Syntax Literate: Jurnal Ilmiah Indonesia p–ISSN: 2541-0849 e-ISSN: 2548-1398
Vol. 7, No. 11, November 2022

KONVERGENSI MEDIA DAKWAH DI INDONESIA (STUDI KASUS PADA TV9 NUSANTARA)

Nadya Khennis Rozana
UIN Sunan Ampel Surabaya
Email : nadyakhen@gmail.com

Abstrak

Perkembangan teknologi internet sudah menyebabkan perubahan dan perkembangan pada global komunikasi massa. Lantaran internet, muncullah media baru atau new media. Kemunculan media baru tadi membarui cara rakyat menerima warta melalui media. Awalnya, rakyat menerima warta dan kabar melalui media konvensional, misalnya surat kabar, radio, atau televisi. Untuk bisa terus berkompetisi menjadi asal warta yg diminati rakyat, media televisi pun melakukan penemuan menggunakan cara berkonvergensi. Konvergensi merupakan penggabungan menurut beberapa jenis media dan hadir pada bentuk platform digital. Indonesia saat ini sedang mengalami perkembangan teknologi telekomunikasi yang pesat. Internet, yang identik dengan teknologi komunikasi, sangat meresap di Indonesia sendiri, yang mempengaruhi perubahan budaya media. Industri TV seperti TV9 Nusantara tentu mengalami dampak tersebut dan sebagai media dakwah tentunya akan sangat berisiko jika tidak menciptakan konvergensi media dalam menjaga eksistensi dakwah di era digital. Karena itu, penelitian ini bertujuan untuk mengungkap bagaimana konvergensi media dakwah yang dilakukan TV9 Nusantara dengan menggunakan penelitian kualitatif deskriptif pendekatan studi kasus dan berlandas pada lima dimensi konvergensi media milik Rich Gordon yakni dimensi konvergensi kepemilikan, dimensi konvergensi taktik, dimensi konvergensi struktur, dimensi konvergensi peliputan informasi dan dimensi konvergensi penyajian

Kata kunci: Konvergensi Media, Media Dakwah, TV9 Nusantara

Abstract

The development of internet technology has caused changes and developments in global mass communication. Because of the internet, new media emerged. The emergence of the new media has changed the way people receive news through the media. Initially, the people received news and news through conventional media, such as newspapers, radio or television. To be able to continue to compete to be the

How to cite: Anwar Jenris Tana, Milton T. Pardosi (2022) Analisis Kepemimpinan Terhadap Kemampuan Anggota Jemaat Menyelesaikan Masalah Dalam Jemaat Berdasarkan Keluaran 18:21 Di Gereja Masehi Advent Hari Ketujuh Jemaat Gentra Karahayuan Bandung, (7) 11, http://dx.doi.org/10.36418/syntax-literate.v7i12.2075
E-ISSN: 2548-1398
Published by: Ridwan Institute

source of news that people are interested in, the television media has also made discoveries using convergence methods. Convergence is an amalgamation according to several types of media and is present in the form of a digital platform. Indonesia is currently experiencing rapid development of telecommunications technology. The internet, which is synonymous with communication technology, is very pervasive in Indonesia itself, which influences the change in media culture. The TV industry, such as TV9 Nusantara, will certainly experience this impact and as a propaganda medium, it will certainly be very risky if it does not create media convergence in maintaining the existence of da'wah in the digital era. Therefore, this study aims to reveal how the propaganda media convergence conducted by TV9 Nusantara using descriptive qualitative research with a case study approach and based on Rich Gordon's five dimensions of media convergence, namely the ownership convergence dimension, the tactical convergence dimension, the structural convergence dimension, and the coverage convergence dimension. information and presentation convergence dimensions

Keywords: *Media Convergence, Media Da'wah, TV9 Nusantara*

Pendahuluan

Media massa merupakan suatu topik yang selalu menarik untuk dikaji dan didiskusikan, baik dalam kapasitas diskusi ilmiah maupun gaya diskusi ringan, yang biasanya dilakukan sambil lalu minum kopi panas di sela-sela kesibukan kantor (Jalil, Mz, & Ambarita, 2020). Demikian yang selalu saya lakukan bersama rekan-rekan saya. Permasalahan media tidak akan ada habsinya untuk dikupas dari berbagai disiplin ilmu. Dalam mendikusikan media, orang akan berpusat pada pertanyaan Harold Lasswell tentang komunikasi *who says what, to whom, with what channel and with what effect*.

