

# KONVERGENSI DALAM PROGRAM NET CITIZEN JOURNALISM

Rhafidilla Vebrynda<sup>1</sup>, Eni Maryani<sup>2</sup>, dan Aceng Abdullah<sup>2</sup>

<sup>1</sup>Universitas Muhammadiyah Yogyakarta

<sup>2</sup>Universitas Padjadjaran

## ABSTRAK

Di dalam artikel ini, peneliti ingin melihat perkembangan teknologi di Indonesia sebagai sebuah peluang untuk menjalankan sebuah program berita berbasis video kiriman masyarakat. Perkembangan teknologi tersebut adalah teknologi penyiaran, teknologi sosial media dan teknologi dalam proses produksi sebuah video. Di Indonesia, jumlah televisi semakin banyak. Setiap stasiun televisi harus bersaing untuk dapat bertahan hidup. Net TV merupakan sebuah stasiun televisi baru di Indonesia yang harus memiliki berbagai program unggulan baru agar dapat bersaing dengan televisi lainnya yang sudah ada. Net TV menggunakan berbagai platform media untuk menjalankan program Net Citizen Journalism (Net CJ). Penggunaan berbagai platform media dikenal dengan istilah multiplatform dan secara teoritis dikenal dengan istilah konvergensi. Konvergensi yaitu saat meleburnya domain-domain dalam berbagai media komunikasi. Artikel ini menggunakan metode studi kasus untuk melihat bagaimana konvergensi terjadi dalam proses pengelolaan program Net CJ. Teknik pengumpulan data adalah dengan wawancara mendalam, observasi dan studi dokumen. Wawancara mendalam dilakukan dari tiga sudut pandang yaitu dari pengelola program, pengguna/audience dan pengamat media. Penelitian ini menemukan bahwa dengan menggunakan berbagai platform media yang fungsinya berbeda, memiliki satu tujuan yang sama yaitu untuk menjalankan program Net CJ. Adapun berbagai platform dalam proses produksi program yaitu tayangan TV konvensional, streaming TV, website, aplikasi Net CJ, facebook, twitter, instagram dan path. Konvergensi media dijalankan dalam dua proses, yaitu proses produksi dan proses promosi program berita.

**Kata-kata Kunci:** Konvergensi, media penyiaran, program, berita, NET CJ

## CONVERGENCE IN NET CITIZEN JOURNALISM PROGRAM

### ABSTRACT

*In this article, researcher wanted to see the development of technology in Indonesia as an opportunity to operate a news program based on video from society. The development of that technology are broadcast technology, social media technology dan technology in produce video. In Indonesia, the number of television station is growing fast. Every television station must compete to survive. Net TV is a new television station in Indonesia which must has various superior new program to compete with other television stations. Net TV use various media platform to operate Net Citizen Journalism (NET CJ). Using variuos media platform is known multiplatform and in theoritic called convergency. Convergency is when many domain merge in various communication media. This article use case study research method to see how convergency happened in Net CJ Program. The data collection are dept interview, observation and literature study. Dept interview is from point of view of program manager, user/audience and media observer. This research find that with use various media platform with different function has one purpose is to operate Net CJ Program. The various platform in program production process are conventional television process, television streaming, website, Net CJ application, facebook, twitter; instagram and path. Media convergence operate in two process, production and promotion news program process.*

**Keywords:** Convergency, broadcast media, program, News, NET CJ

## PENDAHULUAN

Industri media di Indonesia sudah semakin berkembang. Adanya aturan tentang digitalisasi menyebabkan semakin memungkinkan untuk menjalankan bisnis media penyiaran baru di Indonesia. Hal ini memang sejalan dengan cita-cita di dalam dunia penyiaran yakni mengenai diversity of content dan diversity of ownership atau keberagaman konten dan keberagaman kepemilikan. Berkembangnya industri media di Indonesia salah satunya ditunjukkan dengan munculnya televisi-televisi baru di Indonesia.

Dengan banyaknya televisi baru ini, menyebabkan persaingan juga semakin ketat, baik dari segi pengembangan program, maupun segi sumber daya manusianya. Persaingan yang terjadi di tengah kondisi konglomerasi, menjadikan televisi-televisi baru harus bekerja lebih keras untuk dapat bersaing dengan televisi lama yang sudah memiliki pasarnya sendiri. Hal yang dilakukan di antaranya dengan pengembangan berbagai program unggulan serta peningkatan kualitas sumber daya manusia penggerak media tersebut.

Tidak dipungkiri di Indonesia sendiri masih banyak program televisi yang masih kurang berkualitas. Hal ini berdasar survei yang dilakukan KPI tentang kualitas program televisi di Indonesia yang dilakukan di 9 kota (Medan, Jakarta, Semarang, Surabaya, Yogyakarta, Banjarmasin, Denpasar, Makassar dan Ambon) yang dipublikasikan dalam newsletter KPI edisi Mei-Juni dan Juli-Agustus 2015. Survei selama dua periode tersebut menyatakan bahwa program televisi di Indonesia rata-rata masih berada di bawah standar yang ditetapkan oleh KPI. Hal ini merupakan salah satu alasan mengapa peningkatan kualitas program menjadi hal yang serius dan menciptakan program-program baru yang lebih berkualitas adalah hal yang harus dilakukan oleh lembaga penyiaran di Indonesia.

Mengenai fenomena tersebut, Kurniadi (2013) juga mengatakan,

“di tengah-tengah kegembiraan munculnya televisi-televisi baru di Indonesia dengan aneka ragam acaranya ada fenomena menarik yang dapat penulis simak bahwa seringkali terjadi pengulangan berita antara TV satu dengan TV yang lainnya. Seakan-akan tidak ada informasi baru kendati angle berbeda, ada sebuah pola baku

yang seragam hampir pada seluruh media massa terutama televisi dalam menyajikan pemberitaan, seringkali media terjebak pada desain informasi yang berulang dan basi pada episode yang sama. Fenomena lainnya adalah adanya ketidakadilan yang dirasakan dalam jurnalistik televisi karena sebagian besar liputan pemberitaan di stasiun televisi swasta berasal dari peristiwa yang terjadi di kota besar.”

Dewasa ini, penggunaan media baru dan media lama yang diintegrasikan juga sudah semakin marak. Banyak televisi yang menggabungkan antara media konvensionalnya dengan media baru baik dalam proses produksinya maupun dalam hal mengkomunikasikan pesannya kepada *audience*-nya. Media baru adalah berbagai perangkat teknologi komunikasi yang berbagi ciri yang sama yang mana selain baru, dimungkinkan dengan digitalisasi dan ketersediaannya yang luas untuk penggunaan pribadi sebagai alat komunikasi (McQuail, 2011: 148).

Menurut Mark Poster dalam Littlejohn (2009: 413), teori media baru adalah tentang periode baru di mana teknologi interaktif dan komunikasi jaringan, khususnya dunia maya akan mempengaruhi masyarakat. Dalam artikel ini dijelaskan mengenai bagaimana pengaplikasian media baru di dalam dunia penyiaran, nantinya juga akan berpengaruh terhadap masyarakat.

Salah satu pengaplikasian teknologi media baru dalam dunia penyiaran dikenal dengan istilah konvergensi. Konvergensi merupakan saat dimana sudah tidak ada pembatas perbedaan lagi di antara satu jenis media dengan media yang lainnya. Konvergensi dikatakan sebagai saat di mana hilangnya batas perbedaan antarmedia (Baran & Davis, 2010: 28). Konvergensi secara prakteknya dilakukan dengan penggunaan berbagai platform media untuk satu tujuan tertentu. Dalam artikel ini lebih jauh di dalam dunia penyiaran, yaitu saat dimana sebuah media penyiaran menggunakan berbagai platform untuk menjalankan sebuah programnya.

Roger Fidler (2003: 49) mengatakan bahwa dalam media komunikasi dikenal tiga domain media yaitu domain interpersonal, domain penyiaran dan domain dokumen. Domain inilah yang saling melebur ketika konvergensi

terjadi. Pada praktiknya, kita kemudian tidak bisa membedakan apakah sedang menggunakan media dalam domain interpersonal, dalam domain penyiaran atau dalam domain dokumen.

Transformasi media komunikasi atau mediamorfosis ini memiliki tiga konsep penting dalam menandai prosesnya (Fidler, 2003: 34) yaitu koevolusi, konvergensi dan kompleksitas. Pada artikel hasil penelitian ini, fokus pembahasan adalah pada konsep koevolusinya. Konvergensi merupakan saat dimana sudah tidak ada pembatas perbedaan lagi di antara satu jenis media dengan media yang lainnya. Konvergensi dikatakan sebagai saat dimana hilangnya batas perbedaan antarmedia.

