

Analisis Konvergensi Media Seatoday Channel untuk Memenuhi Kebutuhan Informasi di Era Digital

Danang Soeminto
Universitas Budi Luhur
danang.soeminto@budiluhur.ac.id

ABSTRAK

Di era digital seperti sekarang, masyarakat dengan mudah mengakses informasi melalui internet. Seatoday, merupakan kanal berita televisi berbahasa Inggris yang menyiarkan berita-berita terkini yang terjadi di Kawasan Asia Tenggara. Siaran Seatoday bisa dinikmati di TV berlangganan seperti Indihome, MNC Vision, dan First Media. Selain itu, Seatoday juga bisa diakses melalui perangkat gadget melalui *live streaming* pada website (seatoday.com) dan layanan *Over The Top* atau OTT seperti Mola TV dan Vidio. Seatoday juga memiliki channel Youtube (Sea Today News) dengan subscriber sebanyak 354K, dimana konten-konten berita yang sudah tayang kembali di upload dengan durasi yang lebih pendek. Berbagai berita juga diunggah melalui akun instagram (@Seatodaynews) dengan followers 242K. Tujuan penelitian ini adalah ingin mengetahui bagaimana analisis konvergensi media yang dilakukan oleh *Seatoday Channel* untuk memenuhi kebutuhan informasi yang sudah beralih ke media digital. Metode penelitian menggunakan penelitian deskriptif dengan pendekatan kualitatif. Dengan adanya penelitian ini diharapkan mampu memberikan gambaran bagaimana sebuah channel televisi menerapkan digitalisasi multimedia dalam bisnis media mereka karena hal tersebut sudah menjadi tuntutan di era digital. Hasil penelitiannya yaitu Seatoday Channel melakukan konvergensi media untuk memenuhi kebutuhan informasi pemirsa atau audiens yang sudah bertransformasi ke media digital

Kata kunci:

Analisis
Konvergensi Media
Seatoday Channel

Keywords:

Analysis
Media Convergence
Seatoday Channel

In this digital era, people can easily access information through the internet. Seatoday, is an English-language television news channel that broadcasts the latest news happening in the Southeast Asia Region. Seatoday broadcasts can be enjoyed on subscription TV such as Indihome, MNC Vision, and First Media. In addition, Seatoday can also be accessed through gadget devices through live streaming on the website (seatoday.com) and Over The Top or OTT services such as Mola TV and Vidio. Seatoday also has a Youtube channel (Sea Today News) with 354K subscribers, where news content that has been aired is uploaded again with a shorter duration. Various news are also uploaded through an Instagram account (@Seatodaynews) with 242K followers. The purpose of this research is to find out how the media convergence analysis carried out by Seatoday Channel to meet the information needs that have switched to digital media. The research method uses descriptive research with a qualitative approach. This research is expected to be able to provide an overview of how a television channel applies multimedia digitization in their media business because it has become a demand in the digital era. The result of his research is that Seatoday Channel conducts media convergence to meet the information needs of viewers or audiences who have transformed to digital media.

*Ini adalah artikel akses terbuka di bawah lisensi [CC BY-SA](https://creativecommons.org/licenses/by-sa/4.0/).
This is an open access article under the [CC BY-SA](https://creativecommons.org/licenses/by-sa/4.0/) license.*

PENDAHULUAN

Pengguna internet semakin bertambah seiring dengan perkembangan teknologi digital. Laporan *We Are Social* mencatat, jumlah pengguna internet di Indonesia hingga Januari 2023 telah mencapai 212,9 juta orang

(Grimm, 2015). Selain itu, 98,3 % pengguna internet di Indonesia menggunakan perangkat gadget. Berdasarkan data tersebut, sebagian besar masyarakat sudah mengakses informasi melalui gadget atau *smartphone* mereka (Candrasari et al., 2020). Apalagi berbagai berita aktual kini hadir di beberapa platform media digital seperti website, youtube dan instagram yang biasa dikenal dengan *New Media* atau media baru.