With What Channel – Media. Tujuan dikembangkannya media adalah untuk memberikan kemudahan bagi manusia, mengingat media massa (khususnya televisi) sebagai sumber informasi sudah merupakan suatu kebutuhan yang tidak dapat dipisahkan dari kehidupan manusia, dan juga merupakan salah satu alat komunikasi persuasif yang efektif, untuk itu diperlukan perhatian lebih serius terhadap media-media tersebut (Ainiyah, 2018). Maka menjadi hal yang tepat dan merupakan suatu langkah maju jika media massa juga dimanfaatkan sebagai sarana untuk menyiarkan ajaran Islam. Media massa seperti televisi, radio, koran, dan internet merupakan alternatif terbaik media dakwah Islam yang potensial.

Terdapat dua hal yang memiliki pengaruh besar terhadap perjalanan media massa yakni perkembangan teknologi informasi dan regulasi yang mengikat. Jika ditilik dari sejarah perkembangan teknologi informasi, dewasa ini internet menjadi rajanya penyebaran informasi yang menawarkan kecepatan, fleksibel dan ruang waktu tak terbatas (Dewi, 2021). Kehadiran internet selanjutnya mengubah secara drastis dan dramatis perkembangan media massa. Walaupun begitu, nyatanya bisnis pertelevisian masih cukup kokoh. Bukan hanya jumlah, durasi pemirsa menonton pun semakin

panjang. Menurut Lembaga Survey AC Nielsen, pemirsa TV meningkat sebanyak 25 persen di sepanjang tahun 2020. Hary Tanoesoedibjo, Founder sekaligus Executive Chaiman MNC Group, dalam acara Hari Pers Nasional (HPN) juga menyebutkan bahwa rata-rata durasi menonton TV meningkat 12 persen dan mencapai 5 jam 46 menit per harinya.

Penyiaran Islam melalui televisi dapat menyatukan persepsi komunitas umat Islam dengan menerima pesan-pesan yang disampaikan secara bersama-sama dan seragam. Di samping juga dapat meminimalisir pengaruh westernisasi yang semakin marak digencarkan oleh media Barat. Televisi juga merupakan aspek penting bagi proses identifikasi nilai-nilai yang diterima oleh masyarakat (khususnya umat Islam) yang terus berubah (Nurliana, 2020). Syekh Ali Mahfuz mengutarakan bahwa maju mundurnya Islam sangat tergantung pada kegiatan dakwah atau penyiaran Islam yang dilakukan oleh umat Islam itu sendiri.

Namun, datangnya pandemi Covid-19 memicu perubahan dalam industri penyiaran televisi di Indonesia. Pandemi menyebabkan dunia usaha berada dalam kondisi VUCA (*Volatility, Uncertainty, Complexity, Ambiguity*) artinya dunia mengalami perubahan yang cepat, ketidakpastian yang tinggi, kompleksitas dan ketidakjelasan (bias) (Poernomo, 2020). Presiden Joko Widodo pada Agustus 2020 meluncurkan lima langkah percepatan tranformasi digital. Menkominfo, Jhon Plate menegaskan percepatan yang paling mendesak dilakukan negara adalah percepatan digitalisasi penyiaran, terutama digitalisasi televisi.

Televisi, terutama televisi lokal di era digital ini menghadapi tantangan besar. Teknologi komunikasi dan informasi baru (*new media*) lambat laun mengambil alih hampir semua kemampuan yang dimiliki oleh media konvensional, bahkan pada titik tertentu new media memberikan lebih dari apa yang bisa diberikan oleh media konvensional (Novianti, 2013). Hal ini menjadikan sebuah fenomena di mana teknologi komputer dan internet yang bersifat interaktif membaur dengan teknologi media komunikasi konvensional yang bersifat masif. Digitalisasi merupakan kunci utama dari adanya konvergensi media, adanya media digital memungkinkan media konvensional untuk mulai "berubah".

Konvergensi merupakan satu bentuk perkembangan teknologi. Konvergensi menjadi istilah yang populer di kalangan industri media. Konvergensi media sendiri adalah penggabungan atau pengintegrasian media konvensional dengan media online (Trinoviana, 2017). Konvergensi media memungkinkan para profesional di bidang media massa untuk menyampaikan informasi dengan menggunakan berbagai macam media atau *multiplatform* yang terintegrasi menjadi satu didalam media digital. Konvergensi media pada dasarnya mengakomodasi perkembangan media-media konvensional tersebut, namun tidak secara parsial atau terpisah, melainkan secara terintegrasi dan keseluruhan, dan pada gilirannya melahirkan konsep-konsep baru dalam bidang komunikasi.