Konvergensi tidak akan terjadi sampai anda memiliki segala sesuatu dalam bentuk digital, yaitu ketika konsumen dapat dengan mudah menggunakannya pada semua bentuk peralatan yang berbeda. Jadi ketika kita membahas tiga jenis media terpenting -foto, musik dan video- maka kemajuan yang dapat memberikan orang fleksibilitas terhadap penggunaan jenis media ini sangatlah penting. Hal ini telah diimpikan sejak lama. Dan sekarang, impian tersebut telah menjadi kenyataan (Cooper dalam Baran & Davis, 2010: 28).

Konvergensi yang ditandai dengan tidak ada lagi pembeda dan pembatas antar media akan dilihat dari media-media yang digunakan di dalam program ini. Dalam penelitian ini dijelaskan dengan tidak adanya pembatas dari domain-domain media yang dikemukakan oleh Roger Fidler yaitu domain personal, penyiaran dan dokumen. Konvergensi yang terjadi akan menyebabkan kita berfikir apakah sebenarnya kita sedang menonton berita, streaming tayangan televisi, membuka akun jejaring sosial kita, melihat video tayangan kiriman dari masyarakat biasa atau sedang menggunakan perangkat teknologi kita (komputer, smartphone dan atau tablet).

Roger Fidler (2003: 35) menjelaskan tiga domain dalam konvergensi media. Pertama, domain interpersonal yang mengatakan bahwa teknologi-teknologi komunikasi berperantara komputer akan menjadi lebih kuat, lebih esensial, lebih merata dan lebih terpadu. Aplikasi-aplikasi komputer misalnya pemroses kata, spread sheet, telekomunikasi dan alat-alat editing audio/video akan sangat terintegrasi

dan distandarkan dalam sistem- sistem di masa depan. Dalam domain interpersonal, internet dan jaringan-jaringan consumer online akan melebur dengan telepon dan sistem-sistem TV satelit/kabel guna membentuk suatu layanan global yang bisa berpindah jalur dengan halus tanpa gangguan.

Bentuk-bentuk komunikasi interpersonal berperantara komputer akan membaurkan suara, video, teks dan grafik. Untuk menjamin privasi, hampir semua interaksi dan transaksi digital akan disandikan secara otomatis. Dan dalam domain interpersonal ini, Roger Fidler meramalkan bahwa nantinya media cyber yang akan datang secara rutin mempergunakan agen-agen personal cerdas untuk mengumpulkan, memilah dan menyaring informasi dan hiburan agar sesuai dengan permintaan dan selera masing-masing audience.

Domain media yang kedua dalam penjelasan Roger Fidler (2003: 37) adalah domain penyiaran. Menurut Fidler, adanya transformasi media dalam domain penyiaran ini karena yang benar-benar diinginkan audience adalah pilihan-pilihan hiburan yang lebih banyak dan kendali yang lebih besar atas waktu-waktu menonton. Bukan lantas berarti bahwa pesawat-pesawat televisi akan tetap persis seperti sekarang atau tidak akan memakai sebagian dari teknologi-teknologi komputer. Keduanya (stasiun televisi dan komputer) menurut Fidler akan terus melayani tujuan- tujuan yang berbeda dan melibatkan audience dalam cara-cara yang berbeda juga, meskipun bisa saja mereka akan melebur menjadi satu alat universal atau satu mega medium tunggal.

Domain terakhir dalam mediamorfosis menurut pembagian Fidler (2003: 40) adalah domain dokumen. Dalam domain terakhir ini, Fidler memfokuskan pada perkembangan media cetak, yaitu koran yang karena suatu masa ketika penerbit dipaksa oleh alasan-alasan finansial, persaingan dan lingkungan untuk akhirnya meninggalkan teknologi-teknologi penerbitan zaman industrial mereka. Berkembanglah media cetak dalam bentuk digital sebagai jawaban dari hal tersebut. Bagaimana saat ini dengan bantuan perkembangan teknologi juga mulai muncul tablet-tablet ringan berukuran majalah memakai teknologi panel datar akan memberi pelanggan suatu medium yang murah, andal dan mudah pemakaiannya untuk menayangkan dan berinteraksi dengan semua bentuk-bentuk

dokumen digital dari korespondensi dan agenda personal sampai *textbook* dan bahan-bahan kuliah. Dalam penelitian ini ketiga domain tersebut, yaitu interpersonal, penyiaran dan dokumen dapat menjelaskan mengenai konvergensi media.

Dengan menggunakan berbagai platform media di dalam sebuah stasiun penyiaran, akan dilatarbelakangi oleh berbagai hal dan akan menyebabkan berbagai manfaat pula. Artikel ini mencoba menggali mengenai bagaimana konvergensi yang dilakukan dalam sebuah media penyiaran baru dengan salah satu program yang dijalankannya.

Fokus artikel ini berada pada bagaimana konvergensi dilakukan oleh sebuah media penyiaran baru, yaitu stasiun Net TV yang baru mengudara pada Juni 2013, dengan salah satu programnya yakni program Net Citizen Journalism yang kemudian dalam artikel ini disebut Net CJ. Bagaimana di tengah-tengah persaingan industri media penyiaran di Indonesia, Net TV yang merupakan televisi baru, menggabungkan berbagai platform media dalam menjalankan programnya.

## METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan metode studi kasus dengan teknik pengumpulan data berupa wawancara mendalam, observasi dan studi dokumen. Stake dalam Creswell (2009: 13) menyatakan bahwa studi kasus merupakan penelitian yang akan menjelaskan strategi penyelidikan dimana peneliti mengeksplorasi secara mendalam sebuah program, acara, kegiatan, proses atau satu atau lebih individu. Dalam penelitian ini adapun sebuah program yang menjadi subjek observasi peneliti secara mendalam adalah program Net Citizen Journalism (Net CJ) di Net TV dengan berbagai platform medianya.

Studi kasus dilakukan untuk menganalisis sebuah program dengan berlatar pada keunikan program. Program Net CJ sendiri merupakan sebuah program di mana selain mengintegrasikan beberapa media (konvensional dengan program berita Net News juga dengan berbagai platform media sosial) juga merupakan sebuah program di mana masyarakat dalam hal ini audience program berita yang ada di Net TV dapat mengirimkan video beritanya pada website yang sudah disediakan yaitu netcj.co.id dan dapat

ikut berpartisipasi dalam mengisi konten berita serta berkomentar dalam program-program berita yang berada di bawah departemen News Net TV. Di mana dalam penyiaran di Indonesia khususnya program berita televisi, masih jarang sebuah media mengorganisasikan wadah untuk masyarakat mengirimkan videonya sebagai konten utama program berita.

Patton dalam Pawito (2008: 141) melihat bahwa studi kasus merupakan upaya mengumpulkan dan kemudian mengorganisasikan serta menganalisis data tentang kasus-kasus tertentu berkenaan dengan permasalahan-permasalahan yang menjadi perhatian peneliti untuk kemudian data tersebut dibanding-bandingkan atau dihubungkan satu dengan lainnya dengan tetap berpegang pada prinsip holistik dan kontekstual. Hal itulah yang dilakukan dalam penelitian ini, yakni dilakukan pengumpulan dan kemudian mengorganisasikan serta menganalisis data tentang konvergensi yang terjadi pada program Net CJ ini.

Adapun penelitian studi kasus adalah berupa multi source atau merupakan studi dengan banyak sumber. Terkait dengan pemilihan informan dalam penelitian kualitatif, Creswell (dalam Herawati, 2016) menyatakan bahwa dalam penelitian kualitatif penentuan informan dilakukan secara *purposive* sesuai dengan karakteristik informan yang disesuaikan dengan kebutuhan penelitian. Pada penelitian ini adapun informan untuk wawancara mendalam terdiri dari tiga sudut pandang yakni dari redaksi program Net CJ di Net TV, informan ahli yaitu pengamat media dan dari khalayak pengguna atau audience program tersebut. Selain dengan wawancara mendalam, pengumpulan data penelitian ini juga melalui studi dokumen dan observasi berbagai platform yang digunakan dalam program tersebut.

