dari pergeseran teknologi, media akan mengalami krisis jurnalisme, karena dibutuhkan proses untuk dapat mengalihkan dari media konvensional ke media konvergensi.

Berkurangnya sirkulasi, menurunnya pendapatan iklan, distraksi, dan krisis otoritas adalah beberapa manifestasi dari krisis media ini. Akibatnya, wartawan kesulitan mencari berita karena masyarakat selalu membutuhkan informasi baru, yang secara tidak langsung memaksa media tradisional untuk menghadirkan konvergensi media dan memanfaatkan media baru.¹

Akibatnya media-media penyedia tayangan dan informasi terutama media-media kecil dan swasta diharuskan mengikuti gerakan konvergensi tersebut. Hal ini bertujuan untuk mempertahankan eksistensi mereka sebagai media, agar tidak hilang dan tergerus zaman pada persaingan media dalam penyebaran informasi. Hal ini diwujudkan melalui pemanfaatan dari kemajuan teknologi itu sendiri, dengan mengandalkan media baru atau New Media.

New media atau media baru adalah alat atau sarana penyampaian informasi kepada khalayak luas dengan menggunakan teknologi digital atau dikenal juga dengan jaringan teknologi komunikasi dan informasi. Kategori media baru meliputi Internet, situs web, dan komputer multimedia. Internet sendiri sebenarnya adalah

¹ Iskandar, Dudi. *Konvergensi Media: Pembaruan Ideologi, Politik, Dan Etika Jurnalisme*. Yogyakarta: ANDI, 2018. Hal.11.

salah satu bentuk media baru. Apabila media cetak mengandalkan alat cetak (*press*), lalu media elektronik mengandalkan sinyal transmisi, maka media baru mengandalkan jaringan internet dan komputer dalam operasinya. Terjadi pula pergeseran penting dalam proses penyampaian informasi melalui media akibat kemunculan media baru. Jika sebelumnya media selalu menjadi pusat informasi, diberikan atau dilepaskan dalam satu arah, kini media menjadi lebih interaktif. Khalayak tidak lagi hanya menjadi objek paparan informasi, tetapi khalayak lebih aktif terlibat, karena teknologi memungkinkan terjadinya interaksi dalam medium tersebut.

Transmisi cepat, dan jangkauan yang sangat luas, membuat Internet langsung populer di kalangan masyarakat. Internet yang sering disebut sebagai media baru telah banyak mengubah cara hidup manusia. Dengan platform media seperti *Facebook*, *Twitter*, *Youtube*, dll, dunia maya di Internet telah menjadi tempat baru bagi banyak orang untuk berkomunikasi dan berinteraksi.

Penemuan berbagai macam teknologi informasi memudahkan masyarakat dalam mencari informasi secara cepat. Kecanggihan teknologi tersebut telah memudahkan masyarakat untuk mengakses segala sesuatu yang dapat dilihat dan diakses melalui internet. Didalam lingkup Internet itu sendiri terdapat platform-platform besar yang bernama media sosial. Media tersebut telah berperan besar dalam penyebaran informasi oleh baik dari individu ataupun media. Adapun salah satu platform besar yang terdapat di Internet dan banyak dimanfaatkan oleh perusahaan media adalah *YouTube*.

YouTube adalah sebuah situs yang berfungsi untuk mengunggah video yang dapat dibagikan (*share*) kepada khalayak di internet. Didalamnya terdapat video-video yang telah diunggah (*upload*) dan dapat dilihat secara langsung melalui platform tersebut. Selain itu, *Youtube* juga menyediakan fitur siaran langsung (*live streaming*), dengan fitur ini penonton atau pengguna lainnya dapat langsung memberi komentar dan respon pada kolom yang telah disediakan. Kehadiran *Youtube* juga menjadi media hiburan virtual yang paling banyak diminati masyarakat, karena dalam platform tersebut berisi berbagai macam video mulai dari hiburan, tips dan trik, hingga berita terbaru.

Fenomena penggunaan media baru khususnya *Youtube* yang semakin menjamur tersebut tentunya dimanfaatkan oleh perusahaan media dengan membuat akun *Youtube* untuk menyebarkan informasi dan konten mereka. Media arus utama dan stasiun televisi konvensional lainnya tidak membuang kesempatan tersebut. Bahkan, masyarakat maupun komunitas biasa pun dapat ikut membuat akun *YouTube* sendiri untuk berbagi video yang mereka buat, tanpa harus mengurus surat izin untuk penyiaran seperti halnya televisi konvensional, langkah ini juga dimanfaatkan oleh Mata Milenial Indonesia TV, sebuah kanal TV yang berbasis terrestrial, yang kini berkonvergensi menjadi media online atau digital dengan fokus utama memanfaatkan platform *Youtube* sebagai media mereka.

Youtube adalah media yang paling digemari dan digunakan oleh khalayak pengguna internet khususnya pengguna yang ingin melihat media dengan format video. *Youtube* menjadi salah satu platform media sosial berbasis video paling banyak digunakan diseluruh dunia. Tidak hanya kemudahan dan bagusny tampilan

yang disuguhkan oleh platform tersebut, namun *Youtube* juga menjadi pelopor munculnya tren menghasilkan uang lewat media sosial.