Konvergensi media ini juga memaksa media-media konvensional untuk saling terintegrasi agar dapat bertahan di tengah kemajuan teknologi, dan dampak paling besar adalah menyebabkan perkembangan media konvensional ke dalam bentuk digital,

kemudian melahirkan apa yang disebut sebagai media sosial (*social media*) (Sulvinajayanti, 2017). Media massa lokal yang menjadi objek penelitian ini adalah TV9 Nusantara. TV9 Nusantara merupakan televisi swasta lokal yang mendedikasikan diri dalam penyiaran dakwah. Beberapa program acara dakwah yang disiarkan secara on air adalah program acara Kiswah (Kiswah Tokoh, Kiswah Female, Kiswah Interaktif dan Kiswah Event), program acara Hujjah Aswaja, program acara Ihwal Jam'iyah, program Ngaji Bareng dan Shollu Alan Nabi serta beberapa program lain yang bersifat tematik.

Di bawah naungan PT. Dakwah Inti Media, TV9 Nusantara kini sudah mengadopsi berbagai perangkat new media untuk saling berkonvergensi seperti website, aplikasi mobile hingga media sosial. TV9 Nusantara pada awalnya hanya menyiarkan konten dakwah melalui siaran televisi saja. Namun, sekarang telah merambah ke dalam bentuk digital yang beragam melalui infrastruktur komunikasi yang dimilikinya. Bagaimana beragam media tersebut berkonvergensi menjadi menarik dalam penelitian ini yakni terkait pengelolaan konten dakwah, infrastruktur komunikasi dan sumber daya manusia yang butuh penyesuaian dengan tantangan baru yang dihadapi di era digital.

Landasan Teori

Teori Konvergensi Media

Masyarakat dewasa ini begitu bergantung pada teknologi yang menggunakan media. Ketertiban sosial masyarakat pun didasarkan pada kemampuan untuk menghadapi kemajuan teknologi. Media bertindak secara langsung untuk membentuk suatu budaya. Kemajuan teknologi mengharuskan masyarakat menyesuaikan diri terhadap lingkungan global yang membentang luas atau *global village*. Konvergensi sendiri berasal dri bahasa Inggris yakni convergence. Kata konvergensi merujuk kepada 2 hal atau lebih yang bertemu dalam satu titik. Sedang media adalah sesuatu yang dapat digunakan sebagai sarana penghubung dalam penyampaian informasi dari pengirim kepada penerima. Jadi, dapat disimpulkan bahwa konvergensi media adalah fenomena bergabungnya berbagai media yang sebelumnya dianggap berbeda dan terpisah yang meliputi media cetak maupun media elektronik menjadi satu ke dalam sebuah media tunggal.

Definisi lain yang lebih jelas, konvergensi dikatakan sebagai proses multidimensi teknologi, ekonomi, sosial, dan budaya global yang tidak berbeda dengan transisi dan tranformasi periode *Renaissance.* Konvergensi ibarat percikan api yang tersebar dan menjangkau semua ranah kehidupan. Burnet dan Marshall mendefinisikan konvergensi media sebagai penggabungan industri media, telekomunikasi dan komputer menjadi sebuah bentuk yang bersatu dan berfungsi sebagai media komunikasi dalam bentuk digital (Harahap, 2019). Secara umum dalam kasus Indonesia, konvergensi media berangkat dari basis model surat kabar cetak yang berkolaborasi dengan versi online. (Wilkinson & Grant, 2009)

Dalam bukunya yang berjudul The Meaning of Convergence, Rich Gordon membagi konvergensi media ke dalam lima dimensi atau level. (Sulvinajayanti, Manajemen dan Konvergensi Media Penyiaran, 2018) Pertama, *ownership convergence*. Konvergensi ini mengacu pada kepemilikan perusahaan media besar atas beberapa jenis media. Misalnya sebuah perusahaan media yang menjadi induk dari media cetak, media

online, dan media penyiaran. Kedua, *tactical convergence*. Konvergensi ini merupakan bentuk trik atau cara kerjasama dengan melakukan pertukaran informasi yang diperoleh dari media-media yang berkonvergen atau bekerja sama.