Teknik analisis data yang digunakan adalah *compiling*, selanjutnya *dissassemble data*, lalu *reassemble*, kemudian *interpreted data* dan terakhir diambil kesimpulan atau *concluding* (Yin, 2011: 178). Sedangkan teknik validasi data adalah dengan triangulasi data.

## HASIL DAN PEMBAHASAN

Setelah dilakukan observasi, wawancara dan studi dokumen kemudian dilakukan analisis pada data-data yang telah terkumpul. Peneliti

mendapatkan beberapa temuan mengenai bagaimana konvergensi dalam program Net Citizen Journalism. Adapun konvergensi terjadi pada dua proses dalam program Net CJ yaitu proses dalam produksi program dan proses promosi program.

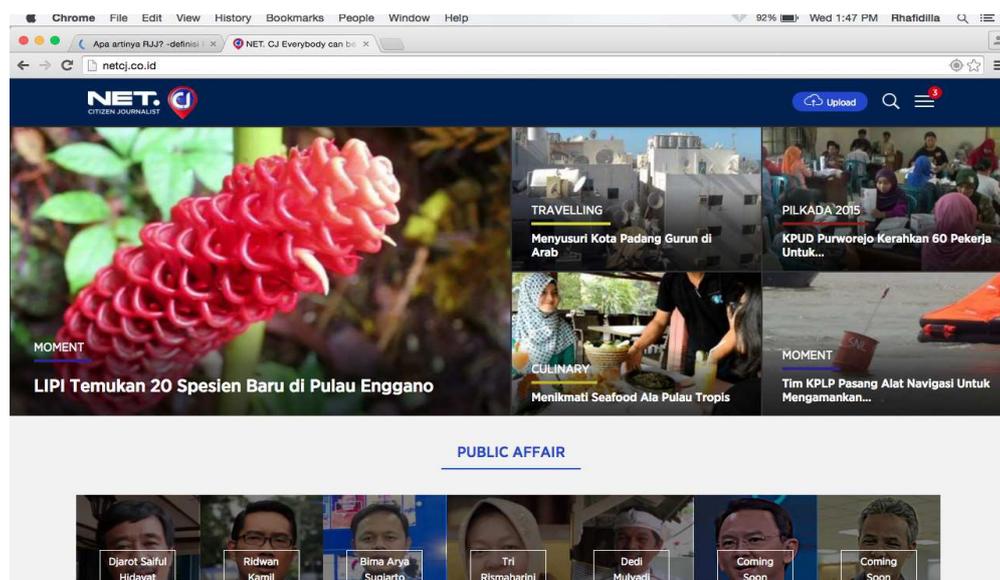
Net CJ yang lahir dan berkembang di bawah departemen News Net TV adalah sebuah program dengan memanfaatkan berbagai teknologi sosial media untuk mengumpulkan video-video bernilai berita dari masyarakat. Awalnya Net CJ merupakan pengembangan dari sebuah program berita yaitu Net 10 di Net TV. Net 10 sendiri merupakan sebuah program berita yang tayang setiap senin hingga jumat pukul 10 hingga 11 pagi yang merupakan program berita dengan konten utamanya adalah video kiriman dari masyarakat.

Awalnya pengelolaan video-video kiriman masyarakat, dilakukan oleh redaksi Net 10, namun karena banyaknya video-video yang masuk dan butuh konsentrasi yang lebih terhadap program ini, maka dilakukan pembagian redaksi yakni untuk Program Net 10 dan Net CJ. Meskipun masih dipimpin oleh satu eksekutif produser yang sama yaitu Dewi Laila Sari, namun untuk menjalankan programnya, dipilihlah produser berbeda untuk menjalankan kedua program ini. Adapun Hardini Amalia, Zaky Hussein dan Helianto merupakan produser Net 10 dan Adrian Zakhary, Thomas Herda dan Desnita M Sinaga produser Net CJ.

Pada prakteknya, berdasarkan observasi peneliti pada 26 sampai 30 Oktober 2015, bahwa program Net 10 dibantu oleh seorang tim processing yaitu Leiza Sixmansyah dan seorang mahasiswi magang dari London School of Public Relation (LSPR) Miranda Ayu. Sedangkan dalam tim Net CJ dibantu oleh Fanny Nur Andini, Rina Nur Afa Arifin dan seorang mahasiswi magang dari Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga Yogyakarta (UIN SUKA) yaitu Clara.

Program Berita Net 10 merupakan sebuah program berita di bawah departemen News Net TV yang memiliki *packaging* yang sama dengan program berita lainnya di Net TV (Net 5, IMS, Net 12, Net 16 dan Net 24). Namun pada prakteknya Net 10 memiliki konten berita paling banyak berasal dari kiriman audience Net yang mengirimkan videonya melalui website yang telah disediakan oleh tim Net CJ yaitu netcj.co.id.

Untuk menjalankan program berita yang kontennya berasal dari masyarakat, tim Net 10 berkolaborasi dengan tim Net CJ. Video-video yang masuk dalam program website netcj.co.id kemudian berada dalam user generate system (UGS) Net CJ. Video dari masyarakat yang masuk ke UGS akan diolah ke dalam content management system (CMS), dimana dalam CMS, video-video yang masuk melalui tahapan pemilihan video tersebut layak atau tidak layak untuk di-*approve* dalam Net TV oleh produser



Sumber: screenshoot peneliti, 20 November 2015

Gambar 1 Tampilan akun Net CJ

Net CJ yaitu Adrian Zakhary, Thomas Herda dan Desnita M. Sinaga. Setelah video tersebut di-approve dalam CMS, maka video dari masyarakat akan dipilih kembali oleh produser Net 10 untuk dapat ditayangkan dalam program Net 10.

Dalam penayangan programnya, Net 10 tidak hanya menayangkan berita-bertanya di televisi saja, namun juga ditayangkan dalam streaming pada website [www.netmedia.co.id](http://www.netmedia.co.id), pada youtube dengan nama Official Net News dan pada aplikasi yang terdapat dalam smartphone atau tablet dengan operating system iOS atau Android. Selain itu pada segmen-segmen dalam beritanya, digunakan berbagai platform media lain yang mendukung pengisian program diantaranya twitter yang berupa komentar dari masyarakat mengenai isu tertentu atau twitpic tentang suatu kejadian, lalu adanya video call dengan menggunakan skype atau google hangout kepada masyarakat untuk menanyakan lebih dalam mengenai berbagai kejadian yang dikirimkannya melalui video.

Adapun video-video yang diterima oleh redaksi Net CJ dapat ditampilkan hanya pada website [netcj.co.id](http://netcj.co.id) saja tetapi juga ditayangkan pada program beritanya dengan persentase lebih banyak pada program Net 10 (hampir keseluruhan) dan sisanya ada di beberapa program Net News lain seperti Net 5, IMS, Net 12, Net 16 dan Net 24.

Kriteria pemilihan video sendiri, menurut kedua produser baik Net CJ maupun Net 10 diutamakan karena beberapa hal. Menurut Desnita M. Sinaga sebagai salah satu produser Net CJ, pemilihan video yang di-approve atau tidak adalah berdasar kriteria beritanya harus dari sudut pandang warga, gambar yang diambil dan dilihat dari naskahnya.

“kalo aku untuk yang publish, kalo untuk yang publish biasanya yang ini, e... sudut pandangnya warga gitu. .... Trus Gambarnya sih yang harus, jadi misalnya ada tuh sebenarnya beritanya bagus, cuman dia gambarnya naik turun atau dia panningnya itu sampe 360 derajat nggak bisa, itu biasanya kita, nggak ngambil tu yang kayak gitu. Kecuali moment gitu, kayak kebakaran. Sama iya naskahnya, tapi nggak terlalu sih kalo naskah karena kita bisa telepon orangnya kan kalo naskah. Yang penting, infonya ada, (Wawancara dengan Desnita M. Sinaga, Produser Net CJ. Selasa, 27 Oktober 2015)”

Gambar menjadi unsur yang paling penting dalam proses pembuatan konten berita televisi sehingga teknik pengambilan gambar merupakan hal penting dalam produksi konten berita televisi oleh masyarakat. Karena walau bagaimanapun, konten utama dari program televisi adalah gambar. Hal itu yang juga diakui oleh Zaky, produser Net 10.

“Karena yang terpenting, TV itu kan medianya lebih, TV dan manusia itu secara, e... psikologisnya itu visual. (Wawancara dengan Zakky Hussein, Produser Net 10. Selasa, 27 Oktober 2015)”

Menurut Zaky Hussein dalam pemilihan gambar, kriteria yang ditetapkannya secara pribadi yang terpenting hanyalah satu yaitu asalkan masih bisa dinikmati akan di-approve.