Flew (2018) menyebut *New Media* dengan media digital. Media digital merupakan media yang konteksnya mempunyai beberapa gabungan data, teks, suara, serta berbagai macam-gambaran yang disimpan dalam format digital dan penyebarannya melalui jaringan berbasis kabel *optic broadband*, satelit dan sistem transmisi gelombang mikro (Kurniasih, 2019). Media baru sesungguhnya lahir bukan untuk menggantikan media lama. Media baru lahir sebagai dampak dari kemudahan yang ditawarkan teknologi. Kemudahan apa yang ditawarkan oleh *New Media*? Menurut Flew (2018), salah satunya adalah konvergensi yaitu integrasi antara media satu dengan lainnya.

Bolin (2016) menyebut konvergensi adalah konsep yang digunakan untuk menggambarkan kemampuan teknik media yang saling membaur atau menyatu. Konvergensi harus dipahami terutama sebagai proses teknologi yang menyatukan beberapa fungsi media dalam perangkat yang sama (Widyastuti et al., 2022). Meikle and Young (Flew, 2018) berpendapat bahwa konvergensi media dalam pelaksanaannya meliputi empat dimensi yaitu teknologi, industri, sosial, dan tekstual. Dengan konvergensi, aliran konten di berbagai platform media, saling bekerjasama antara berbagai industri media (Deuze, 2003). Selain itu, perilaku migrasi audiens bebas kemana saja untuk mencari jenis pengalaman hiburan yang mereka inginkan. Konvergensi Kontinum menggambarkan tahapan-tahapan yang dilalui setiap media yang akan menuju konvergensi penuh atau *full convergence*. Terdiri dari cross promotion (promosi silang), cloning (cloning), *coopetition*, berbagi konten (*content sharing*) dan konvergensi penuh (*full convergence*).

Sementara dalam konvergensi jurnalistik, menurut Grant dan Wilkinson (2009) menyatakan ada tiga model konvergensi yaitu konvergensi *newsroom*, konvergensi *news gathering*, dan konvergensi *content*. Seatoday channel merupakan kanal berita televisi yang menyiarkan berita-berita terkini yang terjadi di Kawasan Asia Tenggara. Seiring dengan kemajuan teknologi dan semakin banyak pengguna gadget atau *smartphone*, Seatoday melakukan beberapa strategi konvergensi media seperti kloning siaran, dimana siaran Seatoday selain bisa disaksikan di TV berbayar, juga bisa diakses via *live streaming* melalui website (seatoday.com) dan layanan *Over The Top* (OTT) seperti Mola TV dan Vidio (Ikhwan, 2022). Selain itu, Seatoday juga melakukan berbagi konten (*content sharing*) dengan mendistribusikan konten yang sudah tayang dengan mengunggah kembali berupa potongan-potongan video berdurasi pendek ke channel Youtube (Seatoday News) serta akun Instagram (@seatodaynews). Penelitian ini juga akan membahas konvergensi jurnalistik yang dilakukan oleh Seatoday seperti konvergensi *newsroom*, konvergensi *news gathering*, dan konvergensi *content* (Dr. Rulli Nasrullah, 2017). Berdasarkan latar belakang topik penelitian tersebut, maka dapat disimpulkan rumusan masalah dalam penelitian ini adalah menganalisis bagaimana bentuk-bentuk konvergensi media yang diterapkan oleh Seatoday Channel dalam memenuhi kebutuhan informasi masyarakat di era digital saat ini (Watie, 2016).