Ketiga, *structural convergence*. Konvergensi ini membutuhkan redesign pembagian kerja dan strukturisasi organisasi di tiap media yang sudah menjadi bagian dari konvergensi. Struktur organisasi dan job description yang sudah. Keempat, *information gathering convergence*. Jenis konvergensi ini terjadi ketika para karyawan memiliki keterampilan bekerja di lebih satu jenis media diharapkan dapat mengumpulkan data, mengolah, dan menyajikan data dalam berbagai platform. Bisa ke platform cetak, televisi, maupun online. Kelima, *storytelling convergence*. Bentuk konvergensi ini menuntut keterampilan karyawan media dalam mengemas informasi sesuai dengan segmen pasar media yang bersangkutan dan dilengkapi dengan foto, video, maupun grafis.

Beberapa penelitian terdahulu terkait konvergensi media telah dilakukan sebelumnya, di antaranya :

1. Penelitian yang dilakukan oleh Alfi Rohmatul Hidayah dengan judul "*Pengelolaan Kovergensi Media Suara Surabaya Media Di Era Disrupsi". Peneltian ini menggunakan pendekatan kualitatif dan metode studi kasus. Hasil penelitian menunjukkan bahawa di era disrupsi SS Media melakukan beragam strategi untuk bertahan.* Sedang dalam penelitian saat ini menggunakan metode studi kasus untuk mengetahui konvergensi media dakwah di TV9 Nusantara.
2. Penelitian yang dilakukan oleh Mada Wijaya Kusumah dengan judul "*Konvergensi Media Dakwah di Masa Pandemi Covid-19*". Penelitian ini menggunakan metode campuran, yaitu dengan pendekatan kepustakaan atau studi literatur juga studi analisa media sosial. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa masa pandemi Covid 19, para ulama, habaib dan kyai menjadikan konvergensi media dakwah sebagai media dakwah Islam untuk meningkatkan kesadaran umat. Sedang dalam penelitian saat ini menggunakan metode studi kasus untuk mengetahui konvergensi media dakwah di TV9 Nusantara.
3. Penelitian yang dilakukan oleh Miftahul Adib, Togi Prima Hasiholan, Meylda Adheista, Muhammad Iqbal dengan judul "*Konvergensi Media Industri Televisi Indonesia Pada Program Acara Indonesian Idol X*". Pada penelitian ini menggunakan paradigma konstruktivis dan pendekatan kualitatif dengan menggunakan metode studi kasus. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa dalam konvergensi media Program acara Indonesian Idol ini, dari semua platform yang digunakan dapat diketahui terdapat tiga proses.Proses konvergensi dilihat dari proses Produksi, promosi dan distribusi konten. Sedang dalam penelitian saat ini menggunakan metode studi kasus untuk mengetahui konvergensi media dakwah di TV9 Nusantara.
4. Penelitian yang dilakukan oleh Syamsul Arif Billah dengan judul "*Kesiapan Indosiar Dalam Menghadapi Era Multiplatform & Konvergensi Media*". Penelitian ini menggunakan metode deskriptif kualitatif dengan studi kasus.

Penelitian ini dilakukan untuk mengetahui kesiapan indosiar dalam menghadapi konvergensi media dan era multiplatform. Sedang dalam penelitian saat ini menggunakan metode studi kasus untuk mengetahui konvergensi media dakwah di TV9 Nusantara.

Sedangkan penelitian terdahulu terkait TV9 Nusantara yang pernah dilakukan, di antaranya :

1. Penelitian yang dilakukan oleh Tsalis Fahmi Rahadian yang berjudul "*Manajemen Media Televisi TV9 Nusantara : Antara Bisnis dan Dakwah dalam Prespektif Ekonomi Media*". Penelitian ini menggunakan metode kualitatif deskriptif yang berfokus pada bagaimana manajemen pengelolaan TV9 Nusantara sebagai media bisnis dan media dakwah. Sedang dalam penelitian saat ini menggunakan metode studi kasus untuk mengetahui konvergensi media dakwah di TV9 Nusantara.
2. Penelitian oleh Abdul Choliq dan Muhammad Dhawud yang berjudul "*Manajemen Strategi NU TV9 Nusantara Menghadapi Televisi Swasta Lokal di Surabaya*". Penelitian ini menggunakan metode kualitatif untuk mengetahui strategi TV9 Nusantara dalam menghadapi televisi swasta lokal di Surabaya. Sedang dalam penelitian saat ini menggunakan metode studi kasus untuk mengetahui konvergensi media dakwah di TV9 Nusantara

Metode Penelitian

Metode penelitian adalah strategi umum yang dianut dalam pengumpulan data dan analisis data yang diperlukan guna menjawab persoalan yang sedang diselidiki atau diteliti (Anggito & Setiawan, 2018; Fitrah, 2018). Penelitian ini menggunakan jenis penelitian kualitatif pendekatan studi kasus. Penulis menggunakan paradigma konstruktivisme karena ingin menyatakan kenyataan tentang konvergensi media massa yang sesuai dengan lima dimensi konvergensi Rich Gordon melalui konstruksi sosial yang diciptakan oleh subjek penelitian.