“Sebenarnya, e... kita enggak bisa berekspektasi lebih dari apa yang ada, jadi selama 5w 1H nya oke, gambarnya enggakshaking enggak goyang itu bisa. (Wawancara dengan Zakky Hussein, Produser Net 10. Selasa, 27 Oktober 2015)”

Begitupun yang diungkapkan Dewi Laila Sari mengenai goyangnya gambar dari kiriman Net CJ.

“Seleksi, tadi kan udah denger kan ya, goyang, goyang boleh sih Mak, kata Mas Nunu kan, itu kuratornya CJ, tapi segoyang apa nih yang boleh. (Wawancara dengan Dewi Laila Sari, Eksekutif Produser Net CJ dan Net 10. Kamis, 29 Oktober 2015)”

Tentang pemilihan berita dari sudut pandang warga, lebih banyak dijelaskan oleh Adrian Zakhary yakni berita yang berbeda dari yang dilaporkan oleh jurnalis televisi secara mainstream.

“Cuma yang paling dari sudut pandang jurnalis warga itu penting. Karena cara mereka memandang berita, cara mereka memilih liputan, cara mereka memulai liputan, cara mereka bercerita itu, beda. (Wawancara dengan Adrian Zakhary, Produser Net CJ. Selasa, 27 Oktober 2015)”

Menurut Adrian, pengambilan sudut pandang dari warga biasanya lebih bisa dari berbagai perspektif. Hal itu adalah salah satu faktor yang merupakan standar pemilihan berita dari warga.

Dalam penayangan per-episodenya, selain menitikberatkan pada gambar, naskah dan sudut pandang warga, proses pemilihan video

menurut produser Net 10, Zaky Hussein adalah penambahan unsur 1W yakni wow.

“lebih ke momen. Kadang yang ada unsur wow nya, kan bukan 5 W 1 H kan tapi 6W 1H, contohnya kayak tadi Dilla, kaya yang di Oxford itu, itu kan beritanya bagus sebenarnya, tapi gambarnya cuman sekedar, wawancara, orang-orang lagi pidato, orang-orang lagi dengerin seminar, itu dinaikin karena kita ada hubungan kerja sama aja. Kalau enggak ada kerjasama, kita enggak akan naikin. Tapi kalau di Oxford itu ada tari-tarian, itu wow-nya. Kesenian Indonesia ditayangin, ditampilin di luar negeri, gitu. Kayak hiu tutul yang terdampar itu yang ditayangin lagi, dan itu wow, momen, sesuatu yang tidak biasa. Dan sangat bermanfaat bagi yang menonton juga.(Wawancara dengan Zakky Hussein, Produser Net 10. Selasa, 27 Oktober 2015)”

Proses pemilihan gambar merupakan satu proses pengelolaan program Net CJ untuk nantinya video tersebut dimasukkan dalam program berita yang ada di Net TV. Selain beberapa faktor penentu lainnya.

Berhubungan dengan program berita Net 10 dengan Net CJ nya, menurut Dewi Laila Sari, dibuatnya program Net CJ dan Net 10 ini adalah sebuah adaptasi dari tiga latar belakang, yang pertama karena perkembangan di era new media, yang kedua karena perkembangan tersebut yang memungkinkan warga berpartisipasi akan lebih luas dan menjadikan Net CJ ini wadah menyalurkan kreativitas warga.

“Citizen jurnalis itu, e... muncul, beradaptasi, dengan, e... era New Media, ya kan? New media itu memungkinkan alat produksi dimiliki oleh siapapun, untuk memproduksi berita dan siapapun juga bisa menjadi pewarta berita, gitu. Kalau dulu kan kalau mau bikin berita, harus punya kamera harga 40 juta atau apapun, misalnya maran, radio yang harganya puluhan juta itu. Kalau sekarang, ya semua orang bisa bikin berita, itu pertama. Kedua, ketika semua bisa bikin berita, maka, e... ehm... kemungkinan sebuah peristiwa bisa dicover dan diketahui oleh public semakin besar kemungkinannya, itu dimungkinkan. E... dan yang ke tiga, kita, e... citizen jurnalis ini juga menjadi wadah kreativitas bagi mereka yang sebenarnya e, tertarik dengan jurnalistik tapi tidak mau masuk dalam industri,(Wawancara dengan Dewi Laila Sari, Eksekutif Produser Net CJ dan Net 10. Kamis, 29 Oktober 2015)”

Begitupun yang dijelaskan oleh Adrian Zakhary, produser Net CJ yang selain mengatakan bahwa hal ini merupakan bentuk kesadaran akan perkembangan teknologi komunikasi terutama media sosial, juga bentuk tanggapan dari pemerataan dan kemudahan masyarakat dalam mengakses peralatan video digital pribadi. Lebih dari itu Adrian Zakhary mengatakan bahwa program ini lebih untuk ingin mengumpulkan video-video berbeda dari sudut pandang masyarakat.

“Karena, eemmm, ya kita tau fenomena sosial media, perkembangan teknologi sehingga membuat masyarakat jadi lebih awam sama kamera video, perekam yang baddling sama handphone ataupun, masyarakat sekarang lebih mudah untuk membeli perangkat digital kamera, atau DSLR atau kamera-kamera yang dulu hanya dianggap sebagai kamera profesional, sekarang setiap orang bisa punya itu. Nah that’s why, kita ingin mengajak orang-orang yang punya hobi atau tertarik dengan dunia jurnalistik atau hobi kamera, hobi video, atau hobi foto, untuk bergabung di citizen jurnalis gitu, awalnya itu. Kemudian kita juga ingin, melihat. Kita ngumpulin video-video dari warga itu untuk ngeliat perspektif berbeda, jadi kaya sudut pandang berbeda karena kalau dari warga, cara berceritanya pasti berbeda dengan cara cerita dari jurnalis gitu, dari reporter Net sendiri gitu.(Wawancara dengan Adrian Zakhary, Produser Net CJ. Selasa, 27 Oktober 2015)”

Net 10 sebagai sebuah bentuk respon terhadap perkembangan teknologi komunikasi yang berkembang di masyarakat juga diakui oleh khalayak yang tertarik untuk mengirimkan videonya pada program tersebut. Seperti Roedy Hartono, Khairil Tasnim, Is Ariyanto dan Bayu Setiawan yang memang sudah memiliki pekerjaan dan hobi merekam video bahkan sebelum adanya program Net 10.

“Sebelum menjadi CJ saya biasanya memberikan video hasil liputan saya ke beberapa kontributor dengan imbalan 50 ribu rupiah jika tayang (Wawancara dengan Roedy Hartono, Informan Khalayak, via email. 02 Nopember 2015)”

“iya, sebelumnya, video biasa aja gitu kan. Jalan-jalan kan, cuman ya enggak di, cuman di sharenya ke temen-temen aja. Kalo ada Net CJ kan misalnya ditayangin, ada rasa bangga gitu.(Wawancara dengan Khairil Tasnim, Informan Khalayak, Senin, 16 Nopember 2015)”

“bukan buat tugas ya, jadi emang kita buat

sendiri gitu ... iya emang hobi jadi emang kita, aku bukan orang jogja asli, jadi ketika mungkin aku enggak bikin video itu, aku enggak cuman mungkin, kuliah pulang, kuliah pulang, kuliah pulang. Tapi ketika itu kan kita jalan-jalan tau jogja, kita... blusukan lah ibaratnya ke mana-mana gitu. (Wawancara dengan Bayu Setiawan. Informan Khalayak. Sabtu, 07 Nopember 2015)”

“Kalau video selain NET CJ ke METROTV Program Wide Shot dan lomba-lomba video untuk SCTV, Tempo.co untuk Foto pasangmata.com dan untuk berita tulis/foto (rilis berita) ke Koran lokal dan sebagian video saya arsipkan di youtube (News Channel CJ) (Wawancara dengan Is Ariyanto Informan khalayak, via email. 17 Nopember 2015)”

Perkembangan teknologi terutama sosial media yang sudah berkembang di masyarakat, menjadi satu penyebab juga dikembangkannya program ini. Sehingga redaksi Net CJ mencoba menjalankan program dengan bermacam platform media.