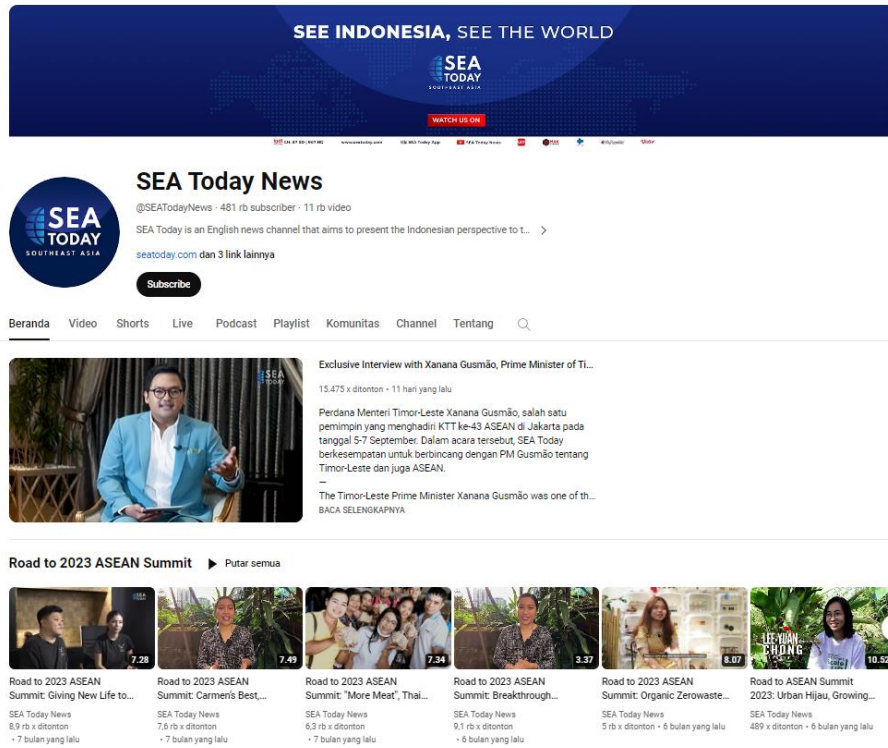
METODE

Metode penelitian ini menggunakan metode deskriptif dengan pendekatan kualitatif (Sugiyono, 2006). Tujuan penelitian kualitatif adalah untuk memahami objek yang diteliti secara mendalam. Proses penelitian kualitatif seperti mengajukan pertanyaan, mengumpulkan data-data dari partisipan kemudian menafsirkan makna data tersebut. Selain itu, teknik pengumpulan data dilakukan dengan cara observasi media digital yaitu website, instagram, dan youtube yang mendeskripsikan penerapan konvergensi media di Seatoday Channel.

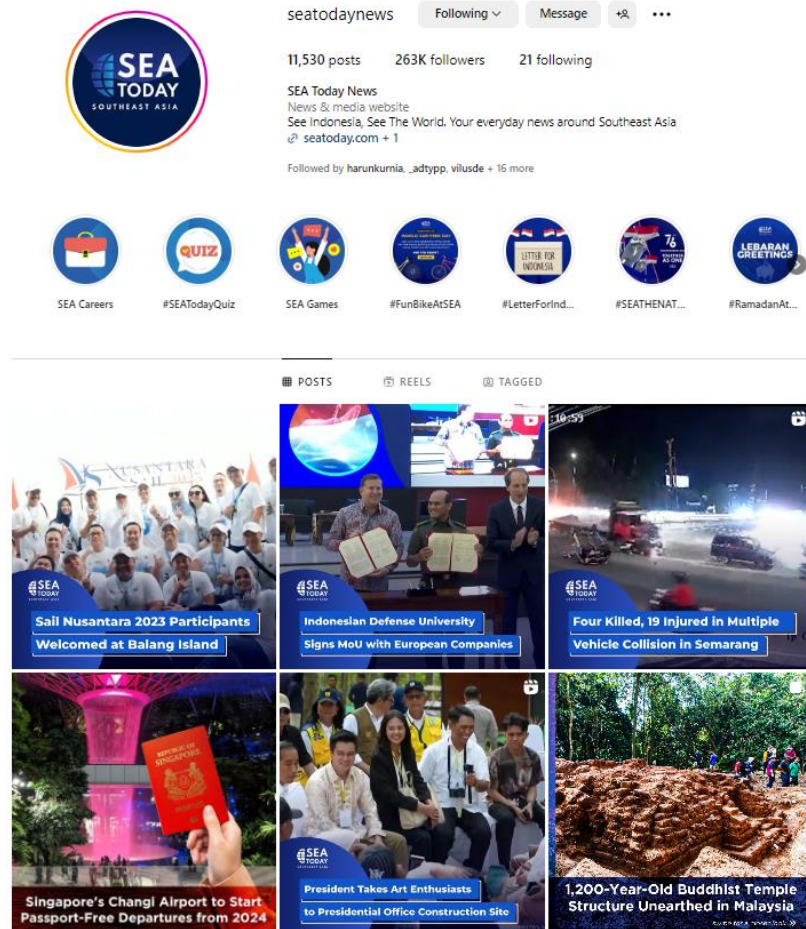
Gambar 1. Tampilan home page website Seatoday, 2023