Google AdSense menjadi sumber pendapatan utama para pengguna atau “*Youtuber*” yang menyajikan karya dan konten di platform tersebut. Penayangan iklan melalui konten-konten tersebut, akan menjadi sumber pendapatan bagi para penyedia konten di dalam platform, dimana penayangan dari iklan-iklan tersebut akan diakumulasi oleh *Youtube* dan diberikan kepada para konten kreator atau para penyedia konten dalam bentuk uang berdasarkan berbagai macam faktor, seperti jam tayang dalam setiap video mereka. Kesempatan besar inilah yang banyak dimanfaatkan oleh para pengguna untuk menjadikan *Youtube* sebagai wadah mereka dalam mencari uang dan mendapatkan penghasilan baru. Dan hal tersebut juga menjadi alasan Mata Milenial Indonesia TV memilih memanfaatkan platform *Youtube* sebagai media utama mereka dalam menampilkan konten dan program-program mereka.

Mata Milenial Indonesia TV telah tampil dengan inovasi baru, dan lebih dalam menyajikan informasi melalui media dengan berbagai macam program dengan slogan “Media terpercaya, menghibur, dan mencerdaskan bangsa”. Mata Milenial Indonesia TV berdiri pada tahun 2018 dan sudah menerapkan konvergensi media dengan memanfaatkan media baru satu tahun setelahnya, dengan pertama bergabung dan membuka *Youtube* channel bernama Mata Milenial.

Terdapat dua jenis teknik produksi di MMI TV, yaitu produksi langsung (*live*) dan tidak langsung (*record*). Teknik produksi yang digunakan MMI TV adalah adalah tidak langsung dengan penggunaan dua hingga tiga kamera, dibalik program

yang layak tayang banyak orang-orang atau tim yang terlibat untuk melancarkan program tersebut seperti program director, production asisten, penulis naskah, penata kamera, penata cahaya, artistik, penata suara, dan yang tidak kalah penting adalah penyunting gambar (*editor*).

Mata Milenial Indonesia TV memproduksi sendiri program (*In House Production*) yang akan mereka tayangkan, dengan menayangkan program acara melalui Televisi Terrestrial, dan Siaran Televisi yang bisa dilihat di Aplikasi Android atau melalui Handphone, serta di Media Sosial seperti *Facebook, Instagram, YouTube* dll. Melihat pertumbuhan dan peran masyarakat saat ini, MMI TV hadir karena ingin mengantisipasi terjadinya polarisasi di masyarakat yang bisa berujung ancaman kesatuan bangsa dan pola perubahan komunikasi milenial-centennial (*generasi z*) dalam mengoptimalkan potensi dan peluang yg ada.

Mata Milenial Indonesia TV merupakan salah satu TV swasta yang masih berkembang dan sulit dalam menggapai audiens serta atensi secara luas. Selain itu MMI TV juga adalah TV swasta yang pada mulanya mengandalkan penayangan secara terrestrial, sehingga jangkauan khalayak MMI TV sangat terbatas yang berada pada wilayah Papua saja. Pendapatan melalui iklan dari penayangan terrestrial terbilang masih sangat kurang. Oleh karena itu, Mata Milenial Indonesia TV sangat membutuhkan dorongan dan juga wadah baru yang sekiranya dapat membantu dalam menghadapi krisis tersebut, terutama dalam usaha penyebarluasan informasi, dan bantuan dari segi finansial perusahaan. Untuk mendapatkan dorongan tersebut, Mata milenial Indonesia TV mengambil kesempatan dengan memanfaatkan perkembangan teknologi media baru yaitu

melalui platform Youtube, sebagai platform terbesar dan paling banyak digunakan masyarakat di era modern.

Untuk kanal digital seperti *Youtube* dan saluran OTT(*Over The Top*), Mata Milenial Indonesia TV mempunyai fokus konsumen ke seluruh daerah di Indonesia. Dalam penggunaan platform tersebut, terdapat beberapa program terbaik yang dimiliki dan disiarkan oleh Mata Milenial Indonesia TV, dan salah satu yang terunggul yaitu program *Public Diplomacy*. *Public Diplomacy* merupakan sebuah program yang menjelaskan tentang upaya Indonesia mendiseminasikan berbagai isu internasional yang berkaitan dengan kebijakan nasional kepada publik baik melalui dukungan internal maupun eksternal dengan narasumber dari berbagai bidang sesuai dengan tema program, program tersebut berbentuk talkshow yang dipandu host dan presenter.

Public Diplomacy meraih views terbanyak dari seluruh program Mata Milenial Indonesia TV dalam platform Youtube, yang mana viewers terbanyak berada pada program *Public Diplomacy* yang berjudul “Kisah Eks Tokoh OPM Yang Kembali Ke Pangkuan Ibu Pertiwi” dengan total 873.963 kali ditonton (23 Februari 2023), dan memiliki ribuan penonton di video-video lainnya, yang mana program tersebut belum tentu mendapat perhatian dan penonton yang sama melalui penayangan terrestrial. Hal tersebut tentunya memberikan efek cukup besar dari MMI TV kepada khalayak melalui platform *Youtube* tersebut, bukan hanya di daerah Papua dan daerah terluar, namun juga dapat disaksikan seluruh masyarakat Indonesia dapat mengakses Youtube.