Jenis pendekatan studi kasus ini merupakan jenis pendekatan yang digunakan untuk menyelidiki dan memahami sebuah kejadian atau masalah yang telah terjadi dengan mengumpulkan berbagai macam informasi yang kemudian diolah untuk mendapatkan sebuah solusi agar masalah yang diungkap dapat terselesaikan (Rahayuningsih & Susanto, 2021). Adapun yang membedakan penelitian dengan pendekatan studi kasus dengan jenis pendekatan penelitian kualitatif yang lain terdapat pada kedalaman analisisnya pada sebuah kasus tertentu yang lebih spesifik. Analisis dan triangulasi data juga digunakan untuk menguji keabsahan data dan menemukan kebenaran objektif sesungguhnya. Metode ini dinilai tepat untuk menganalisis permasalahan dalam penelitian ini.

Hasil dan Pembahasan

TV9 Nusantara sebagai Media Dakwah

TV9 Nusantara memiliki konsep baru dalam menyajikan tayangan di gerbang era digital dengan sentuhan berbeda yang dimilikinya yakni santun menyejukkan. Bergerak dengan kearifan lokal dan pandangan Islam moderat, Islam Nusantara yang menghargai keberagaman. TV9 Nusantara merupakan televisi lokal yang menggunakan Islam sebagai pedoman penayangannya. Dengan memiliki prinsip dakwah Islam inilah, TV9 Nusantara hadir untuk menyajikan konten yang tidak hanya menghibur namun juga mengedukasi. Berawal dari muktamar Nahdlatul Ulama Jawa Timur yang akhirnya mencetuskan agar dilahirkan media dakwah berupa media massa televisi. Pada hari lahir ke 86 Nahdlatul Ulama 31 Januari 2010, pertama kalinya TV9 Nusantara melakukan siaran uji coba di kota Surabaya.

Karena telah mendedikasikan diri sebagai media dakwah, TV9 Nusantara bahkan memiliki logo yang maknanya merujuk pada Islam Nusantara. Adapun penjelasan tentang makna logo TV9 Nusantara adalah sebagai berikut : Angka 9 memiliki dua makna, *pertama* merujuk pada Wali Songo yang menjadi penyebar agama Islam di tanah Jawa. *Kedua,* angka 9 adalah angka tertinggi di antara angka tunggal yang menggambarkan ikhtiar manusia menuju kesempurnaan hidup dan penggapaian cita-cita. Angka 9 pun identik dengan Nahdlatul Ulama. Sedang slogan TV9 Nusantara yakni santun menyejukkan memiliki makna santun dalam sajian tayangannya dan memberikan kesejukan bagi pemirsa yang menyaksikan. Kesejukan di sini dapat diartikan sebagai nasihat yang memberi pencerahan. Hal ini sesuai dengan tujuan atau visi mereka untuk menjadi televisi dakwah terbaik di Indonesia.

Sebagai media dakwah, TV9 Nusantara menyediakan program acara dakwah yang dikemas semenarik dan sebaik mungkin agar dapat dinikmati oleh masyarakat semua kalangan dengan menghadirkan isu terkini serta pendakwah yang mumpuni. Program acara dakwah di antaranya : Kiswah Interaktif, Kiswah Female, Kiswah Tokoh, Apa Kata Bu Nyai, Musik Religi, Hujjah Aswaja, Ihwal Jam'iyah dan acara yang bersifat tematik lainnya. Tidak hanya menghadirkan konten dakwah televisi. Kini TV9 Nusantara juga menyajikan konten dakwah yang di media digital agar dapat dinikmati oleh pemirsa tanpa batas ruang dan waktu.