Gambar 2. Tampilan home page channel youtube Seatoday, 2023

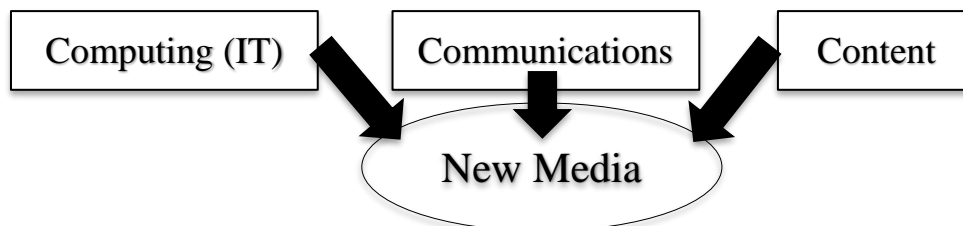


Gambar 3. Tampilan feed Instagram Seatoday, 2023



HASIL DAN PEMBAHASAN

Internet kini sudah menjadi kebutuhan utama bagi khalayak yang haus akan informasi atau berita. Audiens lebih banyak menikmati berita melalui media digital yang terkoneksi di smartphone-nya. Baik itu dengan melihat tayangan berita di Youtube, Instagram, maupun menonton *live streaming* di website. Oleh karena itu, konvergensi media adalah keniscayaan dan menjadi tuntutan yang harus dilakukan banyak media. Konvergensi dapat terjadi karena didukung oleh tiga C yaitu *computing* (industri computer dan teknologi informasi), *communication* (infrastruktur dan jaringan telekomunikasi), dan *content* (informasi, *games*, berita). *Computing* Bersatu dengan *communications* akan menghasilkan telepon seluler (*smartphone*). Bersatunya *communication* network dengan *content* media, akan menghasilkan siaran untuk TV kabel. Bila *computing*, *communications* network, dan *content* media bergabung, maka akan menghasilkan internet. *Computing* berfungsi sebagai penyedia, pengolah, penyaji data dan informasi. *Communications* berfungsi menyediakan jaringan koneksi koneksi melalui kabel atau satelit agar computer bisa saling terhubung. Adapun *content* media berfungsi menyediakan isi untuk kebutuhan internet seperti berita, informasi, perdagangan, atau *games* (Muliawanti, 2018).