Penggunaan berbagai platform media pada artikel ini merujuk kepada penggunaan berbagai platform media dalam produksi program berita News di Net TV. Adapun platform yang digunakannya adalah website netcj.co.id, aplikasi Net CJ pada android dan iOS, halaman twitter dengan nama akun @NET\_CJ, halaman facebook dengan nama NET Citizen Journalist, instagram dengan nama akun net\_cj dan path dengan nama NET Citizen Journalist, sedangkan untuk halaman di youtube menggunakan akun Official Net News.

Website Net CJ berada pada alamat netcj.co.id, website Net CJ merupakan platform utama dari program berita Net 10 karena di sinilah para CJ atau Citizen Journalist dapat mengunggah dan menyaksikan video-video mereka. Di dalam website Net CJ inilah video dari masyarakat diorganisasikan berdasarkan aturan yang telah ditentukan redaksi Net CJ. Net 10 sendiri sebagai salah satu program berita di bawah departemen News Net TV menjadi salah satu program yang mengambil paling banyak video dari Net CJ untuk menjadi konten utama tayangan program. Dalam website Net CJ kita bisa melihat video terbaru yang tayang, video terbaru yang di approve oleh redaksi Net CJ dan video yang telah tayang pada program Net News.

Adapun per-tanggal 10 Desember 2015, followers yang sudah meregistrasikan dirinya pada website Net CJ ada 80.582 orang dengan jumlah video yang ada di website semenjak perubahan terakhir (September 2015) adalah 20.753 video yang terbagi menjadi yang paling banyak adalah 12.403 pada kategori moment, 1521 pada kategori travelling, 866 video pada kategori *public affair*, 726 pada kategori *cullinary*, 693 pada kategori *business*, dan kateogi lainnya sekitar 100 hingga 500 video perkategori hingga yang paling sedikit adalah kategori *short movie* yaitu sebanyak 12 video.

Menurut Dewi L. Sari, eksekutif produser Net CJ dan Net 10, website yang disediakan ingin lebih dikembangkan dan tidak hanya sebagai website seperti *server* penyimpan berita namun juga mengajak pengguna untuk bisa lebih berinteraksi di dalamnya.

“Terus target lainnya adalah ini sebenarnya sosial media, bukan hanya server penampung video. Ini adalah sosial media kaya misalnya kalo Lo facebook gitu kan, intagram, lo komen nge-link, ini belum. Aktivasi sebagai social media, harusnya, harusnya itu sudah ada nih di 2015, Cuma karena enggak dikerjain, jadi itu belum, itu targetnya belum tercapai. (Wawancara dengan Dewi Laila Sari, Eksekutif Produser Net CJ dan Net 10. Kamis, 29 Oktober 2015)”

Platform selanjutnya yang digunakan oleh redaksi Net CJ yang dihubungkan dengan program Net 10 adalah aplikasi Net CJ yang bisa didownload gratis pada gadget yang dioperasikan oleh android atau iOS. Tidak jauh berbeda tampilan dengan websitenya, aplikasi Net CJ adalah tampilan mini dari website Net CJ. Namun dengan dua menu utama tambahan yaitu menu *live streaming program* Net TV dan menu kamera untuk dapat merekam, memberi caption dan mengirim langsung videonya pada gadget yang digunakan. Aplikasi Net CJ sendiri sudah ada semenjak 2014 dan mengalami perubahan tampilan sesuai dengan perubahan tampilan website Net CJ.

Platform ketiga yang digunakan oleh Net CJ untuk mempublikasikan Net 10 adalah halaman twitter dengan nama akun @NET\_CJ. Per tanggal 27 Nopember 2015 pengikut akun ini sudah berjumlah 36,4 ribu pengguna dengan lebih dari 25,7 ribu aktivitas tweet-nya. Akun @NET\_CJ sudah bergabung di twitter semenjak Mei 2013, itu berarti semenjak pertama kali

program ini dibuat serta pertama kali Net TV mulai mengudara telah dipersiapkan.



Sumber: screenshoot peneliti pada 03 Juni dan 25 Nopember 2015

## Gambar 2 Tampilan aplikasi Net CJ

Menurut pernyataan Aufa, salah seorang Tim Net CJ bahwa terkadang untuk mengecek kebenaran video berita-berita yang masuk, Tim Net CJ menggunakan jejaring sosial twitter, atau melihat trending topic twitter hari itu. Selain itu, dalam aktivitasnya, akun @NET\_CJ dipergunakan sebagai media sosial promosi program-program Net CJ terutama yang ditayangkan di televisi yaitu seperti pada program berita Net 10. Adapun isi pembaharuan dari twitter @NET\_CJ antara lain tentang *event* yang sedang diadakan Net CJ, berita



Sumber: screenshoot peneliti, 27 Nopember 2015

## Gambar 3 Tampilan twitter Net Citizen Journalist

yang sedang tayang saat itu yang diperbaharui bersamaan waktunya dengan mengudaranya program berita, blast atau memberikan tema kepada pengikut twitternya atas isu tertentu, mengajak pengikut twitter untuk mengirim video bertema tertentu, mengajak pengikut twitter untuk memberikan masukan dan atau pertanyaan serta tanggapan tentang isu tertentu. Lebih jauh mengenai blast, Helianto dan redaksi Net News lain menyebutnya juga dengan istilah video pesanan.

“ya itu sebenarnya blast, kita minta blast. Kalo sistem kita itu, disamping blast ya pesen dong namanya. Eh aku pesen dong video tentang e.. fasilitas publik di Inggris gitu, pesanan dalam artian tolong blast, blast tu di twitter di blast ke komunitas, komunitas di Inggris. Warga Negara Inggris tentang, fasilitas publik umpamanya transportasi atau apa. ... Oh, hari ini mau main, besok mau main nih, fox pop, di rumahnya masing-masing atau daerahnya masing-masing. Seperti itu, pesanan dalam artian pesanan seperti itu (Wawancara dengan Helianto, Produser Net 10. Selasa, 27 Oktober 2015)”

Umumnya dalam twitter juga mengabarkan mengenai akan ditayangkannya sebuah video kiriman warga pada program berita yang akan tayang beberapa waktu yang akan datang, kemudian sebagai pengingat bahwa sebentar lagi akan ada tayangan program live, juga memberitahukan bahwa akan ada video dari warga yang akan ditayangkan pada program berita Net TV dan menyapa pengguna twitter atau pengikutnya.

Platform selanjutnya yang juga digunakan untuk mempromosikan Net 10 oleh Net CJ adalah halaman facebook. Akun facebook Official Net CJ berisi event-event yang sedang dijalankan, promo untuk mengunggah video dengan tema-tema tertentu, seperti video dalam mendukung tim favorit di Gelaran Indonesian Champhionship Torabika 2015, event selfie “My Best Moment” serta men-share video-video kiriman warga yang langsung di link kepada pemerintah atau departemen yang bersangkutan yang juga memiliki facebook.

Platform kelima yang digunakan dalam penayangan program Net 10 yang juga dikelola oleh Net CJ adalah instagram, dengan nama akun net\_cj. Pertanggal 25 Nopember 2015, followers akun instagram net\_cj berjumlah 10.500 akun. Akun instagram Net CJ sudah



*streaming live* di website [www.netmediatama.co.id](http://www.netmediatama.co.id).

Penggunaan berbagai media seperti yang sudah dijelaskan di atas merupakan proses konvergensi yang terjadi pada proses produksi programnya. Net CJ merupakan program mengumpulkan video masyarakat melalui sosial media. Kemudian dalam proses produksi hingga tayangnya program berita, redaksi melibatkan twitter, google hangout, aplikasi Net CJ, Path dan akun youtube.

Penggunaan multiplatform dengan pesan yang berbeda namun untuk satu tujuan yaitu menjalankan siaran program berita dalam Net News dilakukan oleh redaksi Net CJ. Dalam hal ini, redaksi Net CJ menyebutnya dengan proses Integrated Digital Communication atau Cross Media Project, di mana hal tersebut dilakukan dengan menganggap media sosial bukanlah pesaing, namun pelengkap untuk menjalankan program-programnya.

“Jadi mereka cenderung menganggap sosial media adalah pesaing mereka, mereka enggak publish di youtube dong. Mereka mungkin, gue enggak tau ya, mereka mungkin enggak punya akun resmi, kayak di Net kan. Kita punya akun resmi di youtube, kita publish setiap tayangan kita di youtube ... kita juga mencoba mengintegrasikan antara itu semua (Wawancara dengan Adrian Zakhary, Produser Net CJ. Selasa, 27 Oktober 2015).”