Selain itu Public Diplomacy dipilih karena Public Diplomacy adalah salah satu program unggulan dari MMI TV yang membahas mengenai isu politik dan pemerintahan, dengan fokus utama perihal isu Papua yang bersifat edukatif. Hal ini sesuai dengan misi awal mereka sebagai media televisi dalam membangun dan mengedukasi masyarakat daerah 3T(*Terdepan, Terluar, Tertinggal*). Selain itu, Public Diplomacy juga menjadi salah satu program yang paling banyak ditonton di kanal Youtube MMI TV dan program yang menyumbang peningkatan dan *traffic* terbesar channel Youtube MMI TV dari segala aspek, yaitu menyumbang total 957.053 views dalam seluruh episodenya, 14.000 likes, 2000 komen, 3.800 share dan menambah total 13.200 subscribers ke Youtube Channel Mata Milenial Indonesia TV.

Dengan latar belakang inilah maka peneliti tertarik untuk mengetahui bagaimana media Mata Milenial Indonesia TV memanfaatkan Youtube sebagai upaya perluasan penyebaran informasi sekaligus membantu finansial perusahaan dengan mempersempit kajian penelitian pada program Public Diplomacy sebagai program terbaiknya. Maka dari itu peneliti membuat penelitian berjudul Pemanfaatan Youtube Sebagai Media Mata Milenial Indonesia TV Pada Program Public Diplomacy.

1.2 Rumusan Masalah Penelitian

Berdasarkan latar belakang diatas maka peneliti merumuskan masalah yang akan diteliti yaitu :

1. Bagaimana Mata Milenial Indonesia TV memanfaatkan Youtube sebagai media mereka khususnya pada program Public Diplomacy?

2. Apa tantangan dan hambatan Mata Milenial Indonesia TV dalam memanfaatkan Youtube sebagai media mereka khususnya pada program Public Diplomacy?

1.3 Tujuan Penelitian

1. Peneliti ini bertujuan untuk mengetahui pemanfaatan Youtube sebagai media Mata Milenial Indonesia TV khususnya pada penayangan program Public Diplomacy
2. Peneliti ini bertujuan untuk mengetahui tantangan dan hambatan apa saja dalam pemanfaatan Youtube sebagai media Mata Milenial Indonesia TV khususnya pada penayangan program Public Diplomacy.

1.4 Manfaat Penelitian

1. Manfaat Teoritis
 - a. Diharapkan dari hasil penelitian ini menjadi ilmu pengetahuan baru sekaligus referensi bagi semua pihak yang membutuhkan informasi mengenai konvergensi Media Massa terhadap keberlangsungan perusahaan Media Massa.
 - b. Diharapkan hasil penelitian ini memberikan kontribusi dalam perluasan ilmu pengetahuan serta wawasan bagi pembaca khususnya dalam program ilmu komunikasi.
2. Manfaat Praktis
 - a. Hasil penelitian ini diharapkan menjadi bahan masukan mengenai pemanfaatan platform digital sebagai upaya konvergensi media massa pada industri media maupun dalam lingkup yang lebih luas.

b. Hasil penelitian ini diharapkan dapat berguna kepada perusahaan terkait, yaitu MMI TV maupun pihak-pihak lain termasuk masyarakat dan industri media massa sebagai bahan pertimbangan dalam menghadapi dan memahami bagaimana pemanfaatan platform digital khususnya Youtube dalam upaya konvergensi media pada era media baru (*New Media*).

1.5 Sistematika Penulisan

Bab I Pendahuluan

Bab ini membahas latar belakang masalah, pembatasan masalah, perumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian dan sistematika penulisan.

Bab II Tinjauan Pustaka

Bab ini mengemukakan teori-teori yang melandasi dan mendukung penelitian, juga penelitian-penelitian sebelumnya yang memiliki kesamaan. Didalam bab ini akan dibahas mengenai komunikasi, komunikasi massa, pemanfaatan, media baru, YouTube, televisi, Mata Milenial Indonesia TV, dan program Public Diplomacy.

Bab III Metode Penelitian

Bab ini menjelaskan persiapan dan pelaksanaan penelitian yang menguraikan tentang jenis dan tipe penelitian, waktu dan lokasi penelitian, sumber data, Teknik analisis data, Teknik pengumpulan data, dan keabsahan data dari penelitian.

Bab IV Hasil Penelitian dan Pembahasan

Bab ini berisikan hasil penelitian dan pembahasan dari rumusan masalah dalam penelitian, serta penyajian data dan juga kesimpulan yang dapat diambil dari sumber data sudah terkumpul.

Bab V Penutup

Bab ini terdiri dari simpulan dan saran dari hasil penelitian yang sudah dijabarkan sebelumnya yang menjadi pokok hasil pembahasan dalam menjawab rumusan masalah dalam penelitian.