Menurut Delvanti dan Arvidsson (2019), *New Media* digunakan untuk mendeskripsikan teknologi informasi dan komunikasi berbasis kode digital. “Media baru” menandai serangkaian teknologi media yang telah muncul sejak dekae terakhir abad kedua puluh. Ini membedakan mereka dari “media lama”, yang merupakan definisi yang digunakan untuk mengidentifikasi media massa tradisional seperti televisi, surat kabar, atau radio. Seatoday channel secara bisnis melakukan siaran melalui layanan televisi berbayar (*Pay TV*) di Indihome. Seatoday channel yang mengawali kiprahnya pada Oktober 2020 menyadari penggunaan internet yang semakin masif membuat mereka harus mengikuti perkembangan media digital. Digital Media Supervisor Seatoday, Eki Nurdiansyah mengungkapkan bahwa masyarakat kini lebih banyak yang menikmati berita melalui kanal digital seperti website, live streaming, media sosial, dan sebagainya. Alhasil, mau tidak mau Seatoday juga melakukan konvergensi media untuk memenuhi kebutuhan informasi audiens.

“SEA Today secara bisnisnya di TV. Tapi memang kemudian, karena ada transformasi media, bahwa sekarang orang-orang lebih banyak menikmati berita lebih banyak di Sosmed, media digital, jadi sehingga ya mau ga mau kita juga mesti berpacu, dan kita juga mesti switching ke sana. Kenapa akhirnya SEA Today pun memilih untuk ada di beberapa platform, karena memang kita ingin memenuhi kebutuhan audience itu sendiri.”

Kemudahan apa yang bisa ditawarkan oleh *New Media*? Menurut Flew (Flew, 2018), *new media* menawarkan *digitization, convergence, interactivity, dan development of network* terkait pembuatan pesan dan penyampaian pesannya. Kemampuannya menawarkan interaktivitas ini memungkinkan pengguna *New Media* memiliki pilihan informasi apa yang dikonsumsi, sekaligus mengendalikan keluaran informasi yang dihasilkan serta melakukan pilihan-pilihan yang diinginkannya. Hal tersebut senada dengan apa yang disampaikan oleh Eky Nurdiansyah yang mengatakan bahwa dahulu sebelum lahirnya internet, *audience looking for content*. Tapi di era digital sekarang justru berbanding terbalik, *content looking for audience*.

“Dahulu ketika era televisi, audience itu looking for content, jadi orang mencari konten. Tapi di zaman sekarang, justru kebalikan. Content Looking for Audience. Karena audiens menikmati hiburan via televisi, konten diarahkan oleh media televisinya. Bahwa mereka kalau mau nonton di jam 7 pagi, jam 9 pagi, mereka pasti nontonnya program A, ngga bisa mereka pindah-pindah di channel itu untuk menonton yang mereka suka.”

Siaran Seatoday channel selain bisa disaksikan di TV berlangganan Indihome, juga bisa dinikmati melalui *live streaming* di website *seatoday.com*.