Redaksi Net CJ menggunakan berbagai platform dengan maksud mencapai target mereka lebih banyak lagi. Penggunaan berbagai platform media, atau multiplatform dalam menjalankan programnya, diakui oleh Adrian Zakhary memiliki pesan yang berbeda, beda alaupun untuk satu tujuan sama yaitu menjalankan program beritanya.

“Jadi setiap platform, itu punya fungsi berbeda, dan tidak sama. ... kita enggak ingin, e... setiap platform itu sama isinya, that's why, instagram itu apa fungsinya? Untuk mengulik, behind the scene kita, nah gitu. Trus kita bicara facebook, facebook itu untuk memasang konten-konten yang lebih panjang, untuk kita berkomunikasi dua arah, sama, e... sama followers kita, sama members kita, gitu kan ya, twitter, twitter itu untuk promote video-video kita, untuk penugasan assignment untuk apa gitu, gitu. Terus apps, itu fungsinya untuk apa. Apps itu, fungsinya untuk mengejar kecepatan moment, that's why di moment itu ada

fasilitas kamera yang ketika kita habis ngerekam, bisa langsung kirim. Itu fungsi apps, website ya lebih komperhensive lagi, artinya di website ini, lebih, lebih detail mereka bisa, mereka bisa lebih misalnya bisa nonton apa, sebenarnya di apps juga sama, cuma di apps ini fungsinya lebih mengejar kecepatan, lebih mengejar fungsi di sosmednya gitu kan. Gitu, jadi, eh TV ya untuk menayangkannya gitu. (Wawancara dengan Adrian Zakhary, Produser Net CJ. Selasa, 27 Oktober 2015)”

Meskipun banyak platform yang digunakan, namun menurut informan yang diwawancarai peneliti, platform yang paling populer adalah twitter. Dari 10 informan khalayak, dua orang mengakui mengikuti semua platformnya, mulai dari website, aplikasi Net CJ, twitter, facebook, instagram, path dan youtube, selebihnya ada yang hanya mengikuti twitter, facebook dan youtube, atau hanya menyaksikan tayangannya di youtube saja. Rata-rata pengguna mengungkapkan bahwa mereka ingin melihat karyanya ditayangkan pada program Net 10 sehingga memilih youtube untuk diikuti. Selebihnya informan khalayak mengikuti berbagai jejaring sosial untuk mendapatkan informasi mengenai berita-berita terkini, update terbaru program atau apa saja yang menarik untuk ditayangkan melalui update-an status akun resmi Net CJ.

“Hampir semua akun media sosial NET saya ikuti, mulai dari facebook, Twitter, Instagram, Youtube, maupun Google+. Biasaya saya gunakan menjadi referensi saya untuk mencari liputan, karena Pihak NET maupun NET CJ biasanya punya saran liputan yang diberikan melalui media sosial. (Wawancara dengan Roedy Hartono, Informan Khalayak. Via email, 2 Nopember 2015)”

“Saya mengakses media sosial Net CJ lainnya, twitter dan facebook dan nonton langsung di TV. Tujuannya yah ingin tau perkembangan isu yang bisa saja isu di daerah lain terjadi di daerah kita. Juga ingin melihat karya kita ditayangkan karena itu suatu kebanggan. (Wawancara dengan Susmiyatun Hayati, Informan Khalayak. Via email, 8 Nopember 2015)”

“Ya, twitter dan youtube, untuk mengetahui apakah video saya udah tayang atau belum juga untuk mengetahui berita apa yang tengah hangat diangkat. (Wawancara dengan Rosi Meilani, Informan Khalayak.

Via email, 6 Nopember 2015)”

“Akses media NET CJ melalui facebook dan twitter untuk memastikan apakah video kita ditayangkan atau tidak, sedangkan youtube untuk melihat kembali video-video yang sudah ditayangkan.(Wawancara dengan Fauzan Syaputra, Informan Khalayak. Via email, 2 Nopember 2015)”

Platform twitter memiliki tampilan yang lebih simpel dan mudah digunakan oleh masyarakat. Twitter yang membatasi statusnya hanya 160 karakter menjadikan informasi yang didapat oleh masyarakat langsung pada tujuannya. Link yang dicantumkan pada status twitterpun bisa langsung terhubung dengan halaman lainnya, sehingga sangat mudah menggunakan platform ini.

Keberagaman platform dengan pesan berbeda yang dijalankan oleh redaksi ternyata seiring dengan manfaat dan maksud pengguna untuk memakainya. Sebagaimana yang pengakuan informan di atas. Jika dilihat berdasar pembagian domain menurut Roger Fidler (2003: 51), domain dalam media komunikasi dibagi menjadi 3. Yang pertama yaitu domain interpersonal, kedua adalah domain penyiaran dan yang ketiga adalah domain dokumen.

Dalam domain interpersonal, dikatakan bahwa teknologi-teknologi berperantara komputer akan menjadi lebih kuat, lebih esensial, lebih merata dan terpadu. Hal ini sejalan dengan yang terjadi di Indonesia di mana pengguna internet semakin banyak, dari total populasi sekitar 255.5 juta jiwa, pengguna internet aktif adalah sebanyak 72.7 juta jiwa atau sekitar 28% dari keseluruhan (Wijaya, 2015). Adapun dari data tersebut menunjukkan pengguna sosial media yang paling banyak digunakan adalah facebook sebanyak 14%, kemudian twitter 11%, google+ sebanyak 9%, linkedin 7%, Instagram 7% dan pinterest 6%.

Namun salah satu kendala dari penyebaran ini adalah soal pemerataan. Kendala itu diungkapkan Heru Sutadi, meskipun tidak dipungkiri juga bahwa di Indonesia perkembangan internet sudah menuju ke arah pemerataan.

“Memang menjadi kendala ya, infrastruktur kita menjadi kendala ya, yang menjadi kendala adalah sekarang ini internet baru sampai tingkat kecamatan, jadi kita punya 5600, 5700 kecamatan itu baru sampe sana gitu ya, e belum semua desa, e pake

internet. Dan walaupun kecamatan kan kendalanya, kendala kecepatan gitu ya, dan e, ini juga harus juga e, apa, ya ini menjadi tantangannya, bahwa enggak semua daerah itu nanti bisa ngirimkan e, gambar dengan baik, gitu ya, atau dengan cepat gitu, dan apalagi sekarang, karena kan, mau enggak mau untuk e, me, me, mengirimkan itu kan harus pake internet gitu ya?(Wawancara dengan Ir. Heru Sutadi, informan pengamat media. Selasa, 1 Desember 2015)”

Dalam domain interpersonal, menurut Roger Fidler, aplikasi-aplikasi komputer misalnya pemroses kata, spread sheet, telekomunikasi dan alat-alat editing video akan sangat terintegrasi dan distandarkan dalam sistem-sistem di masa depan. Inilah yang sedang terjadi sekarang, sebagai contoh adalah aplikasi Net CJ dalam bentuk mobile yang dapat didownload gratis pada gadget dengan operating system android atau iOS. Dengan mudah ditemukan bahwa gadget yang umumnya adalah smartphone sudah dalam satu aplikasinya saja (aplikasi Net CJ) sudah bisa menonton live streaming program Net TV sebagai fungsi audio visual, kemudian sudah bisa berkiriman pesan ke sesama pengguna, dan dapat mengetikkan komentar dan memberikan icon like pada video-video yang ada sebagai fungsi telekomunikasi, dan bahkan dimungkinkan langsung merekam video, mengedit, memberi keterangan video dengan kalimat lalu mengirimnya, sebagai penggabungan fungsi rekam, edit video, pemrosesan kata dan fungsi pengiriman data.

Dalam domain interpersonal lebih jauh dijelaskan Roger Fidler (2003) bahwa internet dan jaringan consumer online akan melebur dengan telepon dan sistem-sistem TV satelit/kabel guna membentuk suatu layanan global yang bisa berpindah jalur dengan halus tanpa gangguan. Sebagaimana telah dijelaskan di atas bahwa dengan salah satu contoh aplikasi ini, sudah menunjukkan perubahan-perubahan dalam domain interpersonal sesuai dengan yang diramalkan Roger Fidler. Bahkan dijelaskan pula menurutnya bentuk-bentuk komunikasi interpersonal berperantara komputer seperti yang digunakan adalah media sosial facebook, twitter, youtube, instagram bahkan website netcj.co.id akan membaurkan suara, video, teks dan grafik. Dalam hal menjamin privasi, hampir semua interaksi dan transaksi digital akan disandikan secara otomatis, sebagaimana

fungsi log in dengan username dan password.

Dalam penjelasan lainnya, Roger Fidler (2003) menyebutkan bahwa media cyber ini akan mempergunakan agen-agen cerdas untuk mengumpulkan, memilah dan menyaring informasi dan hiburan agar sesuai dengan permintaan selera masing-masing orang. Dengan adanya menu yang telah dibagi-bagi dalam website bahkan tagar/hastag (#) untuk pencarian dengan keyword tertentu, menunjukkan pengelompokan-pengelompokan bahkan di dalam domain interpersonal, terutama di media sosial. Adanya grup dan komunitas-komunitas sesuai dengan ketertarikan masing-masing orang di media sosial yang terus berkembang, menunjukkan semakin berkuasanya manusia terhadap teknologi yang ada. Kebutuhan-kebutuhan akan keinginannya semakin terpenuhi bahkan dalam domain interpersonal sekalipun.

Domain kedua dalam media komunikasi menurut Roger Fidler (2003) adalah domain penyiaran. Menurutnya, adanya transformasi media dalam domain penyiaran ini karena yang benar-benar diinginkan audience adalah pilihan-pilihan hiburan yang lebih banyak dan kendali yang lebih besar atas waktu-waktu menonton. Dengan live streaming dan menonton tayangan di youtube waktu menonton tidak lagi menjadi hambatan. Target penonton dan waktu tayang telah berubah, pukul berapapun ditayangkan di televisi, siaran ulangnya bisa ditonton kapan saja dengan media yang berjaringan internet, salah satu platform yang disediakan oleh program berita Net 10 adalah dengan youtube Official Net News.

Dalam kaitannya dengan domain penyiaran, Roger Fidler (2003) menjelaskan lebih jauh bahwa meskipun telah terbagi, stasiun televisi konvensional dan internet namun kedua hal tersebut akan terus melayani tujuan-tujuan yang berbeda dan akan melibatkan audience dalam cara yang berbeda juga. Sebagaimana yang diucapkan Adrian Zakhary, bahwa dengan banyaknya platform yang digunakan, akan tetap mengirimkan pesan yang berbeda juga, kepada pengguna yang targetnya berbeda, meskipun pada akhirnya kebanyakan orang yang sama yang menggunakannya. Dan itu pula yang ditemukan peneliti, bahwa dari berbagai informan khalayak menggunakan berbagai platform dengan tujuan yang berbeda sebagaimana dalam penyajian data sebelumnya.

Domain terakhir menurut Roger Fidler (2003) adalah domain dokumen. Meskipun dalam tulisannya terdahulu Roger Fidler lebih menekankan domain dokumen pada perkembangan media cetak, dimana dengan adanya teknologi tablet dan smartphone memungkinkan adanya pendigitalisasian koran namun dalam hal penelitian ini, peneliti melihat bahwa domain dokumen juga dapat diartikan dalam konteks audio visual. Jika dulu untuk melihat tayangan-tayangan tertentu masyarakat menggunakan DVD atau kaset-kaset yang berbentuk fisik, namun dengan penyimpanan besar di dunia maya, dalam hal ini dikerucutkan pada penyimpanan file video, file-file yang banyak itu dapat dilihat pada situs tertentu. Domain dokumen dalam artikel ini ditekankan kepada dimana seseorang dapat mengakses berbagai video kiriman masyarakat (Net CJ) dalam sebuah media penyimpanan yang sudah berkembang dengan menggunakan jaringan internet yaitu pada website netcj.co.id. Penggabungan ketiga domain ini merupakan bentuk dari konvergensi, yaitu meleburnya berbagai domain media dalam sebuah program.

Setelah penjelasan mengenai domain-domain yang ada dan diklasifikasikan dalam prakteknya yang ditemukan di lapangan oleh peneliti pada proses produksi dan berjalannya program Net 10 dengan Net CJ nya, maka penjelasan lebih lanjut mengenai konvergensi mengacu kepada pengertian konvergensi menurut Roger Fidler dan Stanley J Barran. Adapun dalam bukunya, Mediamorfosis (2003: 39) menyatakan bahwa konvergensi industri media dan teknologi digital pada akhirnya akan mengarah pada bentuk-bentuk yang dikenal sebagai komunikasi multimedia. Multimedia, atau yang juga dikenal sebagai media campuran pada umumnya didefinisikan sebagai medium yang mengintegrasikan dua bentuk komunikasi atau lebih. Lebih jauh diartikan sebagai meleburnya antar satu domain media dengan domain yang lain.

Menurut Stanley J Barran dalam bukunya Pengantar Komunikasi Massa (2010: 28) bahwa konvergensi merupakan saat dimana sudah tidak ada lagi pembatas perbedaan lagi diantara satu jenis media dengan media yang lainnya. Konvergensi dikatakan sebagai saat di mana hilangnya batas perbedaan antarmedia. Dimana saat menyaksikan program berita Net 10 di Net TV dari segi pengelolaannya

saja sudah menyatukan teknologi-teknologi dalam media komunikasi yang ada. Untuk produksi program sendiri, tidak akan berjalan tanpa adanya video kiriman masyarakat yang mengandalkan jaringan internet dengan website netcj.co.id, sedangkan dalam tayangan live nya juga di televisi, menggunakan perangkat media komunikasi untuk menunjang beberapa segmennya dengan media sosial seperti twitter untuk menampilkan komentar dari followers twitter mengenai isu tertentu atau twitpic umumnya kuliner dan google hangout untuk menghubungi dalam hal ini pengirim atau yang biasa disebut Net Citizen Journalist baik di dalam maupun luar negeri.

Dalam hal peningkatan kualitas video-video kiriman masyarakatnya, adapun media yang digunakan adalah facebook dan path yaitu dengan sharing tips dan isu-isu yang diangkat serta promosi berbagai kegiatan yang berhubungan dengan Net CJ. Platform twitternya sebagaimana telah disebutkan di atas juga merupakan platform yang digunakan untuk berbagi isu dan tips serta untuk memberikan blast (permintaan video) yang menarik saat momen-momen tertentu. Sedangkan situs youtube lebih kepada tayangan ulang dengan packaging sama seperti tayangan Net 10 di televisi yang menayangkan satu paket video beserta pengantar dari news presenternya.

Penggunaan dua atau lebih platform dalam sebuah program, sebagaimana dalam program berita Net 10 di Net TV melalui Net CJ nya, dikatakan juga merupakan sebuah bentuk konvergensi. Melihat penggunaan banyak media ini, Dr. Dadang Rahmat Hidayat, S.Sos., SH., M.Si berpendapat bahwa ini merupakan sebuah bentuk promosi.

“Nah jadi, penggunaan media-media yang banyak itu dalam lembaga penyiaran, kaya misalkan tayangan-tayangan yang dalam penayangannya harus ada hastag apa-hastag apa itu kan sebagai salah satu langkah promosi. Jadi promosi si media untuk melebarkan, apa, menarik lebih banyak lagi jumlah penonton. Nah kan dari pengguna-pengguna itu akan lebih banyak lagi penonton yang bisa di dapat. Selain berkaitan dengan iklan, dari sana kan akan diukur seberapa banyak yang menonton dan melihat media sosial itu kemudian menjadi semakin banyak lagi cakupan promosi program acara tersebut. Nah seperti itu.(Wawancara dengan Dr. Dadang Rahmat Hidayat, S.Sos., SH.,

M.Si, Informan Pengamat Media. Jumat, 27 Nopember 2015.)”

Umumnya juga dalam penggunaan bermacam platform adalah sebagai suatu strategi bisnis di mana para pengiklan dapat memasang sekali iklan untuk tayang di semua media yang dimiliki program tersebut, namun ini tak ditemukan dalam penelitian.

Selain sebuah bentuk promosi, di lain tempat Wisnu Prasetya Utama menyatakan bahwa pengembangan program dengan menggabungkan berbagai teknologi media komunikasi atau konvergensi dan dengan melibatkan warga adalah hal relatif baru di dalam proses produksi sebuah siaran program berita dan kemungkinan akan menjadi sebuah kecenderungan baru dalam media penyiaran.