Konvergensi Media Dakwah di TV9 Nusantara

Konvergensi media digambarkan sebagai proses berkelanjutan di mana konten, teknologi, audiens dan indurstri saling berpotongan. Dari hasil observasi dan wawancara penulis di TV9 Nusantara menunjukkan adanya keterkaitan erat antara konten, teknologi dan audiens. TV9 Nusantara melakukan konvergensi media karena adanya transformasi teknologi yang dapat mnedorong industri media ke ranah digital. TV9 Nusantara telah membaca apa yang dibutuhkan oleh masyarakat lalu melakukan konvergensi media dengan membentuk tim khusus yakni Tim New Media untuk mengoptimalkan media digital. Kebutuhan masyarakat pun menuntut TV9 Nusantara menyajikan konten dakwah untuk memenuhi media digital berupa foto, video dan juga infografik. Oleh karena itu,

penulis menyimpulkan bahwa TV9 Nusantara telah menerapkan konvergensi media. Konvergensi media di TV9 Nusantara dapat dilihat dari lima dimensi yang dipaparkan oleh Rich Goldon :

1. **Konvergensi Kepemilikan**

TV9 Nusantara lahir pada 31 Januari 2010 silam yang diberi nama PAS TV sebagai bagian dari perayaan ulang tahun ke-84 Nahdlatul Ulama. TV9 Nusantara merupakan satu media televisi yang dikelola oleh PT Dakwah Inti Media milik KH Moh. Hasan Mutawakkil Alallah, S.H, MM. Telah memperoleh izin penyelenggaraan penyiaran prinsip tertanggal 7 Juli 2009 dan izin penyelenggaraan penyiaran tetap tertanggal pada 23 Juli 2012 dari Menteri Komunikasi dan Informatika Republik Indonesia sebagai lembaga penyiaran swasta lokal untuk kota Surabaya. Media televisi ini mulai mengudara pada tanggal 31 Januari 2010 dan fokus pada program bernuansa Islami.

PT Dakwah Inti Media melanjutkan upaya tranformasi diri dari entitas bisnis televisi TV9 Nusantara menjadi media multiplatform. Konvergensi kepemilikan merupakan konvergensi konglomerasi di mana sebuah perusahaan menjadi induk dari berbagai media. Dalam hal ini, PT Dakwah Inti Media menjadi induk perusahaan bagi TV9 Nusantara, lalu TV9 Nusantara menjadi induknya platform media digital yang saling terintegrasi melakukan promosi silang dan pembagian konten.

Beberapa media digital yang aktif digunakan TV9 Nusantara saat ini selain TV digital adalah :

Tabel 1 Media Digital TV9 Nusantara

No.	Media	Nama
1.	Website	- TV9.co.id - Jurnal9.tv
2.	Youtube	- TV9 Official - TV9 News
3.	Instagram	- TV9 Nusantara - Infonusia
4.	Facebook	- TV9 Nusantara - Jurnal9
5.	Twitter	- TV9 Nusantara
6.	Tik Tok	- TV9 Nusantara

Sumber : Hasil Observasi Penulis di TV9 Nusantara

2. **Konvergensi Taktikal**

Dari hasil penelitian dinyatakan bahwa pertukaran informasi antara media televisi TV9 Nusantara dan media digital mulai dijalankan serius pada tahun 2019 dengan membentuk tim New Media. Pendirian tim New Media ini untuk menyasar kepada seluruh audiens dari berbagai kalangan apalagi di jalan ini yang bergantung pada internet di lini kehidupan.Hal ini sesuai dengan ciri-ciri media

baru (Vera, 2016) yaitu media memiliki kemampuan untuk mengatasi kurangnya waktu dan ruang meskipun terbatas dengan ukuran layar, waktu unduh, kapasitas server dan lain – lain. Pertukaran informasi yang dilakukan masing-masing platform media kemudian dijalankan dengan pengadaan tim New Media. pertukaran informasinya menggunakan sistem server di bawah naungan divisi New Media. Server ini digunakan sebagai tempat disimpannya seluruh konten yang dimiliki, lalu dikelola untuk disajikan pada setiap platform.

Adanya divisi New Media ini mempermudah produksi konten di setiap platform. *Content creator* bertugas untuk menetapkan isu dan mengumpulkan data dari isu atau informasi yang nantinya akan disajikan pada masing-masing platform. Pengumpulan data ini dilakukan secara terpisah setiap platform. Setelah terkumpul data yang lengkap, maka diserahkan kepada editor konten untuk segera dilakukan eksekusi penyuntingan. Semua konten hasil suntingan editor akan di-*review* oleh *content creator* sebagai uji kelayakan tayang. Lalu konten diserahkan kepada *social media officer* atau admin media sosial untuk dijadwalkan penayangan di masing-masing platform yang juga berttugas untuk memantau *insight* konten yang telah ditayangkan.