Gambar 4. Tampilan *live streaming* Seatoday TV, 2023



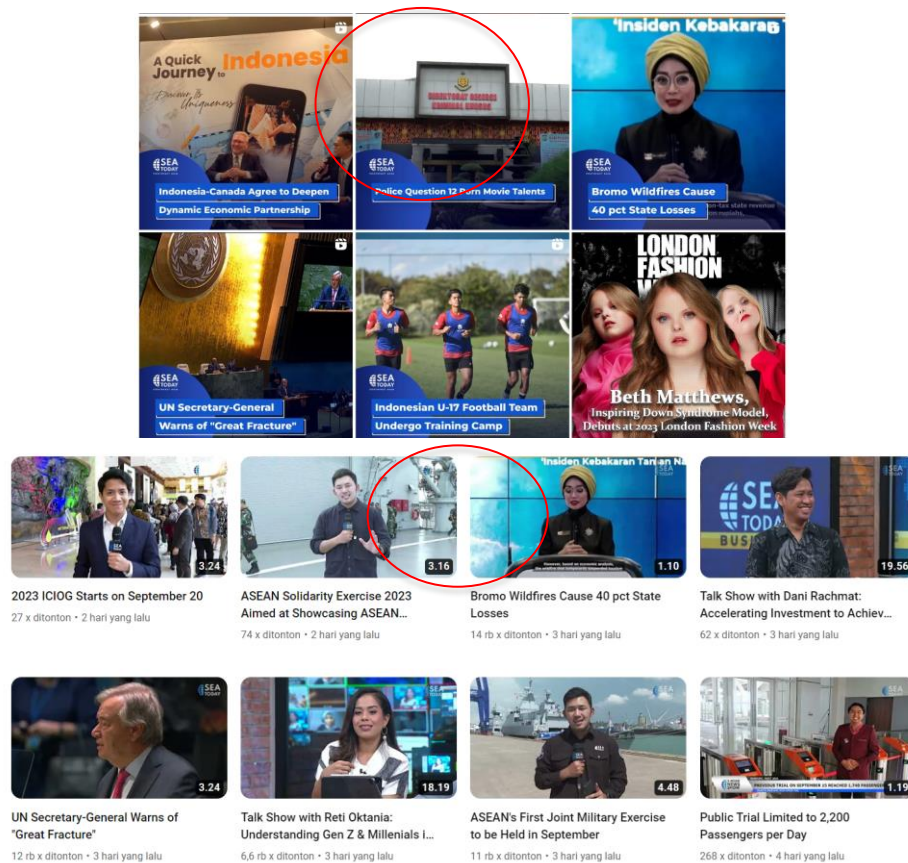
Selain itu, Seatoday menggunakan sistem *catch up*, dimana dengan fitur tersebut membuat audiens bisa memilih program-program acara yang sudah terlewat selama 7 hari. Caranya hanya dengan meng-klik nama programnya maka otomatis audiens bisa melihat kembali tayangan tersebut.

Gambar 5. Tampilan sistem *catch up* di *live streaming* Seatoday TV



Dalam prakteknya, Seatoday TV menerapkan *Structural Convergence* (konvergensi struktural). Bentuk konvergensi ini dikaitkan dengan perubahan dalam pengumpulan dan distribusi berita. Tapi ini hanya proses manajemen dalam arti memperkenalkan perubahan dalam praktik kerja. Contohnya tim reporter menulis ulang konten media televisi dalam bentuk yang sesuai untuk media sosial atau website.

Gambar 6. Tampilan *Structural Convergence* di channel youtube dan Instagram Seatoday



Konten yang sudah ditayangkan di Seatoday TV melalui Indihome, akan di posting kembali di media digital seperti channel youtube dan media sosial seperti Instagram.

“Dari apa yang sudah kita hasilkan di TV, misalkan 1 konten berita berdurasi 3 menit, 4 menit, atau 5 menit, kita secara full akan upload ke Youtube, tapi kemudian, yang sifatnya snackable konten, dari 5 menit itu kita potong jadi 1 sampai 1,5 menit untuk di upload ke sosmed, ke Instagram, Twitter, Tiktok, ketiga sosmed itulah pokoknya.”