“tapi dalam konteks jurnalisme warga menggunakan internet dan difasilitasi oleh media, ya saya ingin menyebutnya media arus utama lah, karena e, dia swasta, dia komersial, kayak gitu. Nah, e, komentar saya dalam situasi penyiaran di Indonesia, ketika kita masih bertumpu pada, saya menyebutnya e, model penyiaran konvensional kayak gitu, e menggunakan internet dan menggunakan apa namanya media sosial, itu suatu hal yang baru, ... Nah itu pada titik itu saya kira dia menjadi fenomena yang mungkin dia akan menandai satu kecenderungan baru dalam e dunia penyiaran di Indonesia. Kecenderungan dalam arti, model konvergensi itu, model konvergensi di mana saat ini, (Wawancara dengan Wisnu Prasetya Utomo, Pengamat Media. Rabu, 2 Desember 2015)”

Meskipun telah banyak media yang menggunakan bantuan jejaring sosial dengan internet dalam hal penayangan programnya, misalnya komentar melalui twitter, penayangan video-video free dari situs youtube dalam sebuah program acara dan memindahkan berita-berita dari online ke televisi dan banyaknya media-media yang juga melibatkan citizen journalist menjadi pengisi di media, namun pengintegrasian kedua hal tersebut apalagi dalam bentuk video masih belum banyak dilakukan di Indonesia. Platform-platform video lokal untuk menayangkan hasil karya sebagai wadah masyarakat menyalurkan kreasinya, menurut Heru Sutadi masih sangat kurang sehingga dengan mengadakan program dengan mengintegrasikan kedua hal tersebut, berbagai teknologi dan citizen journalist menjadi sebuah

peluang bagi media penyiaran.

“Sekarang ini kan terus terang kita itu kekurangan ini, kekurangan e... platform atau situs yang memang untuk berita-berita e, apa itu video kan. Kan ada youtube gitu kan ya, tapi yang lokal kan enggak ada, kan sehingga kalo misalnya digabungkan segala macam, itu jadi peluang juga, ya kalau misalnya apa, e... ya peluang masyarakat. (Wawancara dengan Ir. Heru Sutadi, M.Si, Pengamat Media. Selasa, 01 Desember 2015)”

Konvergensi dalam hal ini penggabungan berbagai platform media untuk sebuah tayangan program berita televisi menurut Dr. Udi Rusadi M.Si dalam artikelnya berjudul Kompetensi Jurnalis sebagai Aktor dalam Produksi Berita Media Multiplatform (2012: 111) merupakan sebuah inovasi dalam teknologi komunikasi. Inovasi teknologi komunikasi dan informasi yang dimaksud adalah merupakan inovasi yang dapat menumbuhkan aneka ragam platform dengan maksud distribusi informasi kepada khalayaknya.

Dengan adanya inovasi ini maka mendorong perusahaan media untuk membangun dan berusaha mengembangkan sistem manajemen produksi berita multiplatform agar perusahaan media tetap eksis. Hal ini menjelaskan mengapa Net 10 dengan Net CJ nya kemudian mengembangkan penggunaan berbagai platform atau dikatakan menggunakan multiplatform dalam proses produksinya.

Udi juga menambahkan bahwa penggunaan teknologi komunikasi dan informasi dalam proses produksi berita, kemungkinan dilakukan dalam beberapa lokus, yaitu dalam praktek komunikasi antarsumber berita dengan reporter, komunikasi antarreporter dengan redaksi, dan dalam proses di ruang redaksi serta pada distribusi bahan berita. Dalam prakteknya penggunaan multiplatform yang dilakukan oleh tim Net CJ untuk program Net 10 nya berada pada komunikasi antar pengirim berita yang juga sekaligus target audience program dan redaksi. Hal itu berjalan baik dalam hal pemberian isu, peningkatan kualitas video berita jurnalistik yang akan dikirim maupun dalam kepentingan mengisi slot dalam program beritanya, dapat berupa komentar twitter, twittpic dan atau komunikasi pada program live melalui google hangout.

## SIMPULAN

Penggunaan berbagai platform dalam proses produksi program berita Net 10 dengan Net CJ nya, yaitu tayangan TV konvensional, streaming TV, website, aplikasi Net CJ, facebook, twitter, instagram dan path. Meskipun dengan maksud dan cara penyampaian pesan yang berbeda, penggunaan berbagai media ini tetaplah diintegrasikan untuk satu tujuan yang sama, yakni dalam rangka menjalankan program Net CJ.

Peneliti menemukan bahwa dari berbagai platform media yang digunakannya, yaitu televisi konvensional, TV streaming, website netcj.co.id, aplikasi Net CJ, twitter, facebook, path, instagram, google hangout dan youtube memiliki fungsi yang berbeda. Penggabungan berbagai platform media yang dikenal sebagai konvergensi pada istilah teoritisnya dan integrated digital media secara prakteknya menggabungkan tiga domain yakni interpersonal, penyiaran dan dokumen yang sangat terlihat pada website dan aplikasinya.

Konvergensi terjadi pada dua proses yaitu proses produksi dan promosi program. Dalam produksi programnya, penggunaan website resmi yaitu untuk masyarakat yang mengirim video berita, penggunaan sosial media digunakan sebagai bahan tambahan penayangan program, berupa komentar ataupun berita dalam bentuk gambar dan tulisan. Akun youtube, aplikasi Net CJ dan website digunakan masyarakat untuk memantau video dan program beritanya. Dalam proses promosi program, berbagai sosial media digunakan oleh redaksi untuk memberitahukan isu yang akan diangkat, tutorial video, link pada video kiriman masyarakat, serta mengingatkan audience untuk menyaksikan program di Net TV serta untuk mengirimkan videonya ke website yang telah dibuat.

Penggunaan berbagai platform untuk menunjang program siaran sangatlah bermanfaat, selain gratis, pengelolaan dengan baik akan menjadikan target yang ingin dicapai akan semakin lebih mudah. Artikel ini berfokus pada penggunaan berbagai platform dalam pengembangan program berita.

Diharapkan dalam penelitian ke depan, masih banyak yang dapat dieksplor terutama dalam pemilahan platformnya dan dampaknya lebih jauh mengenai konvergensi ini. Penelitian ini diharapkan menjadi pijakan penelitian

untuk penelitian-penelitian selanjutnya yang berhubungan dengan media baru, media penyiaran dan penggunaan multiplatform media.

#### DAFTAR PUSTAKA

- Baran, S. J. & Davis, D. K. (2010). *Teori komunikasi massa. Dasar, pergolakan dan masa depan*. Terjemahan Afrianto Daud. Jakarta: Salemba Humanika
- Creswell, J. W. (2009). *Research design, qualitative, quantitative and mixed methods approaches*. California: Sage Publications.
- Fidler, R. (2003). *Mediamorfosis*. Terjemahan Hartono Hadikusumo. Yogyakarta: Benteng
- Herawati, M. (2016). Pemaknaan gender perempuan pekerja media di Jawa Barat. *Jurnal Kajian Komunikasi*. Diakses dari <http://journal.unpad.ac.id/jkk/article/view/7851/4248>
- KPI. (2015). *Penyiaran kita: rating kualitas, edisi Juli – Agustus 2015*. Jakarta: Komisi Penyiaran Indonesia Pusat
- KPI. (2015). *Penyiaran kita: menakar kualitas program siaran tv*, edisi Mei – Juni 2015. Jakarta: Komisi Penyiaran Indonesia Pusat
- Kurniadi, O. (2013). Budaya jurnalistik di metro tv. *Jurnal Kajian Komunikasi*. Diakses dari <http://journal.unpad.ac.id/jkk/article/view/6038/3149>
- Littlejohn, S. W. (2009). *Teori komunikasi, theories of human communication*, edisi 9. Terjemahan Mohammad Yusuf Hamdan. Jakarta: Salemba Humanika
- McQuail, D. (2011). *Teori komunikasi massa*, Edisi 6. Terjemahan Putri Iva Izzati. Jakarta: Salemba Humanika
- Pawito. (2008). *Penelitian komunikasi kualitatif*. Yogyakarta: LkiS
- Rusadi, U. (2012). Kompetensi jurnalis sebagai aktor dalam produksi berita media multiplatform. *Jurnal Studi Komunikasi dan Media*. Vol. 16 No.2 (Juli – Desember 2012)
- Wijaya, K. K. (2015). *Berapa jumlah pengguna website, mobile, dan media sosial di Indonesia?*. Diakses dari <https://id.techinasia.com/laporan-pengguna-website-mobile-media-sosial-indonesia/> Jumat, 11 Desember 2015
- Yin, R. K. (2011). *Qualitative research from start to finish*. London: The Guilfords Press