Konvergensi taktikal ini telah diterapkan pada TV9 Nusantara. Menurut Rich Gordon, salah satu konsep konvergensi media adalah konvergensi taktik, dari segi promosi silang dengan menerapkan sistem *bundling* pada iklan dan saling melakukan promosi antar platform. Namun, dalam bidang periklanan ini belum sepenuhnya berjalan maksimal karena masing-masing platform terkadang memiliki konsumen yang berbeda.

3. Konvergensi Struktur

Semakin agresif konvergensi dilakukan maka semakin besar kemungkinan bahwa deskripsi dan struktur organisasi akan berubah. Struktur berubah secara jelas karena terdapat penambahan divisi New Media yang berfungsi sebagai pemegang kendali media digital di TV9 Nusantara. Struktur dalam divisi New Media terdiri atas:

Tabel 2 Strutur Tim New Media TV9 Nusantara

No.	Nama	Jabatan
1.	Tony Cahyono	Manajer Divisi New Media
2.	Anita Taqwiniyah	Social Media Officer
3.	Budi Prasetyo	Content Creator / Editor Grafis
4.	Ali Shofi	Editor Grafis

Sumber : Hasil Observasi Penulis di TV9 Nusantara

Penambahan divisi New Media ini mengubah struktural dalam TV9 Nusantara. Dari nama-nama pada kolom di atas sebelum bergabung dalam divisi

New Media adalah tim dari divisi lain. Namun, karena mereka dinilai mumpuni dalam bidang media baru, pihak TV9 Nusantara memutuskan untuk mengoptimalkan mereka menjadi garda depan media digital.

4. Konvergensi Peliputan Informasi

Adanya transformasi dari media konvensional ke digital memberi tuntutan pada karyawan untuk bekerja secara multitasking, karena masyarakat saat ini menginginkan konten yang cepat diakses di manapun dan kapan pun. Untuk memenuhi kebutuhan masyarakat tersebut, maka TV9 Nusantara menerapkan kebijakan bagi karyawan yang berada dalam divisi New Media dapat multitasking menguasai media digital, isu terkini juga fotografi dan videografi.

Namun, kebijakan ini masih belum dibarengi dengan edukasi dan pelatihan khusus kepada karyawan yang terlibat. Mengakibatkan pemanfaatan media baru di TV9 Nusantara kurang maksimal. Urgensinya pelatihan bagi karyawan adalah ketika kebijakan ini diterapkan, seiring berjalannya waktu para karyawan New Media dapat menguasai media-media digital yang dikonvergen.

5. Konvergensi Penyajian atau Pengisahan Cerita

Konvergensi penyajian atau pengisahan cerita ini menekankan pada tugas karyawan untuk menyajikan konten dakwah di berbagai platform. Rich Gordon menyatakan bahwa hadirnya media baru maka terjadilah perubahan dalam penyajian informasi. Dalam mempertahankan konten pada televisi, TV9 Nusantara berusaha untuk mengoptimalkan setiap program-program on air agar disesuaikan dengan kemajuan teknologi dan keadaan masyarakat pada masa pandemi, seperti halnya pengubahan tampilan yang lebih menarik.

Untuk penyajian konten di berbagai platform adalah tugas karyawan yang berada dalam naungan divisi New Media. Tim New Media mendapatkan konten dari tim produksi yang disediakan dalam server. Selain konten berupa video, terdapat konten tulisan yang disajikan dalam portal online. Serta konten infografik yang disediakan pada media sosial yang dikelola tim New Media. Namun, untuk saat ini, tim New Media masih membutuhkan sumber daya manusia yang lebih untuk mengolah permintaan konten media sosial yang banyak karena SDM yang dimiliki masih terbatas.

Untuk menunjang penyajian informasi di berbagai platform TV9 Nusantara memfasilitasi karyawan New Media dengan PC komputer dan *smartphone* serta kamera yang mumpuni untuk digunakan sebagai alatt melaksanakan pekerjaan. Namun, penerapan konvergensi penyajian konten dakwah ini masih membutuhkan pengoptimalan terutama pada sisi sumber daya manusia.