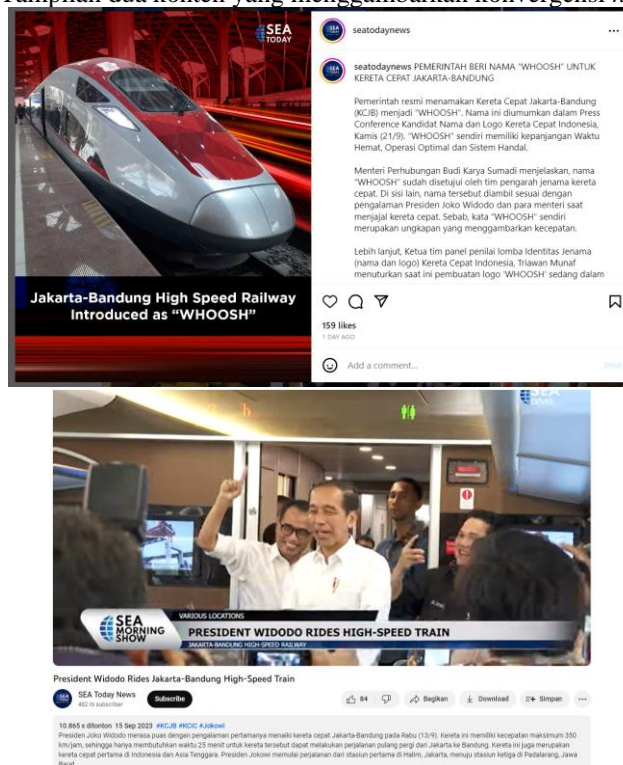
Seatoday TV juga menerapkan konvergensi jurnalistik yang terdiri dari Konvergensi *News Room*, Konvergensi *News Gathering* dan Konvergensi *Content/Isi*. Konvergensi *News Room* yaitu Memiliki satu ruang redaksi sama, para jurnalis bersatu dalam satu ruang produksi berita, Para jurnalis ini juga mengerjakan tugas berdasarkan keperluan dan kepentingan pasar, tidak saling “membelakangi” namun saling bekerja sama dalam satu tujuan.

Gambar 7. Ruang Redaksi Seatoday TV, 2023



Konvergensi *News Gathering* yaitu 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.

Gambar 8. Tampilan dua konten yang menggambarkan konvergensi *news gathering*



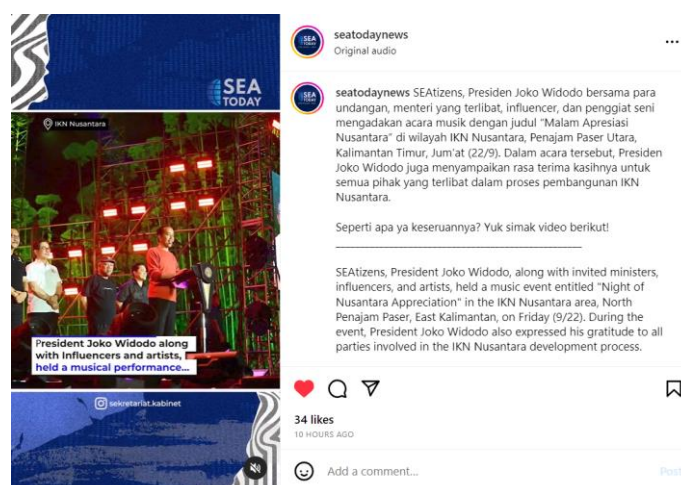
Dua konten berita di atas merupakan konvergensi *news gathering*, karena diproduksi oleh satu orang reporter. Seatoday TV juga menerapkan *information-gathering convergence* (konvergensi pengumpulan informasi). Konvergensi dimana perusahaan media mensyaratkan jurnalis memiliki banyak keahlian (multiple skill). Satu orang jurnalis memproduksi konten untuk semua platform media. Beberapa istilah muncul untuk menggambarkan fenomena ini, *platypus or inspector gadget* atau jurnalisme backpack.

“Untuk liputan broadcast biasanya ada tim reporter dan tim Video Jurnalis, biasa mereka berdua. Video jurnalis yang mengambil gambar, reporter yang akan inframe, yang akan bikin naskah dan yang akan isi VO.

Tapi, terkadang kita juga bekali teman-teman reporter ketika liputan itu Handphone, untuk kalau misalkan ada konten-konten yang buat khusus digital atau media sosial.”



Video hasil liputan tim broadcast Seatoday TV di Kalimantan Timur



Konten digital (Instagram) hasil dari tim reporter yang bertugas di Kalimantan Timur.

KESIMPULAN

Dari hasil pembahasan dapat diambil kesimpulan yaitu, Seatoday Channel melakukan konvergensi media untuk memenuhi kebutuhan informasi pemirsa atau audiens yang sudah bertransformasi ke media digital. Selain itu, mereka juga memiliki tuntutan pasar dimana teknologi internet sudah mendominasi diseluruh konten media. Konvergensi media membuat akses informasi menjadi lebih cepat dan dapat memperluas jangkauan siaran. Pada akhirnya, Seatoday channel melalui kebijakannya melakukan beragam inovasi pada produksi konten. Para reporter atau jurnalis dituntut harus memiliki banyak keahlian di bidang multimedia. Beberapa jenis konvergensi yang mereka terapkan diantaranya : Konvergensi struktural, konvergensi newsroom, konvergensi pengumpulan informasi, dan konvergensi news gathering. Dengan menerapkan beberapa jenis konvergensi media tersebut, Seatoday Channel mendapatkan banyak keuntungan dari segi efisiensi, efektivitas, dan kreativitas dalam produksi konten-konten. Selain itu, distribusi dan pengiriman informasi berita bisa dilakukan dengan cepat.

REFERENSI

Bolin, G. (2016). Value and the Media: Cultural Production and Consumption in Digital Markets. In *Value and the Media: Cultural Production and Consumption in Digital Markets*. <https://doi.org/10.4324/9781315548500>

- Candrasari, Y. C., Dyva Claretta, & Sumardjajti. (2020). Pengembangan Dan Pendampingan Literasi Digital Untuk Peningkatan Kualitas Remaja Dalam Menggunakan Internet. *Dinamisia : Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 4(4). <https://doi.org/10.31849/dinamisia.v4i4.4003>
- Delfanti, A., & Arvidsson, A. (2019). Introduction to digital media. In *Introduction to Digital Media*. <https://doi.org/10.1002/9781119276296>
- Deuze, M. (2003). The web and its journalism: Considering the consequences of different types of news media online. *New Media and Society*, 5(2). <https://doi.org/10.1177/1461444803005002004>
- Dr. Rulli Nasrullah, M. Si. (2017). *Media Sosial; Perspektif Komunikasi, Budaya dan Sioteknologi. Bandung: Simbiosis Rekatama Media, 2016.*
- Flew, T. (2018). Social media and the cultural and creative industries Creative industries and social media: Close friends or distant relatives? *The SAGE Handbook of Social Media*.
- Grant, A., & Wilkinson, J. (2009). Understanding Media Convergence: The State of the Field. *Journalism & Mass Communication Quarterly*, 86(3).
- Grimm, J. (2015). Book Review: Convergent journalism: An introduction: Writing and producing across media. *Electronic News*, 9(3). <https://doi.org/10.1177/1931243115598878>
- Ikhwan, M. (2022). *Manajemen Media Kontemporer, Mengelola Media Cetak, Penyiaran dan Digital*.
- Kurniasih, E. (2019). Media Digital pada Anak Usia Dini. *Jurnal Kreatif*, 9(2).
- Muliawanti, L. (2018). JURNALISME ERA DIGITAL: DIGITALISASI JURNALISME DAN PROFESIONALITAS JURNALISME ONLINE. *LENTERA: Jurnal Ilmu Dakwah Dan Komunikasi*, 2(1). <https://doi.org/10.21093/lentera.v2i1.1168>
- Sugiyono. (2006). Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif Dan R&D. In Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif Dan R&D. In *Koleksi Buku UPT Perpustakaan Universitas Negeri Malang*.
- Watie, E. D. S. (2016). Komunikasi dan Media Sosial (Communications and Social Media). *Jurnal The Messenger*, 3(2). <https://doi.org/10.26623/themessenger.v3i2.270>
- Widyastuti, A., Panggabean, S., Salamun, S., Kristianto, S., Rahmat, T., Purba, S., Khalik, M. F., Sari, M., Ritonga, M., Simarmata, J., Haruna, N. H., Recard, M., Meirista, E., & Chamidah, D. (2022). Media & Multimedia Pembelajaran. In *Media & Multimedia Pembelajaran*.