Kesimpulan

Dari pembahasan tersebut dapat disimpulkan bahwa TV9 Nusantara telah mengaplikasikan seluruh dimensi dari konvergensi media, namun terdapat beberapa kendala yang masih menghambat kelancaran proses konvergensi. Lima dimensi konvergensi media yang dilakukan TV9 Nusantara di antaranya :

Pada dimensi konvergensi kepemilikan, TV9 Nusantara berada di bawah naungan PT. Dakwah Inti Media. Kini TV9 Nusantara tidak hanya bergerak dalam lingkup media massa televisi, namun telah merambah pada platform digital. Platform digital di bawah naungan TV9 Nusantara yakni website TV9.co.id, portal berita online Jurnal9.tv, media sosial dan aplikasi digital. Dalam dimensi konvergensi taktik, pertukaran informasinya menggunakan sistem server di bawah naungan divisi New Media. Server ini digunakan sebagai tempat disimpannya seluruh konten yang dimiliki, lalu dikelola untuk disajikan pada setiap platform.

Pada dimensi konvergensi struktur dengan menambahkan divisi New Media. Pada dimensi konvergensi peliputan informasi, karyawan mengalami perubahan cara kerja dampak dari adanya konvergensi, yaitu dituntut untuk multitasking. Sedang dalam konvergensi penyajian, karyawan yang berada di tim New Media mulai diarahkan untuk menyajikan informasi tidak hanya dalam bentuk tulisan namun juga dalam bentuk foto serta video interaktif.

BIBLIOGRAFI

Ainiyah, Nur. (2018). Remaja Millenial dan Media Sosial: Media Sosial Sebagai Media Informasi Pendidikan Bagi Remaja Millenial. *Jurnal Pendidikan Islam Indonesia*, *2*(2), 221–236.

Anggito, Albi, & Setiawan, Johan. (2018). *Metodologi penelitian kualitatif*. CV Jejak (Jejak Publisher).

Dewi, Putri Aisyiyah Rachma. (2021). *INTRODUCTION TO PUBLIC RELATIONS Theories and Practical Usage*. Penerbit Lakeisha.

Fitrah, Muh. (2018). *Metodologi penelitian: penelitian kualitatif, tindakan kelas & studi kasus*. CV Jejak (Jejak Publisher).

Harahap, M. Alfansyah. (2019). Resensi Buku: Konvergensi Media; Perbauran Ideologi, Politik, dan Etika Jurnalisme. *Communication*, *10*(1), 116–127.

Jalil, Abdul, Mz, Ihsan, & Ambarita, Jenri. (2020). *Kuat Melawan Corona*. Litera.

Novianti, Wiwik. (2013). Televisi lokal dan konsentrasi kepemilikan media. *Observasi*, *11*(1).

Nurliana, Nurliana. (2020). Televisi sebagai Media Dakwah Islam dalam Kehidupan Masyarakat Indonesia. *Jurnal Peurawi: Media Kajian Komunikasi Islam*, *3*(1), 120–135.

Poernomo, Baby. (2020). Peran Perguruan Tinggi Dalam Menyiapkan Pemimpin Masa Depan menghadapi Era VUCA. *Prosiding Seminar STIAMI*, *7*(2), 70–80.

Rahayuningsih, Puji, & Susanto, Susanto. (2021). Daya Tarik Dompet Digital. *Jurnal Riset Manajemen Dan Bisnis*, *6*(1), 43–50.

Sulvinajayanti, Sulvinajayanti. (2017). Public Relations dan New Media (Proses Humas dalam Mengelola Instagram@ Universitaspertamina). *KOMUNIDA: Media Komunikasi Dan Dakwah*, *7*(2), 154–168.

Trinoviana, Anindita. (2017). Strategi Konvergensi Radio Sebagai Upaya Perluasan Pasar Audience dan Iklan (Studi Kasus Pada Swaragama Fm (101.7 Fm), Geronimo Fm (106.1 Fm), Dan Prambors Radio (102.2 FM/95.8 FM)). *Jurnal Komunikasi*, *12*(1), 35–50.

Vera, Nawiroh. (2016). *Komunikasi Massa, Penerbit Ghalia Indonesia*. Bogor.

Wilkinson, Jeffrey, & Grant, August E. (2009). *Understanding Media Convergence: The State of The Field*. Oxford University Press.

Copyright holder:
Nadya Khennis Rozana (2022)

First publication right:
Syntax Literate: Jurnal Ilmiah Indonesia

This article is licensed under:

