

**KONVERGENSI JTV PADA PROGRAM POJOK KAMPUNG
MELALUI CHANNEL YOUTUBE JTV REK**

Diajukan Sebagai Salah Satu Syarat Untuk Menyelesaikan Studi Pada
Program Studi Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik

Skripsi



OLEH :

TAUFIK HIDAYAT

NIM : 1713211095

**FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
UNIVERSITAS BHAYANGKARA
SURABAYA**

2021

MOTTO

**“ APAPUN MASALAHMU DAN APAPUN RINTANGAN YANG
MENGHALANGI DIRIMU, TETAPLAH BERJUANG DAN
SELALU BERIKHTIAR SAMPAI ENGKAU MENDAPAT APA
YANG KAU INGINKAN”**

LEMBAR PERSETUJUAN

**KONVERGENSI JTV PADA PROGRAM POJOK
KAMPUNG MELALUI CHANNEL YOUTUBE JTV REK**

**Diajukan Untuk Memenuhi Salah
Satu Syarat Memperoleh Gelar
Sarjana (S1) Ilmu Komunikasi
Universitas Bhayangkara Surabaya**

Disusun oleh:

TAUFIK HIDAYAT
1713211095

Diperiksa dan disetujui oleh

Pembimbing I

Pembimbing II

Muhammad Fadeli, S.Sos.M.Si.

NIDN : 0730017201

TiraFitriawardhani, S.Sos.M.S.i.

NIDN : 0722068501

Mengetahui,

Ketua Program Studi
Ilmu Komunikasi

Julyanto Ekantoro, S.E., S.S., M.Si.

NIDN : 0706077106

LEMBAR PENGESAHAN
KONVERGENSI JTV PADA PROGRAM POJOK KAMPUNG MELALUI
CHANNEL YOUTUBE JTV REK

**Diajukan Untuk Memenuhi Salah Satu Syarat Memperoleh Gelar Sarjana (S1) Ilmu
Komunikasi Universitas Bhayangkara Surabaya**

Disusun oleh:
TAUFIK HIDAYAT
1713211095

Tanggal Ujian : 9 Juli 2021
Periode Wisuda :

Dosen Pembimbing

Pembimbing I

Pembimbing II

Muhammad Fadeli, S.Sos.M.Si.

NIDN : 0730017201

Tira Fitriawardhani, S.Sos.M.S.i.

NIDN : 0722068501

Disetujui oleh Tim Penguji Skripsi

Penguji I

Penguji II

Penguji III

Muhammad Fadeli, S.Sos.M.Si.

NIDN : 0730017201

Dra. Rini Ganefwati, M.Si.

NIDN : 0711116301

Fitria Widiyani R., S.Sos., M.Si.

NIDN : 0706088003

Mengetahui,
Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik

Menyetujui,
Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi

Dra. Tri Prasetijowati, M.Si.

NIDN : 0727076701

Julyanto Ekantoro, S.E., S.S., M.Si.

NIDN : 0706077106

LEMBAR PERNYATAAN KEASLIAN PENELITIAN

Yang bertandatangan di bawah ini :

Nama : TAUFIK HIDAYAT

Tempat, Tanggal Lahir : Surabaya, 13 Agustus 1998 NIM 1713211095

Fakultas / Program Studi : Ilmu Sosial dan Ilmu Politik/Ilmu Komunikasi

Dengan ini saya menyatakan bahwa Skripsi dengan judul "**KONVERGENSI JTV PADA PROGRAM POJOK KAMPUNG MELALUI CHANNEL YOUTUBE JTV REK**" beserta seluruh isinya adalah karya saya sendiri dan bukan merupakan karya tulis orang lain, baik sebagian maupun seluruhnya, kecuali dalam bentuk kutipan yang telah disebutkansumbernya.

Demikian surat pernyataan ini saya buat dengan sebenar-benarnya. Apabila kemudian ditemukan adanya pelanggaran terhadap etika keilmuan dalam karya saya ini, atau ada klaim dari pihak lain terhadap keaslian karya saya ini maka saya siap menanggung segala bentuk resiko/sanksi yang berlaku.

Surabaya,
Yang Membuat
Pernyataan

Mtr 6rb

TAUFIK HIDAYAT

KATA PENGANTAR

Puji syukur Kepada Tuhan Yang Maha Esa atas segala limpahan nikmat dan karuniaNya, sehingga penulis dapat menyelesaikan penulisan skripsi. Skripsi ini tidak akan berjalan lancar apabila tidak adanya dukungan dari berbagai pihak. Oleh karena itu penulis mengucapkan terima kasih banyak kepada semua pihak yang telah membantu penulis untuk menyelesaikan proposal ini baik yang menyumbangkan pikiran, materi, memberikan motivasi, maupun do" a oleh karena itu penulis mengucapkan terima kasih kepada :

1. Allah Subhanahu Wata"ala
2. Untuk keluarga saya terutama ibu dan bapak ibu sayang yang saya cintai terimakasih atas doa dan dukungannya
3. Untuk teman teman saya yang selalu membantu saya dan memberikan saran saran baik kepada saya terimakasih banyak
4. Ibu Dra Tri Prasetijowati, M.Si, selaku Dekan FISIP
5. Bapak Julyanto Ekantoro, SE,SS,M.Si selaku Kaprodi Ilmu Komunikasi FISIP
6. Bapak Muhammad Fadeli,S.Sos.,M.Si. selaku Dosen pembimbing satu yang telah membimbing saya dengan sabar dan memberikan bimbingan dan petunjuk dalam menyelesaikan proposal ini.
7. Ibu Tira Fitriawardhani,S.Sos.,M.Si. selaku Dosen pembimbing kedua yang telah membimbing saya dengan sabar dan memberikan bimbingan dan petunjuk dalam menyelesaikan proposal ini.

8. Bapak dan ibu pimpinan instansi/ institusi
9. Semua pihak yang tidak dapat saya sebutkan satu persatu .

Semoga Tuhan Yang Maha Esa membalas jerih payah dan pengorbanan yang telah diberikan dengan alesan lebih baik. Penulis berharap semoga karya tulis ilmiah ini dapat memberikan manfaat bagi pembaca.

Taufik Hidayat, FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN POLITIK.

**Konvergensi JTV Pada Program Pojok Kampung Melalui Channel Youtube
JTV Rek.**

Dosen Pembimbing I : M.Fadeli,S.Sos,M.si

Dosen Pembimbing II : Tira Fitriawardhani,S.Sos,M.si

ABSTRAK

Pesatnya perkembangan teknologi internet di zaman modern saat ini, memicu persaingan yang ketat antara media satu dengan media yang lain untuk saling berebut posisinya. Salah satunya adalah media televisi. Dengan adanya era konvergensi media membuat para perusahaan televisi swasta harus melakukan konvergensi media untuk dapat bersaing.

Metode Penelitian kali ini menggunakan penelitian deskriptif dengan pendekatan kualitatif untuk mendeskripsikan konvergensi JTV pada Program Pojok Kampung Melalui Channel YouTube JTV Rek. Teknik pengumpulan data dilakukan dengan menggunakan observasi, Wawancara, dan dokumentasi.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa Televisi JTV pada Program Pojok Kampung telah melakukan konvergensi media dengan menggunakan 3 poin penting dalam konvergensinya yaitu *computing and information technology*, *communication network* dan *Digital Content*. Sementara itu informasi berita program Pojok Kampung tidak hanya disampaikan di televisi JTV saja melainkan diunggah juga ke media Youtube JTV Rek yang telah berjalan secara profesional sejak tahun 2019.

Kata Kunci : Kovergensi, JTV, Program Pojok Kampung, Channel Youtube

Taufik Hidayat, FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN POLITIK.

JTV Convergence in the Village Corner Program Through the JTV Youtube Channel Rek.

Dosen Pembimbing I : M.Fadeli,S.Sos,M.si

Dosen Pembimbing II : Tira Fitriawardhani,S.Sos,M.si

ABSTRACT

The rapid development of internet technology in today's modern era, triggers intense competition between one media and another to fight for each other's position. One of them is television media. With the era of media convergence, private television companies have to do media convergence to be able to compete.

This research method uses descriptive research with a qualitative approach to describe JTV convergence in the Kampung Pojok Program through the JTV Rek YouTube Channel. Data collection techniques were carried out using observation, interviews, and documentation.

The results of this study indicate that JTV Television in the Pojok Kampung Program has carried out media convergence by using 3 important points in its convergence, namely computing and information technology, communication network and Digital Content. Meanwhile, information on the Pojok Kampung program news is not only conveyed on JTV television but also uploaded to the JTV Rek Youtube media which has been running professionally since 2019.

Keywords : Convergence, JTV, Pojok Kampung Program, Youtube Channel.

DAFTAR ISI

KONVERGENSI JTV PADA PROGRAM POJOK KAMPUNG MELALUI CHANNEL YOUTUBE JTV REK.....	1
MOTTO	i
LEMBAR PERSETUJUAN	ii
LEMBAR PENGESAHAN	iii
LEMBAR PERNYATAAN KEASLIAN PENELITIAN	iv
KATA PENGANTAR	v
ABSTRAK.....	vii
<i>ABSTRACT</i>	viii
DAFTAR ISI.....	ix
DAFTAR TABEL.....	xii
DAFTAR GAMBAR	xiii
BAB 1	1
PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	6
1.3 Tujuan Penelitian	6
1.4 Manfaat Penelitian	7
1.5 Definisi Konsep.....	7
1.5.1 Kovergensi media	7
1.5.2 Program Pojok Kampung.....	8
1.5.3 Youtube.....	9
1.6 Metode Penelitian	10
1.6.1 Jenis Penelitian.....	10
1.6.2 Lokasi Penelitian.....	11
1.6.3 Subyek Penelitian.....	11
1.6.4 Teknik Pengumpulan Data.....	11
1.6.5 Teknik Analisa Data.....	12

BAB II.....	14
KAJIAN PUSTAKA.....	14
2.1 Penelitian Terdahulu	14
1.2. Kerangka Konseptual.....	16
2.4 Konvergensi media	17
2.5 Program Televisi Pojok Kampung JTV	20
2.6 Media Channel Youtube	25
BAB III	27
GAMBARAN UMUM OBYEK PENELITIAN.....	27
3.1 Konvergensi Media	27
3.2 Sejarah Perusahaan Televisi JTV	30
3.2.1 Logo JTV	34
3.2.2 Visi dan Misi JTV	37
3.2.3 Motto JTV	38
3.2.4 Alamat Dan Lokasi Tempat Penelitian.....	39
3.3 Program Pojok Kampung JTV	39
BAB IV	43
HASIL DAN PEMBAHASAN.....	43
4.1 Hasil Penelitian	43
4.1.1 Computing & Information Technology.....	43
4.1.2 Communications Network	45
4.1.3 Digital Content.....	47
4.2 Konvergensi Media Online Televisi JTV.....	49
4.3 Konvergensi JTV Pada Program Pojok Kampung Melalui Channel Youtube JTV REK.....	53
4.3.1 Konvergensi Program Pojok Kampung JTV Ke Channel Youtube	56
4.3.2 Penyaringan Program Berita Pojok Kampung Yang Masuk Ke Channel Youtube JTV Rek	65
4.3.3 Bekerja Secara Profesional Dimedia Sosial Youtube.....	70
BAB V	75
PENUTUP	75
5.1 Kesimpulan	75
5.2 Saran	76

DAFTAR PUSTAKA.....	78
LAMPIRAN.....	80

DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Penelitian Sejenis	14
Tabel 2.2 Kerangka Konseptual.....	16
Tabel 4.1 struktur Alur penyaringan berita yang masuk Youtube JTV Rek.....	66

DAFTAR GAMBAR

Gambar 3.1	Logo JTV 2001-2012.....	34
Gambar 3.2	Logo JTV 2012-Sekarang.....	35
Gambar 4.1	Media Online Perusahaan Televisi JTV.....	51
Gambar 4.2	Channel Youtube JTV Rek....	57
Gambar 4.3	Subscriber dan Unggahan Video Channel Youtube JTV Rek.....	60
Gambar 4.4	Album Channel Youtube JTV Rek....	62
Gambar 4.5	Beranda JTV Rek....	63
Gambar 4.6	Unggahan Live Streaming Program Pojok Kampung	64

BAB 1

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Kita ketahui bersama bahwa indonesia sangat menikmati kemajuan perkembangan teknologi informasi dan komunikasi, internet telah menjadi kaitan yang sangat erat akan penggunaan teknologi komunikasi di seluruh dunia, termasuk di indonesia karena internet telah menjadi wadah komunikasi yang sangat banyak digunakan oleh masyarakat indonesia.

Penggunaan internet di indonesia yang sangat masif ini memberikan efek yang sangat besar dimasyarakat, salah satunya adalah terjadinya perubahan budaya bermedia, yang mana hal ini terjadi karena terdapat peralatan dan prosedur baru yang akan didaptasi oleh masyarakat itu sendiri dalam penggunaannya.

Perubahan budaya bermedia di indonesia ini sebenarnya dapat terlihat secara realistis ketika terdapat penurunan pendapatan yang sangat signifikan di industri media televisi, yang mana rating media televisi semakin lama semakin menurun, di karenakan perkembangan teknologi di era modern seperti ini media online lebih diminati masyarakat.

Semakin menurunnya jumlah penonton maka akan berefek pada berkurangnya jumlah belanja iklan televisi yang akan didapatkan oleh para pelaku industri televisi di indonesia, dan semakin berkembangnya belanja iklan digital di

Indonesia akan membuat para pelaku industri televisi harus mengambil langkah strategis untuk tetap bertahan di era digital saat ini.

Dengan munculnya new media pada jaman modern saat ini memicu persaingan yang sangat ketat antara perusahaan televisi dengan perusahaan media lainnya untuk saling berebut posisinya. Media penyiaran televisi yang mana memiliki fungsi memberikan suatu informasi dan hiburan merasa terancam dengan munculnya media baru atau biasa dikenal new media.

Persaingan perusahaan tersebut telah terjadi hampir di seluruh semua media, salah satunya yaitu media televisi. Televisi sendiri merupakan salah satu media komunikasi massa, seperti halnya radio, Koran dan majalah. Secara umum, televisi memiliki karakteristik yang mana hampir sama dengan media lain, seperti publisitas, universalitas, kontinuitas serta aktualitas.

Kemunculan internet membuat perusahaan media penyiaran televisi terus bersaing memperluas audiens dan bersaing untuk mendapatkan iklan, yang dimana iklan merupakan sumber penghasilan bagi media penyiaran televisi tersebut. Banyaknya para pengiklan yang lebih memilih memasang iklannya di internet, website, ataupun media social lainnya membuat para pelaku perusahaan media saling berlomba-lomba untuk meningkatkan suatu kualitas produksinya untuk mendapatkan keuntungan yang sebesar-besarnya. Karenanya, media penyiaran televisi harus merespon perubahan teknologi apabila ingin tetap bertahan ditengah masyarakat yang modern saat ini. Diantaranya melalui

penggabungan teknologi dengan internet, dan memperluas jaringan bagi media penyiaran televisi. oleh sebab itu munculah konvergensi media.

Pada era konvergensi media, masyarakat dapat menggunakan satu perangkat untuk dua kegiatan dalam satu waktu, seperti mengakses internet dan menonton suatu berita. Dengan kehadiran internet ini membawa perubahan dalam gaya hidup seseorang. Disini, televisi dapat memanfaatkan media baru sebagai platform untuk lebih dekat dengan khalayaknya. Selain itu juga dapat mempermudah khalayak untuk mencari suatu informasi mengenai televisi yang mereka sukai.

Konvergensi media dilakukan tidak semata-mata hanya untuk mengikuti perkembangan teknologi saja. Saling berintegritasnya media massa konvensional dengan media online, dapat memungkinkan akan terjadinya suatu perluasan cakupan dalam skala apapun. Mulai dari publikasi dan interaksi dengan khalayak pun tentu akan dapat memiliki perbedaan. Media massa menjadi lebih kuat dan juga memiliki bermacam-macam dalam hal penyajian suatu produk dengan kreatifitasnya kepada khalayak. Namun, juga harus bersaing untuk dapat mempertahankan loyalitas khalayaknya. Oleh karena itu, media massa harus mengikuti kemajuan teknologi informasi dengan menggabungkan suatu media konvensional dengan media baru. Dengan banyaknya pengakses new media saat ini, dapat dimanfaatkan media televisi untuk memperluas pasar audiensnya.

Ditengah banyaknya perusahaan televisi di Indonesia yang mulai melakukan konvergensi media. Televisi JTV juga tak mau ketinggalan dalam

konvergensinya yaitu memanfaatkan berbagai media di era konvergensi saat ini. Dalam mengikuti perkembangan teknologi dan informasi yang ada saat ini, new media atau media online dimanfaatkan oleh televisi JTV untuk bisa menyebarluaskan informasinya kepada khalayak. Tak hanya itu, media online juga dapat digunakan untuk memperluas dan mendapatkan iklan .

Para pelaku industri televisi di era modern seperti harus melakukan penerapan layanan konvergensi media agar bisa tetap bertahan di era modern saat ini, termasuk pelaku industri televisi swasta seperti JTV. Konvergensi media adalah penggabungan platform media media yang ada untuk digunakan dan diarahkan ke dalam satu titik tujuan. Konvergensi media juga diartikan bergabungnya berbagai media seperti radio, televisi, surat kabar dan internet menjadi satu untuk diarahkan ke suatu media tunggal. Konvergensi berasal dari bahasa Inggris yaitu convergence yang berarti bersatu atau persatuan, sedangkan media adalah alat saluran komunikasi yang berfungsi untuk menyampaikan pesan dari suatu sumber kepada penerima pesan (khalayak). Media berasal dari bahasa Latin, yaitu medius yang berarti tengah, perantara atau pengantar.

Televisi JTV adalah salah satu media penyiaran televisi yang ada di Jawa Timur. Televisi JTV sendiri sangat terkenal di kalangan masyarakat Jawa Timur khususnya Surabaya. Oleh karena itu untuk tetap bisa bertahan dan dapat memberikan suatu informasi kepada khalayaknya di era modern saat ini. Televisi JTV melakukan konvergensi media. Sebagai mana yang telah dijelaskan tentang teori konvergensi media menurut Flew bahwa ada 3 unsur penting dalam

melakukan konvergensi media yaitu terdiri dari *computing & information technology, Communications Network*, dan *Digital Content*.

Beberapa para pelaku industri televisi saat ini telah melakukan penerapan layanan konvergensi media televisi ke platform media channel youtube. Youtube adalah suatu platform media sosial yang berbentuk situs web yang menyediakan berbagai macam video clip sampai film, serta video – video yang dibuat oleh pengguna youtube itu sendiri. Youtube merupakan salah satu media sosial yang sangat populer di era modern ini. Dimana sekarang banyak khalayak yang menggunakan media youtube sebagai tempat untuk berkarya. Media sosial youtube sendiri sangat mudah untuk digunakan dimana saja melalui android/smartphone.

Namun dari semua keuntungan dan kelebihan dalam menggunakan atau menikmati media sosial youtube ada dampak yang ditimbulkan oleh media tersebut yaitu berdampak positif dan berdampak negatif. Namun itu semua tergantung dari pemanfaatan youtube ini sendiri bagi penggunanya.

Dampak positif dari youtube adalah dapat mencari video tutorial, video clip dan film secara cepat. Pengguna youtube juga dapat cepat terkenal atau menjadi artis dadakan, bahkan media sosial youtube bisa berbagi pengetahuan dan membuat orang kreatif dengan membuat video yang menarik.

Dampak negatif dari youtube adalah dipakai untuk mencari konten video porno, video kekerasan, video yang dapat mencemarkan nama baik orang. Bahkan

isi konten yang ada didalam media sosial youtube juga banyak yang tidak akurat atau tidak aktual.

Maka dari itu para pelaku industri televisi di era modern seperti ini harus mengambil suatu langkah penerapan konvergensi media sebagai solusinya agar bisa bertahan di era modern saat ini, termasuk pelaku industri televisi swasta seperti JTV. JTV sendiri adalah suatu perusahaan industri televisi swasta yang bertempat di daerah Kota Surabaya, perusahaan JTV saat ini harus tetap bertahan di era modern seperti ini dan JTV harus mengikuti perkembangan era digital dengan melakukan teori konvergensi media yaitu dengan menjalankan 3 unsur poin penting yang terdiri dari *Computing & Informations Technology*, *Communications Network*, dan *Digital Content*. Dari latar belakang diatas penulis tertarik untuk meneliti : ***“Konvergensi JTV Pada Program JTV Pojok Kampung Melalui Channel Youtube JTV Rek”***.

1.2 Rumusan Masalah

1. Bagaimana konvergensi JTV pada Program JTV Pojok Kampung Melalui Channel YouTube JTV Rek?

1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah yang ditetapkan diatas maka penelitian ini bertujuan :

1. Untuk mengetahui bagaimana konvergensi JTV pada Program JTV
Pojok Kampung Melalui Channel YouTube JTV Rek.

1.4 Manfaat Penelitian

1. Secara akademis, penelitian ini diharapkan memberikan kontribusi yang positif kepada mahasiswa Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik khususnya program studi Ilmu Komunikasi mengenai dunia Jurnalistik.
2. Secara teoritis, penelitian ini bermanfaat untuk menguji pengalaman teoritis penulis selama mengikuti studi di Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik program studi Ilmu Komunikasi.
3. Secara praktis, penelitian ini diharapkan mampu memberikan sumbangan pemikiran terhadap pihak – pihak yang berkepentingan.

1.5 Definisi Konsep

1.5.1 Kovergensi media

1. Di tahun 2006, Henry Jenkins mendefinisikan konvergensi media sebagai aliran konten di beberapa platform media, kerjasama industri dengan media dan kegiatan migrasi media. Fenomena ini terjadi akibat kemunculan teknologi digital dan media baru. Kedua hal ini memungkinkan masyarakat untuk mendapatkan informasi di beberapa platform sekaligus.

2. Seorang ahli bernama Flow merumuskan teori tentang konvergensi media. Menurutnya, konvergensi media terdiri dari tiga poin penting, yang terdiri dari computing & information technology, communication network, dan digital content. Teori ini menerangkan bahwa konvergensi media sangat berkaitan erat dengan perubahan industri, dimana industri menjadi lebih dinamis dan bergantung pada teknologi.
3. Istilah konvergensi mulai banyak digunakan sejak tahun 1990-an. Kata ini umum dipakai dalam perkembangan teknologi digital, integrasi teks, angka, gambar, video, dan suara (Briggs dan Burke, 2000: 326).
4. Menurut Burnett dan Marhsall, konvergensi media merupakan penggabungan media, industri telekomunikasi dan segala bentuk media komunikasi ke dalam bentuk digital. Mereka menyebutkan bahwa konvergensi media erat kaitannya dengan proses digitalisasi.
5. Menurut ahli Grand dan Wilkinson berpendapat bahwa konvergensi media memiliki pengaruh yang besar dari dua jenis teknologi yakni teknologi digital dan jaringan komputer.

1.5.2 Program Pojok Kampung

1. Menurut Sunarto, program adalah sebuah paket instruksi dalam berbagai bentuk misalnya skema, kode dan bahasa. Kegunaannya adalah untuk menjalankan fungsi tertentu pada komputer.
2. Makna yang hampir sama juga dikemukakan oleh Sugiyono. Menurutnya, program merupakan rangkaian yang memuat instruksi berupa bahasa yang

dapat dibaca oleh komputer. Penyusunan program tersebut dilakukan secara sistematis dan logis.

3. Berdasarkan pandangan Sindhunata, pengertian program adalah pernyataan yang disusun secara berurutan dan memiliki kesamaan. Lebih lengkapnya lagi, pernyataan tersebut berfungsi sebagai pedoman agar komputer dapat bekerja sesuai perintah.
4. Pengertian yang lebih ringkas datang dari Saifuddin Anshari. Beliau berpendapat bahwa program adalah daftar yang dibuat secara terperinci tentang apa yang harus dilakukan.
5. Program menurut Binton adalah kumpulan perintah berurutan yang menggunakan bahasa komputer sehingga mudah diterjemahkan. Perintah tersebut dapat berupa hasil ciptaan seorang programmer ataupun bagian dari perangkat lunak.

1.5.3 Youtube

1. Menurut Sianipar (2013), Youtube merupakan database Video yang paling populer di dunia internet, dan merupakan situs video yang menyediakan berbagai informasi berupa gambar bergerak dan bisa diandalkan. Situs ini memang disediakan bagi mereka yang ingin melakukan pencarian informasi video dan menontonnya langsung.
2. YouTube merupakan situs video yang menyediakan berbagai informasi berupa „gambar bergerak“ dan bisa diandalkan. Situs ini memang disediakan bagi mereka yang ingin melakukan pencarian informasi video dan

menontonnya langsung. Kita juga bisa berpartisipasi mengunggah video ke server YouTube dan membaginya ke seluruh dunia (Baskoro, 2009:58).

3. Youtube adalah video online dan yang utama dari kegunaan situs ini ialah sebagai media untuk mencari, melihat dan berbagi video yang asli ke dan Dari segala penjuru dunia melalui suatu web (Budiargo, 2015; 47).

1.6 Metode Penelitian

1.6.1 Jenis Penelitian

Penelitian ini menggunakan pendekatan deskriptif kualitatif.

Penelitian kualitatif adalah penelitian yang bermaksud untuk memahami fenomena tentang apa yang dialami oleh subjek penelitian misalnya perilaku, persepsi, motivasi, tindakan, dll secara holistic, dan dengan cara deskripsi dalam bentuk kata-kata dan bahasa, pada suatu konteks khusus yang alamiah dan dengan memanfaatkan berbagai metode alamiah (Moleong (2005:6), .

Tujuan penelitian kualitatif adalah untuk memahami obyek yang diteliti secara mendalam. proses penelitian kualitatif seperti mengajukan pertanyaan, mengumpulkan data data dari partisipan kemudian menafsirkan makna data.

Penelitian kualitatif ini diambil karena masalah yang diteliti unik dan tergolong baru yang menyangkut keberlanjutan media *Televisi JTV*. Penelitian ini menghendaki adanya penyingkapan. Artinya penelitian ini menghendaki adanya penggalian yang mendalam mengenai kebijakan

konvergensi media *online* di *Televisi JTV*. Penggunaan pendekatan kualitatif dilakukan karena lebih leluasa menemukan keunikan-keunikan fenomena yang berkembang mengingat subyek ditempatkan sebagai pelaku kreatif dan dinamis.

1.6.2 Lokasi Penelitian

Lokasi Penelitian ini dilakukan di Kantor pusat, Gedung JTV, Kompleks Graha Pena, Jl. Ahmad Yani 88 Surabaya, Jawa Timur.

1.6.3 Subyek Penelitian

Subyek Penelitian dalam penelitian di sini yaitu *produser JTV*.

1.6.4 Teknik Pengumpulan Data.

Penelitian menggunakan beberapa teknik pengumpulan data kualitatif, diantaranya yaitu :

A. Wawancara Mendalam (*DepthInterviews*)

Metode wawancara mendalam adalah metode riset di mana periset melakukan kegiatan wawancara tatap muka secara mendalam dan terus menerus untuk menggali informasi dari responden . karena itu, responden juga disebut informan. Metode ini memungkinkan periset untuk mendapatkan alasan detail dari

jawaban informan yang antara lain mencakup opininya, motivasinya, dan pengalamannya. (Sutopo 2006:72)

Dalam wawancara penelitian ini yang menjadi narasumber adalah Sagita Anggarini kepala Koordinator Sosial Media televisi JTV.

B. Observasi

Observasi ialah metode atau cara-cara menganalisis dan mengadakan pencatatan secara sistematis mengenai tingkah laku dengan melihat atau mengamati individu atau kelompok secara langsung. Metode ini untuk mengetahui sesuatu yang sedang terjadi atau yang sedang dilakukan dengan pengamatan secara langsung agar peneliti mendapatkan gambaran yang lebih luas terhadap permasalahan yang diteliti. (Devi, 2020)

1.6.5 Teknik Analisa Data

Teknik analisis data adalah proses mengatur urutan data, mengorganisasikan ke dalam suatu pola, kategori, dan satuan uraian dasar (Lexy J. Moleong 2002:103)

a. Reduksi Data

Dengan membuat catatan atau ringkasan data yang diperoleh dari laporan. Proses ini berlangsung terus sepanjang pelaksanaan penelitian.

b. Sajian Data

Merupakan rakitan kalimat yang disusun secara logis dan sistematis sehingga mudah untuk dipahami. Sajian data ini mengacu pada rumusan masalah yang telah dirumuskan sebagai penelitian , sehingga narasi yang tersaji merupakan deskripsi mengenai kondisi yang rinci untuk menceritakan dan menjawab permasalahan yang ada.

c. Penarikan Kesimpulan

Simpulan perlu diverifikasi agar cukup mantap dan benar bisa dipertanggung jawabkan. Oleh karena itu, perlu dilakukan aktifitas pengulangan untuk tujuan pematapan , penelusuran data kembali dengan cepat. Dengan demikian makna data pada simpulan harus diuji validitasnya agar mendapatkan simpulan penelitian yang valid dan dapat dipertanggung jawabkan (Nasir, M. 1988)

BAB II

KAJIAN PUSTAKA

2.1 Penelitian Terdahulu

Dalam penelitian kali ini, peneliti menemukan penelitian terdahulu yang memiliki pendekatan Judul dan fokus penelitian.

Tabel 2.1 Penelitian Sejenis

No	Judul Penelitian	Peneliti	Hasil penelitian, Perbedaan dan Penelitian saat ini
1.	Konvergensi media dan mediamorfosis: strategi digitalisasi majalah moeslim choice dalam proses transformasi basis kerja.	Alfia Koiri Asyir (2019)	Peneliti ini menunjukkan moeslim choice melakukan mediamorfosis dengan memperluas platform dari media cetak ke digital. Pada penelitian ini terfokus pada ruang redaksi, moeslim choice dominan menggunakan model konvergensi newsgathering, yang mana kemampuan multitasking seorang jurnalis sangat diutamakan.
2.	Konvergensi media terhadap kinerja jurnalis (study kasus: fajar TV dan fajar FM)	Dian Muhtadiah Hamna (2018)	Hasil penelitian ini lebih mengarah ke seorang jurnalis yang dituntut untuk meningkatkan skill dan memenuhi kebutuhan sumber daya manusia platform media, seorang jurnalis juga harus bisa bekerja ganda untuk memenuhi kebutuhan perusahaan media.

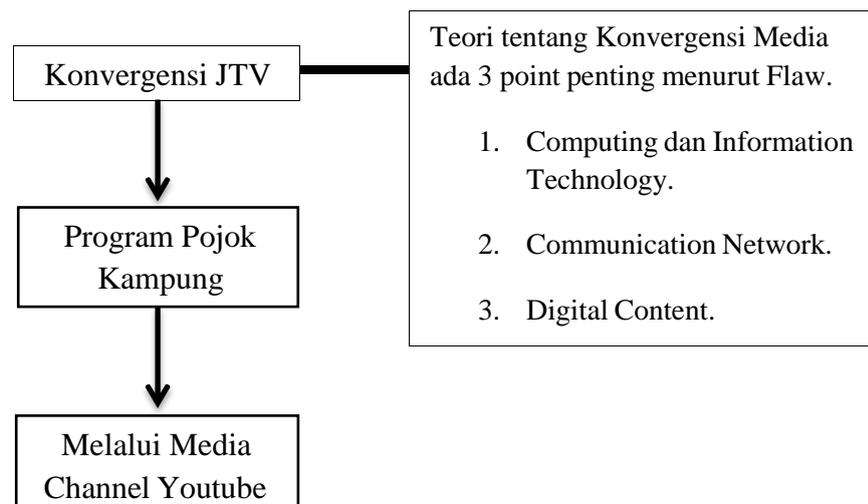
3.	Konvergensi media industri televisi Indonesia pada program acara idol X.	Miftahul Adhib (2020)	Peneliti ini lebih berfokus untuk mempromosikan acara idol X ke media sosial instagram, facebook, dan twitter untuk memberitahu beragam informasi terkait Indonesia Idol.
4.	Strategi konvergensi radio Songgolangit FM ditengah persaingan industri penyiaran di ponorogo	Imasnyti Ciptanti Devi (2020)	Berdasarkan analisis peneliti bahwa strategi konvergensi radio Songgolangit FM menggunakan 3M yaitu Multimedia, Multichannel, dan Multiplatform, yang dimana informasi yang tersajikan dalam berbagai format mulai dari foto, video, text, dan audio.
5.	Penerapan konvergensi dalam upaya mempertahankan pembaca pada media Tribun Jambi.	Miftahurrahma (2019)	Dalam penelitian ini lebih berfokus tentang strategi media cetak yang menggunakan strategi pemasaran dan membuat liputan-liputan indept, reporting, dan eksklusif. Dalam penelitian ini menerapkan konvergensi dengan cara menggabungkan antara media cetak dan online.

1.2. Kerangka Konseptual

Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan teori konvergensi media menurut Flaw. Menurut Flaw teori Konvergensi media terdiri dari tiga poin penting yaitu *Computing dan Information Technology*, *Communication Network*, dan *Digital Content*. Teori ini menerangkan bahwa konvergensi media sangat berkaitan erat dengan perubahan industry, yang dimana suatu industri menjadi lebih dinamis dan bergantung pada teknologi.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui konvergensi JTV pada Program Pojok Kampung Melalui Channel Youtube JTV Rek.

Table 2.2 Kerangka konseptual



2.4 Konvergensi media

Seiring perkembangan teknologi, yang membuat banyaknya produk yang mempermudah aktivitas manusia khususnya sarana dan prasarana mendapatkan informasi. Jaman dahulu akses informasi terbatas oleh ruang dan waktu, serta keadaan ekonomi, sedangkan sekarang adanya teknologi yang mampu mempermudah manusia untuk mengetahui informasi dan bertukar informasi secara cepat. Jika dulu untuk mendapatkan informasi hanya melalui media cetak dan elektronik, media cetak seperti surat kabar, Koran, majalah dan sebagainya, sedangkan media elektronik seperti radio dan televisi. Bahkan untuk bertukar kabar pun harus melalui waktu yang cukup lama.

Kini di jaman modern, perkembangan teknologi internet digitalisasi yang mampu mempermudah dalam memberikan informasi dan bertukar informasi secara cepat dan mudah. Kini adanya sebuah media baru *new media* perkembangan teknologi yang berkembang disertai adanya internet semakin mempermudah manusia untuk mendapatkan informasi melalui *gadget*.

Masyarakat di jaman modern ini lebih sering menggunakan gadget yang lebih mampu mengakses informasi dan saling berbagi informasi secara cepat dan mudah. Selain itu salah satu dari kemajuan teknologi internet digitalisasi adalah adanya konvergensi media. Konvergensi media memungkinkan bagi mereka yang bekerja pada media untuk bisa

memberikan suatu informasi yang cepat dengan melalui berbagai platform media massa.

Hal ini tidak terlepas dari bagaimana masyarakat mendapatkan informasi, jika dulu televisi yang mampu memberikan suatu sumber informasi yang banyak disukai oleh masyarakat, kini kenyataannya harus mampu bersaing dengan media internet, hal ini mengakibatkan teknologi bisnis bagi sebagian besar untuk melakukan konvergensi atau malah semakin terancam dengan adanya teknologi baru.

Perkembangan teknologi komunikasi dan informasi di era *new media*, telah mempengaruhi dunia penyiaran Indonesia dan memunculkan fenomena baru yakni konvergensi. Konvergensi sendiri bisa dikatakan bergabungnya media telekomunikasi tradisional dengan internet sekaligus. 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. hal ini menjadikan sebuah fenomena dimana teknologi computer dan internet yang bersifat interaktif memblau dengan teknologi media komunikasi konvensional yang bersifat masif.

Secara umum, konvergensi media didefinisikan sebagai penggabungan media massa dengan teknologi digital yang berkembang saat ini. Berbagai jenis media, seperti majalah, koran, radio, televisi

digabungkan menjadi satu platform yang sama. Konvergensi media sendiri timbul seiring dengan berkembangnya teknologi, khususnya peralihan teknologi analog ke digital. Internet dengan berbagai macam platformnya telah menjadi gaya hidup baru bagi masyarakat. Konvergensi media mampu menggabungkan ketiga unsur „C“ yang terdiri dari computing, communication dan content.

Seiring berkembangnya pola komunikasi masa, banyak studi yang telah dilakukan untuk menangkap fenomena ini, khususnya mengenai konvergensi media. Definisi dan penjelasan konvergensi media telah diberikan dalam oleh para ahli. Sebelumnya para ahli telah mengemukakan efek dari media masa. Berikut beberapa pendapat ahli terkenal mengenai konvergensi media

Seorang ahli bernama Flow merumuskan teori tentang konvergensi media. Menurutnya, konvergensi media terdiri dari tiga poin penting, yang terdiri dari computing & information technology, communication network, dan digital content. Teori ini menerangkan bahwa konvergensi media sangat berkaitan erat dengan perubahan industri, dimana industri menjadi lebih dinamis dan bergantung pada teknologi. Perubahan ini dapat berupa perubahan media informasi, perubahan cara melakukan komunikasi, perubahan media cetak dan perubahan penggunaan media digital.

Pelaku pasar akan memandang konvergensi media sebagai peluang untuk mengembangkan produk mereka. Perusahaan di bidang hiburan

sebagai contoh akan mencoba mengintegrasikan berbagai macam konten dalam produk maupun jasanya. Sebuah perusahaan pertelevisian, misalnya, bisa saja mengembangkan produk lain seperti radio, portal website, video games dan lainnya. Konvergensi media dan konvergensi teknologi mampu mengubah gaya hidup seseorang yang nantinya mengubah cara berpikir para pelaku industri.

2.5 Program Televisi Pojok Kampung JTV

Program Pojok Kampung adalah andalan televisi dalam memenuhi kebutuhan informasi masyarakat luas adalah program berita (*News*). Program informasi (*News*) di televisi memberikan banyak informasi untuk memenuhi rasa ingin tahu penonton terhadap suatu hal. Program informasi adalah segala jenis siaran yang tujuannya untuk memberikan tambahan pengetahuan (informasi) kepada khalayak. Daya tarik program ini adalah informasi, dan informasi itulah yang “dijual” kepada masyarakat. Dengan demikian, program informasi tidak hanya program berita saja, dimana presenter atau penyiar membacakan berita, tetapi segala bentuk penyajian informasi termasuk *talkshow* (perbincangan).

Pojok Kampung adalah program berita yang menjadi salah satu program unggulan JTV, dengan ciri khas penggunaan bahasa *Suroboyoan* dalam menyampaikan pesan dan informasi kepada pemirsanya khususnya masyarakat di Jawa Timur. Penggunaan bahasa *Suroboyoan* dalam

sebuah program berita menjadi hal yang menarik bagi masyarakat. Hal ini sesuai dengan pendapat salah satu produser program berita di JTV, bahwa bahasa *Suroboyoan* merupakan bahasa yang unik dan menjadi salah satu hal yang menarik bagi pemirsa ketika digunakan dalam program televisi. Tujuan JTV Surabaya membuat program berita Pojok Kampung selain memberikan informasi kepada masyarakat, juga untuk melestarikan budaya Jawa Timur yaitu penggunaan bahasa *Suroboyoan* yang sudah mulai dilupakan dan jarang diperkenalkan. Program acara ini tayang tiap hari selama satu jam dari pukul 21.00 hingga 22.00 WIB dan berisi pemberitaan mengenai kejadian-kejadian yang terjadi di wilayah Jawa Timur.

Program merupakan suatu istilah yang berasal dari bahasa Inggris yang artinya yaitu Programme atau yang biasa disebut dengan kata program yang memiliki sebuah arti acara atau suatu rencana. Kata Program sendiri di Indonesia tidak digunakan sebagai suatu arti acara, namun mengacu pada undang-undang penyiaran di Indonesia kata Program sendiri memiliki arti sebagai “siaran” yang memiliki arti pesan sebagai rangkaian pesan yang disajikan dalam berbagai bentuk.

Maka dari itu program memiliki pengertian tentang segala hal yang akan ditampilkan pada suatu stasiun penyiaran sebagaimana untuk memenuhi kebutuhan audience. Factor yang membuat suatu audience atau

khalayak tertarik untuk mengikuti tayangan siaran dari stasiun televisi atau radio yaitu berasal dari suatu penyajian acara atau program.

Karakteristik yang dimiliki oleh suatu program acara televisi pasti memiliki pertimbangan tentang suatu program acaranya, televisi pasti akan selalu mempertimbangkan suatu program acaranya agar dapat diminati oleh banyak khalayak. 4 karakteristik suatu program televisi yaitu :

1. *Product*, yang dimana memiliki suatu arti tentang materi program yang dipilih harus bagus dan digemari oleh banyak khalayak.
2. *Price*, artinya untuk biaya yang dikeluarkan pada saat produksi atau membeli program sekaligus menentukan biaya tariff pada pemasang iklan yang berminat memasang iklannya kepada program yang bersangkutan.
3. *Place*, artinya pemilihan waktu penayangan adalah salah satu kunci bagi suatu program untuk mencapai suatu keberhasilan dalam mencari khalayak dan iklan.
4. *Promotion*, artinya memperkenalkan dan menawarkan suatu program acara untuk dapat memiliki suatu iklan atau sponsor.

Stasiun televisi selalu menyajikan beberapa jenis program dengan jumlah yang hampir sangat banyak dan jenisnya pun memiliki berbagai jenis yang beragam. Pada intinya apapun yang disajikan suatu program yang ditayangkan ke televisi selama tayangan tersebut tidak melanggar Undang-undang maka program tersebut di perbolehkan tayang.

Dari berbagai macam program yang disajikan stasiun penyiaran jenis-jenis program terbagi menjadi dua bagian yaitu :

1. Program informasi, adalah segala jenis siaran yang bertujuan untuk memberitahuakan tambahan pengetahuan (informasi) kepada khalayak audience.

A. Berita keras (*Hard News*), adalah segala bentuk informasi yang penting dan menarik yang harus segera disiarkan oleh media penyiaran karena sifatnya yang harus segera ditayangkan agar dapat diketahui oleh khalayak audience secepatnya.

1. *Straight News*, suatu berita singkat (tidak detail) yang hanya menyajikan informasi terpenting saja terhadap suatu peristiwa yang diberitakan
2. *Feature*, adalah berita yang menampilkan berita-berita ringan namun menarik.
3. *Infotainment*, adalah berita yang menyajiakan informasi mengenai kehidupan orang-orang yang dikenal masyarakat (*celebrity*).

B. Berita lunak (*Soft News*), adalah informasi yang penting dan menarik yang disampaikan secara mendalam (*indepth*) namun tidak bersifat harus segera ditayangkan.

1. *Current Affair*, adalah program yang menyajikan informasi yang terkait dengan suatu berita penting yang muncul sebelumnya namun dibuat secara lengkap dan mendalam.
 2. *Magazine*, adalah program yang menampilkan informasi ringan dan mendalam. Magazine menekankan pada aspek menarik suatu informasi ketimbang aspek pentingnya.
 3. *Dokumenter*, adalah program informasi yang bertujuan untuk pembelajaran dan pendidikan namun disajikan dengan menarik.
 4. *Talk Show*, adalah yang menampilkan satu beberapa orang untuk membahas suatu topik tertentu yang dipandu oleh seorang pembawa acara.
2. Program Hiburan, adalah segala bentuk siaran yang bertujuan untuk menghibur audience dalam bentuk musik, lagu, cerita, dan permainan. Program yang termasuk dalam kategori hiburan adalah drama, musik, dan permainan (game).
- A. Drama , adalah pertunjukan (show) yang menyajikan cerita mengenai kehidupan atau karakter seseorang atau beberapa orang (tokoh) yang diperankan oleh pemain (artis) yang melibatkan konflik dan emosi.
1. Sinetron merupakan drama yang menyajika cerita dari berbagai tokoh secara bersamaan. Masing-masing tokoh memiliki alur cerita

mereka sendiri-sendiri tanpa harus dirangkum menjadi suatu kesimpulan.

2. Film, televisi menjadi media paling akhir yang dapat manayangkan film sebagai salah satu programnya karena pada awalnya tujuan dibuatnya film untuk layar lebar. Kemudian film itu sendiri didistribusikan menjadi VCD atau DVD setelah itu film baru dapat ditayangkan di televisi.

B. Permainan atau gameshow, adalah suatu bentuk program yang melibatkan sejumlah orang baik secara individu atau kelompok yang saling bersaing untuk mendapatkan sesuatu.

C. Musik, Program ini merupakan pertunjukan yang menampilkan kemampuan seseorang atau beberapa orang pada suatu lokasi baik di studio ataupun di luar studio. Program musik di televisi sangat ditentukan artis menarik audience. Tidak saja dari kualitas suara namun juga berdasarkan bagaimana mengemas penampilannya agar menjadi lebih menarik.

D. Pertunjukan, merupakan program yang menampilkan kemampuan seseorang atau beberapa orang pada suatu lokasi baik di studio ataupun di luar studio.

2.6 Media Channel Youtube

Media Sosial youtube adalah sebuah media online, yang para penggunanya bisa dengan mudah berpartisipasi, berbagi, dan menciptakan

suatu karya. Youtube adalah salah satu media sosial dengan situs web yang menyediakan berbagai macam video mulai dari video clip sampai film, serta video yang dibuat oleh akun yang menggunakan youtube itu sendiri.

Semua orang bisa menikmati media sosial youtube dengan cara melihat melihat video atau gambar yang bergerak. Bahkan media sosial youtube ini bisa dinikmati dengan sangat mudah dengan melalui aplikasi youtube yang telah kita install, youtube sendiri juga bisa dinikmati di ponsel seluler.

Media channel Youtube ini sangat populer, dimana sekarang banyak orang yang menggunakan Youtube sebagai sarana untuk berkarya terutama untuk anak muda. Bahkan Media Youtube juga dapat menghasilkan uang. Youtube juga juga bisa menyimpan file suatu video. Dan banyak sekali orang-orang yang terkenal karena membuat suatu karya melalui media sosial Youtube ini.

Rata-rata anak muda yang menggunakan Youtube dan menghasilkan karya yang dapat di terima oleh masyarakat maka anak tersebut dapat terkenal, bahkan di jaman sekarang banyak artis yang membuat akun Youtube sebagai sarana berkarya dan juga sebagai tempat pekerjaan, karna Youtube sendiri dapat membuat orang biasa menjadi orang yang terkenal dan tidak dipungut biasaya untuk membuat suatu akun Youtube

BAB III

GAMBARAN UMUM OBYEK PENELITIAN

Dalam penyusunan skripsi, penulis melakukan penelitian dengan mengambil obyek penelitian pada media televisi JTV yang berlokasi di Kompleks Graha Pena Jl. Ahmad Yani 88 Surabaya. Adapun penelitian ini dilakukan untuk mengetahui bagaimana cara konvergensi media JTV bisa bertahan ataupun bersaing di era modern saat ini.

3.1 Konvergensi Media

Seiring perkembangan teknologi, yang membuat banyaknya produk yang mempermudah aktivitas manusia khususnya sarana dan prasarana mendapatkan informasi. Jaman dahulu akses informasi terbatas oleh ruang dan waktu, serta keadaan ekonomi, sedangkan sekarang adanya teknologi yang mampu mempermudah manusia untuk mengetahui informasi dan bertukar informasi secara cepat. Jika dulu untuk mendapatkan informasi hanya melalui media cetak dan elektronik, media cetak seperti surat kabar, Koran, majalah dan sebagainya, sedangkan media elektronik seperti radio dan televisi. Bahkan untuk bertukar kabar pun harus melalui waktu yang cukup lama.

Kini di jaman modern, perkembangan teknologi internet digitalisasi yang mampu mempermudah dalam memberikan informasi dan bertukar

informasi secara cepat dan mudah. Kini adanya sebuah media baru *new media* perkembangan teknologi yang berkembang disertai adanya internet semakin mempermudah manusia untuk mendapatkan informasi melalui *gadget*.

Masyarakat di jaman modern ini lebih sering menggunakan *gadget* yang lebih mampu mengakses informasi dan saling berbagi informasi secara cepat dan mudah. Selain itu salah satu dari kemajuan teknologi internet digitalisasi adalah adanya konvergensi media. Konvergensi media memungkinkan bagi mereka yang bekerja pada media untuk bisa memberikan suatu informasi yang cepat dengan melalui berbagai platform media massa.

Hal ini tidak terlepas dari bagaimana masyarakat mendapatkan informasi, jika dulu televisi yang mampu memberikan suatu sumber informasi yang banyak disukai oleh masyarakat, kini kenyataannya harus mampu bersaing dengan media internet, hal ini mengakibatkan teknologi bisnis bagi sebagian besar untuk melakukan konvergensi atau malah semakin terancam dengan adanya teknologi baru.

Perkembangan teknologi komunikasi dan informasi di era *new media*, telah mempengaruhi dunia penyiaran Indonesia dan memunculkan fenomena baru yakni konvergensi. Konvergensi sendiri bisa dikatakan bergabungnya media telekomunikasi tradisional dengan internet sekaligus. 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. Hal ini menjadikan sebuah fenomena dimana teknologi computer dan internet yang bersifat interaktif memblusur dengan teknologi media komunikasi konvensional yang bersifat masif.

Perkembangan teknologi saat ini telah membawa kita kedalam suatu era, yaitu era konvergensi. Konvergensi media tidak hanya pergeseran teknologi atau proses teknologi, namun juga termasuk pergeseran dalam paradigma industri, budaya, dan social yang mendorong konsumen untuk mencari informasi baru (Jenkins, 2006). Konvergensi media terjadi dengan melihat bagaimana individu berinteraksi dengan orang lain pada tingkat social dan menggunakan platform media untuk menciptakan pengalaman baru, bentuk-bentuk baru media dan konten yang menghubungkan manusia secara social, dan tidak hanya kepada konsumen lain, tetapi untuk para produsen perusahaan media.

Gerakan konvergensi media tumbuh secara khusus dari munculnya internet dan digitalisasi informasi. Konvergensi media ini menyatukan 3C yaitu *computing* (memasukkan data melalui computer), *communication* (komunikasi), dan *content* (materi isi/konten). Teori konvergensi yang diteliti oleh Henry Jenkins pada tahun 2006, menyatakan bahwa

konvergensi media merupakan proses yang terjadi sesuai dengan perkembangan budaya masyarakat (Jenkins, 2006).

Jenkins (2006) mengatakan bahwa konvergensi media merupakan proses yang terjadi sesuai dengan perkembangan yang ada dimasyarakat, khususnya yang berkaitan dengan teknologi komunikasi dan informasi telah membawa masyarakat ke tengah-tengah wilayah baru media komunikasi yang memungkinkan akses yang sangat terbuka terhadap informasi. Internet dan teknologi digital yang memungkinkan masyarakat untuk berada didalam sebuah jalur informasi yang tidak terbatas.

3.2 Sejarah Perusahaan Televisi JTV

Suatu Perusahaan PT. Jawa Pos Media Televisi yang sangat terkenal dikalangan masyarakat jawa timur khususnya Surabaya dengan penyebutan JTV merupakan salah satu perusahaan televisi swasta yang terbesar di Indonesia yang berpusat di kota Surabaya. bahkan untuk daya penjangkauan satelit JTV ini sendiri dapat menjangkau seluruh Provinsi Jawa Timur bahkan sampai ke Kalimantan, Untuk khususnya program Televisi JTV yang berpusat di Surabaya ini juga dapat diterima oleh masyarakat seluruh Indonesia dan beberapa negara tetangga dengan menggunakan jaringan parabola atau layanan televisi berlangganan. perusahaan televise JTV ini adalah anak perusahaan dari PT Jawa Pos

Grup serta salah satu Televisi yang mempunyai jaringan anggota JPMC (*Jawa Pos Multimedia Corporation*).

Perusahaan Televisi JTV ini muncul dari adanya beberapa kesedihan terhadap kebragamaan budaya khususnya Jawa Timur. Padahal sebegitu besarnya kehebatan suatu budaya yang ada di Jawa Timur, tapi Cuma sedikit yang biasanya diangkat oleh media massa. Pada saat awal berdirinya perusahaan televisi JTV ini mempunyai beberapa cerita yang sangat panjang. Dahlan Iskan selaku pendiri perusahaan Televisi JTV setelah mendaftarkan surat izin siar pada tahun 1999, surat yang Dahlan Iskan ajukan tersebut tidak mendapatkan izin, dikarenakan pada saat itu perizinan siar televisi sangat terbatas kepada lima stasiun televisi baru. Pada waktu itu, surat izin siar perusahaan televisi JTV bertepatan dengan Global TV, Metro TV, Trans TV, Lativi dan Trans 7. Selain itu terdapat beberapa ketentuan. bahwa pada kala itu stasiun televisi diwajibkan harus berdiri di ibu kota. Tak hanya sampai disitu saja, Perjuangan Dahlan Iskan masih terus berlanjut hingga tahun 2001. Pendiri perusahaan televisi JTV (Dahlan Iskan) kembali ke ibu kota untuk mengurus surat perizinan berdirinya TV lokal. Untuk dapat mengurus surat izin siar tidak semudah yang dibayangkan, hampir beberapa kali surat izin siar telah diajukan kepada kominfo namun belum juga diproses.

Melihat keadaan yang dialami pada saat itu, Gubernur pada masa itupun menjadi sangat marah. Dengan semangat juang yang membara yang

dimiliki JTV. Sesuai dengan peraturan UU otonomi daerah yang mendukung keberadaan suatu TV local. saat bulan Desember pada tahun 2002 terbitlah peraturan UU no 32 tahun 2002 tentang penyiaran televisi. Pada saat tahun itu sudah tidak ada lagi konflik antara Televisi nasional dengan Televisi lokal, semuanya digabungkan menjadi satu dengan nama lembaga penyiaran swasta.

JTV pertama kali tayang tanggal 8 November 2001, yang mana segmen yang ditayangkan pada saat itu adalah program news dengan jumlah waktu siaran 8 jam per hari, mulai pukul 16.00-24.00. setelah enam tahun berjalan, perusahaan televisi JTV telah mengalami beberapa perubahan yang sangat signifikan, mulai dari bertambahnya karyawan, lalu bertambahnya beberapa program tayangan, dan bertambahnya jam siaran yang kini telah mencapai 22 jam per hari dengan produksi JTV sendiri sekitar 95%.

Ketika JTV awal berdiri, JTV hanya memiliki karyawan sekitar 50 orang saja, semua karyawan itu memiliki latar belakang jurnalistik dan broadcast. Sejak 2 tahun berjalan, ada beberapa kendala yang harus dihadapi oleh perusahaan JTV. Mulai dari surat perizinan yang sampai saat ini belum juga turun, bahkan JTV juga masih kalah dengan daya asing iklan terhadap TV nasional, dengan beberapa kendala tersebut membuat perusahaan JTV menjadi stasiun TV yang pada waktu itu berdiri sendiri secara mandiri. untuk hasil iklan yang masuk pun terbilang pas-pasan atau

sedikit, namun pada waktu itu JTV tidak pernah mengalami masalah secara financial dan oprasional.

Pada waktu itu perusahaan televisi JTV memiliki motto Seratus Persen Jawa Timur, yang menjunjung tinggi semangat budaya Jawa Timur. Untuk bahasanya sendiri menggunakan bahasa khas Suroboyoan, bahasa khas Madura dan juga bahasa Indonesia. Untuk bahasa daerah yang dipergunakan hanya memiliki waktu durasi 30 menit siaran menggunakan bahasa khas daerah setempat. Contohnya seperti tayangan segmen yang menggunakan bahasa khas daerah adalah Film berbahasa Suroboyoan. Suatu tayangan film translate Suroboyoan yang dimiliki oleh perusahaan televisi JTV sempat mendapatkan rating tertinggi. Walaupun translate Suroboyoan sempat juga di protes oleh beberapa kalangan masyarakat, karena ada beberapa kosa kata yang dianggap oleh masyarakat terlalu kasar di telinga.

Dilihat dari banyaknya audience yang setiap tahunnya semakin bertambah. JTV mulai melakukan peremajaan Pada tanggal 10 Juli 2012 dengan terbitnya logo JTV yang mempunyai makna sebagai kebanggaan jatim, apresiasi jatim, spirit jatim, komunikasi jatim, ekspresi jatim, dan kreativitas jatim. "TV lokal terdepan milik semua masyarakat Jawa Timur" di sini JTV menjelaskan bahwa posisi JTV sebagai ruang budaya untuk masyarakat Jawa Timur.

3.2.1 Logo JTV

Gambar 3.1 Logo JTV 2001 - 2012



Sudah sejak 20 tahun berdirinya JTV, hanya satu kali saja PT. Jawapos Media Televisi mengganti logo perusahaan. Logo perusahaan JTV pertama kali (2001-2012) pada 10 Juli 2012 JTV telah meluncurkan Logo JTV sebagai kebanggaan Jatim, spirit Jatim, komunikasi Jatim, ekspresi Jatim, dan kreativitas Jatim. “Tv lokal terdepan milik semua masyarakat Jawa Timur”.

Gambar 3.2 Logo baru JTV 2012 – Sekarang



Logo baru JTV ini memiliki filosifo sebagai berikut:

- A. Dari 3 urutan kosa kata JTV, Huruf J mempunyai banyak Arti yaitu:

Pertama, dapat diartikan sebagai Jawa Timur. Karena televisi JTV ini di dedikasikan untuk masyarakat Jawa Timur.

Kedua, dapat diartikan juga sebagai *Jian....* Kata termasuk salah satu kata yang biasa diucapkan oleh arek Surabaya untuk

mengumpat, jika ada sesuatu yang harus diumpat. Kata tersebut sebenarnya itu bukan digunakan sebagai suatu umpatan, melainkan sapaan kata yang dapat mempererat tali persaudaraan.

Ketiga, seperti yang telah kita ketahui bahwa JTV itu berada di bawah Jawa Pos Grup. Sehingga dapat diartikan sebagai jawa pos media.

- B.** Tentang Peta Jawa Timur yang melambangkan kebanggaan Jatim. Apresiasi Jatim. Spirit Jatim. Komunikasi Jatim. Ekspresi Jatim dan Kreativitas Jatim. untuk sebagai janji eksistensi JTV kepada masyarakatnya.
- C.** Wajah Semar yang melambangkan tokoh khas bikinan masyarakat Jawa yang terkenal mempunyai sifat egaliter, penasihat, lalu pengayom , dan juga sebagai penjaga keseimbangan masyarakat jawa. Hal tersebut sangat sejalan dengan tujuan JTV yang mengayomi dan menjaga kebudayaan masyarakat Jawa Timur.
- D.** Tulisan JTV dengan huruf abjad kecil namun tebal berwarna hitam. Itu sangat mengibaratkan bahwa sifat masyarakat Jawa Timur yang egaliter namun memiliki pandangan hidup yang sangat kuat dan tegas serta ekspresif dalam menyampaikan pikirannya. Huruf abjat (T) yang berbentuk panah ke atas dan 1 angka yang

menggambarkan semangat progresif JTV guna selalu menuju yang terbaik di bidangnya.

- E** Warna biru melambangkan bahwa JTV yang bekerja secara profesional dan terpercaya.

- F.** Warna orange melambangkan tentang ekspresi, kreativitas, dan dinamika JTV dalam menjalankan program-programmnya.

3.2.2 Visi dan Misi JTV

Visi JTV

1. Semangat bergairah dan atraktif mampu mewarnai tahun-tahun ke depan JTV. Sehingga tetap memberikan sajian televisi yang menarik, sensasional dan memiliki kekhasan kedaerahan
2. JTV hadir sebagai televisi yang warnanya menjadi pengaruh kuat pada keragaman Indonesia.

Misi JTV

1. Memberikan tayangan televisi berciri khas yang mampu beradaptasi dengan perkembangan informasi dan tantangan.

2. Menjaga warna JTV sebagai media massa yang bisa menjadi bagian dalam skala Indonesia.
3. Bersinergi secara proporsional televisi jaringan.

3.2.3 Motto JTV

Perusahaan JTV memiliki 3 point yang menjadi Motto perusahaan:

1. LOKAL, JTV percaya lokalitas merupakan aset berharga yang perlu diapresiasi, disampaikan dan dikembangkan. Ke-`lokal`an merupakan identitas yang unik masyarakat Jawa Timur yang dapat diekspresikan dalam program-program JTV.
2. NAKAL, kata nakal disini bukan dalam arti negatif. Namun Nakal yang mengandung positif mengandung pengertian kreatif, inovatif, semangat, muda, tidak membosankan, mengandung kebaruan, dan menyegarkan.
3. MASAL, JTV merupakan stasiun televisi yang diperuntukan bagi kemajuan masyarakat Jawa Timur pada khususnya dan masyarakat Indonesia pada umumnya. JTV memandang nilai kebersamaan dan kesetaraan masyarakat harus tertuang dalam program-program yang dihadirkan. Stasiun televisi ini merupakan anggota jaringan.

3.2.4 Alamat Dan Lokasi Tempat Penelitian

PT. JAWA POS MEDIA TELEVISI

Gedung JTV, Kompleks Graha Pena, Jl. Ahmad Yani 88 Surabaya

Phone : 031-8202170

Email : official@jtv.co.id

Webside : www.jtv.co.id

3.3 Program Pojok Kampung JTV

Program Pojok Kampung merupakan salah satu program berita dari JTV, dengan basis pemberitaannya menggunakan bahasa Jawa Timuran dialek Surabaya. Dengan menggunakan bahasa dialek Surabayan yang jarang digunakan di televisi-televisi lainnya, menjadikan Pojok Kampung sebagai program berita unggulan di JTV Surabaya maupun berita televisi lokal lainnya . Dengan mengangkat *magnitide* kedaerahan Pojok Kampung mampu memenuhi selera masyarakat dengan penyajian berita yang jarang ditemui di berita televisi-televisi lainnya.

Pada sejarah Pojok Kampung tahun 2003 tidak akan terlepas dari eksistensi JTV sebagai televisi lokal. JTV selalu tertantang sebagai televisi lokal yang tentunya berbeda dengan televisi nasional. Dari segi sumber daya juga terbilang sangat jauh dari televisi nasional yang terbilang sudah memiliki kemapanan dalam segi sumber daya. Seperti yang dikatakan oleh Nanang Purwono selaku Wakil Pimpinan Redaksi berita JTV Surabaya

bahwa dari hal itu maka salah satu untuk membedakan televisi JTV dengan televisi-televisi nasional lainnya yaitu JTV membuat terobosan, membuat sebuah berita yang disampaikan memakai bahasa lokal. Dianggap sebagai terobosan, karena waktu itu belum ada berita yang menggunakan bahasa lokal. Bahasa lokal yang dimaksud yaitu bahasa lokal Suroboyanan.

Memang harus diakui bahwa secara edukatif bahasa Surabaya ini bukan bahasa yang layak dipakai untuk pengantar. Di dalam keseharian bahasa Suroboyo ini dianggap sebagai bahasa yang tidak sopan, ketika menggunakan bahasa di konteks sekolahan, kantor dan juga menjadi bahasa nomer dua. Menurut Nanang Purwono, ketika tahun 1992 dia masih bekerja di TVRI, Cak Narto yang masih menjabat sebagai Walikota Surabaya bicara dengan pejabatnya dengan menggunakan bahasa Surabaya, akibatnya Walikota tersebut dianggap seperti tukang becak karena bahasa yang ia gunakan menggunakan bahasa dialek Surabaya. Padahal jika dilihat masyarakat Surabaya harus dengan bangga terhadap bahasanya sendiri, tetapi malah dianggap sebagai tukang becak maupun "*ludrukan*".

Dari kejadian tersebut, maka JTV sebagai televisi lokal menjadi salah satu televisi yang tertantang untuk membuat terobosan baru yang sifatnya lokal dan berbeda dengan yang lainnya baik dari televisi swasta lokal lainnya maupun televisi nasional. Dengan inisiatif tersebut

muncullah program yang menggunakan bahasa Surabaya. Dan harus diakui bahwa munculnya program tersebut menimbulkan kontroversi di berbagai pihak baik pro maupun kontra terhadap program tersebut. Bagi pihak yang kontra menyebutkan bahwa bahasa yang digunakan JTV yang dasarnya menggunakan bahasa Suroboyoan dianggap tidak sopan, sebagai bahasa nomor dua, tidak cocok digunakan di kalangan yang sifatnya resmi.

Malalui program JTV, program berita yang bernama Pojok Kampung JTV mendobrak itu yaitu dengan menggunakan bahasa Jawa Timuran dialek Surabaya. Dan selang kemunculannya satu atau dua hari bahkan dalam jangka beberapa minggu ke depan banyak yang protes terhadap tayangan Pojok Kampung, apalagi bagi kelompok Mataraman bahasa yang digunakan Pojok Kampung dinilai kasar. Kontroversi yang dialami JTV tidak hanya di kalangan masyarakat saja melainkan JTV juga sempat di panggil oleh KPID terkait dengan bahasa yang digunakan yang dinilai terlalu kasar. Tetapi JTV tetap mempertahankan program tersebut melalui topeng kedaerahannya, dan JTV Surabaya mampu meyakinkan pihak-pihak yang kontra terkait dengan bahasa yang digunakan.

Program Pojok Kampung adalah andalan televisi dalam memenuhi kebutuhan informasi masyarakat luas adalah program berita (*News*). Program informasi (*News*) di televisi memberikan banyak informasi untuk memenuhi rasa ingin tahu penonton terhadap suatu hal. Program informasi adalah segala jenis siaran yang tujuannya untuk memberikan tambahan

pengetahuan (informasi) kepada khalayak. Daya tarik program ini adalah informasi, dan informasi itulah yang “dijual” kepada masyarakat. Dengan demikian, program informasi tidak hanya program berita saja, dimana presenter atau penyiar membacakan berita, tetapi segala bentuk penyajian informasi termasuk *talkshow* (perbincangan).

Pojok Kampung adalah program berita yang menjadi salah satu program unggulan JTV, dengan ciri khas penggunaan bahasa *Suroboyoan* dalam menyampaikan pesan dan informasi kepada pemirsanya khususnya masyarakat di Jawa Timur. Penggunaan bahasa *Suroboyoan* dalam sebuah program berita menjadi hal yang menarik bagi masyarakat. Hal ini sesuai dengan pendapat salah satu produser program berita di JTV, bahwa bahasa *Suroboyoan* merupakan bahasa yang unik dan menjadi salah satu hal yang menarik bagi pemirsa ketika digunakan dalam program televisi. Tujuan JTV Surabaya membuat program berita Pojok Kampung selain memberikan informasi kepada masyarakat, juga untuk melestarikan budaya Jawa Timur yaitu penggunaan bahasa *Suroboyoan* yang sudah mulai dilupakan dan jarang diperkenalkan. Program acara ini tayang tiap hari selama satu jam dari pukul 21.00 hingga 22.00 WIB dan berisi pemberitaan mengenai kejadian-kejadian yang terjadi di wilayah Jawa Timur.

BAB IV

HASIL DAN PEMBAHASAN

4.1 Hasil Penelitian

Pada bab 4 ini penulis akan menguraikan hasil penelitian mengenai permasalahan yang sudah dirumuskan pada bab 1. Penelitian dilakukan pada JTV Rek.

Pada penelitian kali ini menggunakan metode kualitatif. Sesuai dengan metode tersebut, penulis memperoleh data pada saat wawancara dengan narasumber yang terlibat dalam Konvergensi Media Youtube pada televisi JTV. Dalam hal ini peneliti menganalisis berdasarkan teori Konvergensi Media menurut Flaw, dimana Konvergensi Media menurut Flaw terdiri dari 3 poin penting yaitu *Computing & Information Technology*, *Communications Network*, dan *Digital Content*. Sehingga peneliti melakukan observasi secara langsung guna untuk mencari keakuratan data. Berikut hasil penelitian yang diperoleh penulis.

4.1.1 Computing & Information Technology

Diera new media saat ini telah banyak mengalami kemajuan teknologi yang begitu pesat, dengan pesatnya teknologi di jaman new media saat ini membuat para pelaku perusahaan Televisi mengalami

penurunan. Jika suatu perusahaan Televisi di jaman new media tidak melakukan konvergensi media maka perusahaan Televisi akan selalu ketinggalan dalam segi teknologi dan tidak dapat bersaing. Untuk dapat bersaing di era new media, suatu perusahaan televisi harus melakukan konvergensi media.

Jika Sebuah media penyiaran televisi ingin melakukan konvergensi media di era new media saat ini harus bisa melakukan teori konvergensi dengan cara melakukan *Computing* (komputasi). *Computing* adalah aktivitas penggunaan dan pengembangan suatu teknologi computer, perangkat keras dan perangkat lunak computer. *Computing* ini sangatlah perlu dalam melakukan suatu konvergensi media.

Dalam melakukan konvergensi media, perusahaan Televisi JTV melakukan *Computing* dan *Information Technology* yaitu dengan menggunakan teknologi computer mealalui suatu system aplikasi yang berbasis software dan menggunakan jaringan internet untuk melakukan unggahan suatu video ke Youtube agar dapat dilihat oleh masyarakat. Perusahaan televisi JTV sendiri saat ini telah melakukan konvergensi media dengan melakukan *Computing* yaitu menggunakan teknologi computer agar dapat mengunggah dan menjalankan media sosial Youtube.

Televisi JTV dalam menggunakan teknologi komputer tidak hanya sebagai alat untuk mengunggah video ke youtube melainkan digunakan juga untuk melihat perkembangan youtube mereka dan juga dapat

menggunakan aplikasi media online lainnya untuk bersaing, dan mempromosikan televisi JTV di era new media.

Dengan demikian diketahui bahwa, perusahaan televisi JTV saat ini telah melakukan Computing dan Information Technology yaitu dengan menggunakan dan mengembangkan teknologi computer yang disambungkan dengan jaringan internet agar dapat mengunggah video ke media online Youtube yang bertujuan untuk menyampaikan suatu informasi berita kepada khalayak secara cepat. Tak hanya itu saja, dengan menggunakan teknologi computer perusahaan televisi JTV dapat menyimpan data ataupun video program Pojok Kampung.

4.1.2 Communications Network

Sebuah media televisi yang ingin menerapkan konvergensi media di era new media saat ini harus memiliki suatu *Communications Network* (Jaringan Komunikasi). Dengan adanya new media di jaman modern saat ini perusahaan televisi perlu memiliki *Communications Network* untuk membagikan suatu informasi dan berkomunikasi dengan khalayak melalui media social dengan sambungan jaringan internet.

Belakangan ini media sosial atau new media yang terhubung dengan internet, membuat masyarakat semakin mudah mengakses informasi melalui aneka platform media sosial atau aplikasi media sosial. *Communications Network* yang mana menggunakan aplikasi media sosial

dijaman modern saat ini telah mempermudah dalam menyampaikan atau membagikan suatu informasi melalui aplikasi media sosial.

Dijaman modern saat ini media social sangat digemari oleh masyarakat karena media social sangat mudah dalam membagikan atau mencari suatu informasi dan juga dapat bertukar informasi secara cepat dengan sambungan internet, media social yang sering masyarakat gunakan yaitu media sosial Youtube, Facebook, Instagram, Twitter dan media social yang lainnya.

Berdasarkan wawancara dengan kepala koordinator media social televisi JTV. Dalam melakukan konvergensi media, perusahaan televisi JTV melakukan *Communications Network* dengan menggunakan aplikasi media social seperti Youtube, Instagram, Twitter, dan Facebook untuk membagikan suatu informasi kepada khalayak secara cepat.

Dengan memanfaatkan jaringan komunikasi dengan menggunakan aplikasi media social yang dimiliki perusahaan televisi JTV saat ini, maka informasi yang telah disampaikan oleh perusahaan Televisi JTV yang melalui Televisi, juga dapat diakses oleh khalayak melalui media social yang dimiliki oleh perusahaan Televisi JTV, yaitu media social Youtube, Facebook, Instagram dan Twitter. Hal tersebut dikarenakan, televisi yang bersifat sekilas yang dimana suatu tayangan televisi yang telah disiarkan hanya dapat dilihat pada waktu itu saja, sehingga dengan adanya *Communications Network* yang telah dilakukan perusahaan Televisi JTV

yang dimana jaringan komunikasinya menggunakan aplikasi media social untuk dapat memberikan informasi yang dapat dilihat oleh khalayak kapanpun dan dimanapun.

Pada jaman modern saat ini, suatu perusahaan televisi khususnya televisi JTV memang harus bisa menerapkan point penting dalam konvergensi media yang mana point penting tersebut adalah *Communications Network*. Tidak dapat dipungkiri lagi bahwa kehidupan masyarakat saat ini telah erat kaitannya dengan digitalisasi. Dengan banyaknya jaringan komunikasi yang terhubung dengan internet dan munculnya berbagai macam aplikasi media social untuk menyebarkan suatu informasi kepada khalayak secara cepat dan mudah, sehingga perusahaan televisi JTV memanfaatkan dan menggunakan Communication Network dengan menggunakan aplikasi Youtube dalam menyampaikan suatu informasi kapanpun, siapapun, dan dimanapun.

4.1.3 Digital Content

Sebuah media penyiaran televisi yang ingin menerapkan konvergensi media di jaman modern saat ini harus bisa membuat dan menyajikan suatu informasi dalam bentuk format mulai dari foto, audio, teks, video dan sebagainya. Penggunaan teknologi digital di jaman modern ini memungkinkan suatu informasi yang diberikan oleh media massa akan berubah dan bermacam-macam menyesuaikan distribusi atau penyebarannya. Berdasarkan teori konvergensi yang mana suatu

perusahaan televisi yang ingin melakukan konvergensi media harus membuat suatu *Digital Content*. Konvergensi media sendiri mengacu pada kemampuan untuk menampilkan suatu informasi dalam berbagai format.

Dalam menerapkan konvergensi media dengan point penting yaitu *Digital Content*, Televisi JTV akan selalu berupa memberikan konten berita informasi-informasi yang berupa foto, audio, teks dan video yang dikemas atau di edit dengan sedemikian rupa agar bisa tersampaikan dan bisa disukai oleh khalayak. Dengan penerapan *Digital Content* ini bisa menarik minat khalayak untuk melihat informasi berita yang telah diunggah ke media social Youtube.

Berdasarkan wawancara dengan kepala koordinasi media social Televisi JTV, diketahui bahwa sebelum memberikan suatu berita informasi yang akan di unggah ke media social Youtube, kepala koordinasi media social JTV membuat suatu konten berita yang mana berita tersebut berupa video, foto, audio dan tulisan yang di edit sedemikian rupa untuk menarik minat khalayak agar melihat berita tersebut yang telah diunggah ke media social. Dengan penggunaan *Digital Content* dalam menyampaikan suatu berita informasi diharapkan memudahkan perusahaan Televisi JTV untuk menarik minat khalayak untuk menonton ataupun melihat berita informasi tersebut yang telah di unggah ke media social Youtube.

Setelah membuat suatu konten berita dalam berbagai format, maka perusahaan televisi akan mengunggah konten berita tersebut ke aplikasi

media social Youtube dengan cara menggunakan teknologi computer dengan jaringan internet. Dapat diketahui bahwa saat ini perusahaan Televisi JTV telah melakukan 3 unsur penting dalam melakukan konvergensi media di era new media saat ini untuk dapat bersaing dengan televisi lainnya.

4.2 Konvergensi Media Online Televisi JTV

Pada jaman era modern saat ini semua media massa tradisional seperti Televisi, lalu Radio, dan juga koran telah melakukan suatu konvergensi media. Di jaman saat ini, konvergensi media sangat diperlukan terutama bagi para perusahaan media tradisional khususnya Televisi JTV. Di era jaman digitalisasi saat ini sangat merubah pola kehidupan pada masyarakat. Di jaman modern seperti ini masyarakat lebih suka menggunakan media massa seperti Youtube, lalu Instagram, Facebook dan juga media massa lainnya, sedangkan jaman dulu masyarakat lebih suka melihat Televisi dan radio.

Pola kehidupan masyarakat jaman dulu dan sekarang sangat berbeda jauh, kalau dulu masyarakat lebih suka melihat Televisi yang ada di rumah mereka, namun pada jaman modern ini hampir semua masyarakat lebih suka menggunakan HP Android, mulai dari anak remaja hingga orang dewasa sudah banyak yang memiliki Hp android atau gadget. Dengan mempunyai HP android masyarakat bisa menggunakan berbagai aplikasi seperti Youtube, lalu Facebook, Instagram dan aplikasi lainnya

dengan secara gampang dan praktis, bahkan gadget pun dapat dibawa kemana-mana dan dapat digunakan dimana saja.

Dengan perubahan pola hidup masyarakat di jaman modern saat ini lebih suka menggunakan media online seperti Youtube, lalu Facebook, Instagram dan media online lainnya, maka perusahaan televisi tradisional seperti JTV mau tidak mau harus melakukan suatu langkah untuk bisa bersaing di era modern seperti ini. Langkah yang dilakukan oleh perusahaan JTV dalam melakukan persaingan di jaman modern saat ini adalah dengan cara melakukan konvergensi media.

Konvergensi media adalah suatu penggabungan antara media tradisional dengan media modern, atau penggabungan antara media satu dengan media lainnya. jika menggunakan konvergensi media, maka media tradisional seperti Televisi, Radio dan media cetak seperti Koran atau majalah, harus memiliki suatu platform media online seperti Youtube, Facebook, Instagram dan media online lainnya.

Televisi JTV selama awal berdirinya hingga sampai saat ini selalu melakukan langkah-langkah untuk bisa selalu bersaing dengan perusahaan televisi lainnya. Di jaman modern saat ini pun JTV telah melakukan banyak langkah-langkah untuk tetap bertahan sebagai media Televisi kebanggaan arek-arek Tawa Timur. Dalam langkah-langkahnya untuk tetap bisa bersaing di jaman modern saat ini perusahaan JTV telah melakukan konvergensi media. Perusahaan Televisi JTV telah melakukan

konvergensi dengan beberapa media online, seperti Facebook, Youtube, Instagram dan Twitter.

Dengan melakukan konvergensi media, perusahaan JTV dapat bersaing dengan perusahaan televisi yang lain. Saat ini para perusahaan televisi telah melakukan konvergensi media, mulai dari media online seperti Youtube, Facebook, Instagram dan media online lainnya. Media online memang sangat membantu untuk perusahaan Televisi dalam menyampaikan suatu informasi. Perusahaan JTV ini juga menggunakan konvergensi media online untuk menyebarkan informasi ataupun sebagai media promosi.

Gambar 4.1 media online perusahaan Televisi JTV



Gambar diatas adalah bukti bahwa perusahaan televisi JTV telah melakukan konvergensi media. Media online yang dimiliki oleh perusahaan Televisi JTV saat ini telah memiliki beberapa pengikut yaitu, Untuk media online Twitter nya telah memiliki 27 Ribu pengikut dan untuk media Instagramnya sendiri telah memiliki 76,8 ribu pengikut, sedangkan untuk Channel Youtubena telah memiliki 31,7 ribu subscriber. Dengan adanya media online, perusahaan JTV dapat menyebarkan informasi ataupun melakukan suatu promosi kepada para khalayaknya. Untuk khalayaknya sendiri juga bisa melihat informasi yang perusahaan bikin melalui media online.

Untuk Channel Youtube JTV Rek sendiri telah dipergunakan secara professional 2 tahun belakangan ini. Dengan melakukan konvergensi media Televisi ke media Channel Youtube JTV Rek, sangat berguna dalam melakukan persaingan dunia bisnis di era modrn seperti ini.

Dengan konvergensi media yang dilakukan perusahaan Televisi JTV saat ini, telah memberikan banyak dampak positifnya. Setelah melakukan konvergensi media di era modern saat ini, perusahaan JTV dapat menyebarkan informasi yang telah tayang di Televisi ke media onlinenya, yang dimana itu bertujuan untuk memberikan informasi kepada khalayaknya yang pada saat itu tidak melihat tayangan televisinya. Dengan melakukan konvergensi ke media online, perusahaan JTV dapat mempromosikan suatu Programnya dengan mudah dan cepat, selain itu

juga dapat mencari audiens baru. Bahkan selain itu media online ini juga memiliki jangkauan yang sangat besar dan penyebarannya sangat cepat.

4.3 Konvergensi JTV Pada Program Pojok Kampung Melalui Channel Youtube JTV REK

Pesatnya perkembangan teknologi dan informasi, dapat memicu persaingan yang ketat antara suatu media dengan media lain untuk merebutkan posisinya. Salah satunya media televisi, yang dimana media televisi merupakan sebuah media massa tradisional. Sehingga berbagai upaya harus dilakukan agar tetap bisa bertahan dan berjuang di tengah munculnya media baru. Peranan televisi JTV sebagai media televisi swasta harus bisa menuju media elektronik yang berteknologi modern agar dapat terus berfungsi sesuai dengan kebutuhan masyarakat, mulai dari komunikasi pendidikan, informasi, ekonomi, dan hiburan.

Kemunculan media baru atau yang terkenal dengan sebutan media internet ini dianggap sebagai media baru membuat media televisi khususnya televisi JTV harus terus bersaing memperluas audiens dan mendapatkan iklan. Banyaknya khalayak yang lebih memilih mengakses media internet membuat media televisi berlomba-lomba untuk meningkatkan kualitas produksinya. Sehingga media televisi harus bisa merespon perubahan teknologi apabila ingin tetap bertahan di era modern seperti ini. Salah satu upayanya adalah dengan menggabungkan media

tradisional dengan media modern atau media baru, atau bisa disebut dengan konvergensi media.

Konvergensi media yang muncul saat ini sangat mempermudah perusahaan media dan masyarakat yang dimana masyarakat dapat mengakses kebutuhan informasinya secara cepat dan bisa digunakan melalui gadget. Sehingga hampir semua perusahaan televisi memanfaatkan media baru ini sebagai platform untuk lebih dekat dengan khalayaknya. Dengan adanya media baru ini, komunikasi dua arah dapat dilakukan dimanapun, kapanpun dan secara cepat.

Sebagai perusahaan televisi swasta yang terkenal di Jawa Timur, perusahaan televisi JTV dituntut untuk selalu mengikuti perkembangan jaman yang modern saat ini. Hal tersebut dilakukan agar seluruh berita dan informasi yang disampaikan televisi JTV dapat menjangkau lebih banyak khalayak secara cepat dan juga menyeluruh.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa sejak awal berdirinya Perusahaan Televisi JTV, Televisi JTV ini sudah melakukan banyak perubahan. Perubahan yang paling terlihat pada televisi JTV di jaman modern ini seperti ini, yaitu perusahaan Televisi JTV telah melakukan perubahan dengan mengikuti perkembangan jaman atau bisa kita sebut JTV telah melakukan konvergensi media.

Televisi JTV saat ini telah melakukan konvergensi media dan mau mengikuti era jaman modern. Dengan melakukan konvergensi media

dijaman modern seperti ini, perusahaan Telesisi JTV khususnya tentang berita Pojok Kampung berharap bisa mendapatkan khalayak yang lebih banyak dan bisa bertahan dalam persaingan bisnis industri yang sangat modern saat ini. Dijaman modern ini media yang tidak dapat mengikuti perkembangan teknologi, akan mati karena kemajuan teknologi yang sangat pesat dan akan melahirkan persaingan dunia bisnis media yang semakin kompetitif. Jadi di zaman modern saat ini para pelaku industri penyiaran harus mau beradaptasi dengan kemajuan teknologi.

Strategi Televisi JTV untuk bertahan di zaman modern ini yaitu dengan menggabungkan media televisi dengan media massa Youtube. Youtube adalah salah satu media massa yang modern dan sangat banyak peminatnya. Media massa Youtube sendiri memiliki banyak peminat dikarenakan media massa ini sangat gampang untuk cara penggunaannya. Media satu ini dapat didownload di gadget atau HP Android. Cukup hanya mendownload dan membeli paketan internet maka akan bisa menggunakan aplikasi ini. Dengan kemudahannya tersebut perusahaan JTV melakukan Konvergensi dengan media massa Youtube tersebut.

Dengan melakukan konvergensi media, televisi JTV khususnya Program Pojok Kampung dapat terus bersaing di era new media saat ini. Program Pojok Kampung pun dengan adanya Channel Youtube ini dapat memberikan suatu informasi yang bisa terus dilihat oleh khalayak tanpa takut ketinggalan tayangan berita yang ada di televisi, bahkan berita yang

telah dimasukan ke Channel Youtube dapat di lihat dimanapun dan kapanpun.

Setelah bertemu dengan kepala koordinator Media Sosial dan mewawancarainya secara mendalam, saya mendapatkan beberapa strategi yang dilakukan perusahaan JTV dalam melakukan persaingan strategi konvergensi pada Program Pojok Kampung dengan melalui Channel Youtube JTV Rek di era modern saat ini. Peneliti pun menemukan beberapa strategi konvergensi JTV pada Program Pojok Kampung dalam melakukan persaingan di era modern, yang pertama adalah melakukan konvergensi Program Pojok Kampung JTV ke Channel Youtube, lalu melakukan penyaringan tentang Program berita Pojok Kampung yang akan masuk ke Youtube, dan bekerja secara profesional di media sosial Youtube.

4.3.1 Konvergensi Program Pojok Kampung JTV Ke Channel Youtube

Media televisi JTV saat ini telah memiliki banyak media massa, yaitu Facebook, Instagram, webside dan Youtube. Semua media massa yang dimiliki oleh Televisi JTV, saat ini masih dipergunakan dengan baik, salah satunya adalah Channel Youtube JTV Rek.

Channel JTV Rek adalah salah satu media massa yang dimiliki oleh perusahaan JTV. Channel Youtube JTV Rek ini dibuat pada tahun 2011, awal mula channel Youtube JTV Rek ini dibuat karena adanya

perkembangan teknologi yang sangat pesat, channel Youtube ini dibuat harapannya agar bisa mengikuti perkembangan jaman dan bisa bersaing di era modern. Seperti yang dijelaskan oleh Sagita Anggarini bagian kepala koordinator sosial media televisi JTV.

“kalo perusahaan televisi JTV sendiri, dijamin modern seperti ini sudah memiliki banyak Media Massa mas, contohnya Facebook, Instagram, webside dan juga Channel Youtube mas. Kalau Channel Youtube itu sudah saya bikin sejak tahun 2011. dengan adanya Channel Youtube JTV Rek ini bisa membantu dan bisa mempromosikan perusahaan televisi JTV di era modern seperti ini mas.”

Gambar 4,2 Channel Youtube JTV Rek



“Channel Youtube yang saya buat ini saya beri nama JTV Rek, pada saat awal pertama kali saya buat itu masih menggunakan

pribadi saya mas, itu sebelum ada adsen masuk. 2 tahun belakangan ini Channel Youtube JTV Rek yang saya buat sekarang sudah menjadi milik perusahaan dan semua adsen masuk ke perusahaan dan 2 tahun belakangan ini Channel JTV Rek yang saya buat sudah diresmikan bahwa Channel Youtube ini adalah Channel Youtube official milik perusahaan JTV Rek mas.”

Perusahaan televisi JTV sejak 2 tahun belakangan ini sudah meresmikan bahwa Channel Youtube JTV Rek adalah Channel official milik perusahaan televisi JTV. sejak 2 tahun belakangan ini perusahaan televisi JTV resmi melakukan konvergensi dari televisi ke Channel youtube. Jadi untuk Channel JTV Rek ini sudah hampir 10 tahun berjalan, namun baru diresmikan atau menjadi official Youtube televisi JTV sejak 2 tahun belakangan ini.

“kalau jadwal unggah video jaman baru dibuatnya channel youtube JTV Rek itu tidak ada jadwalnya mas, jadi terserah saya mau unggah video apa, hari apa dan jumbalah video yang di unggah berapa. Tapi semenjak diresmikannya Channel Youtube JTV Rek menjadi Channel Youtube Official JTV, saya membuat jadwal unggahan tayangan video yang dari TV ke Youtube itu setiap hari senin – jumat mas. Untuk jumbalah video yang di unggah itu minimal 5 video setiap harinya mas.”

Seperti yang dikatakan Kepala Koordinator Sosial Media Sagita Anggarini, Hampir setiap hari Channel JTV Rek mengunggah tayangan video yang berasal dari televisi. Jadwal upload Channel JTV Rek adalah hari senin sampai hari jumat, setiap harinya Channel Youtube JTV Rek ini mengunggah tayangan sebanyak 5 tayangan yang diambil dari televisi JTV.

Kalau kita lihat dari jumlah unggahan video tayangan Televisi ke Channel Youtube berjumlah 5, maka tidak semua tayangan program Televisi JTV masuk ke Channel Youtube JTV Rek. Program televisi JTV sendiri aja banyak maka jika 5 video yang di unggah setiap harinya maka hampir beberapa tayangan Program Televisi JTV tidak bisa masuk ke Channel Youtube JTV Rek.

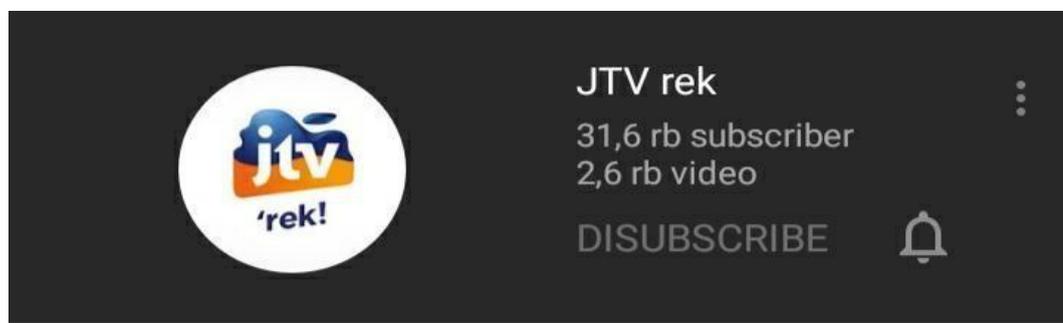
Program Pojok kampung yang masuk ke Channel Youtube JTV Rek ini dalam seminggu hanya beberapa berita saja. Namun dengan adanya konvergensi media massa Youtube, Program Pojok kampung dapat dengan mudah memberikan suatu informasi dan dapat dilihat berulang kali tanpa ada kata ketinggalan berita, karena media massa Youtube dapat menyimpan suatu video secara permanent kecuali dihapus oleh pemilik akun Youtubanya.

Dalam melakukan konvergensi Program Pojok Kampung ke Channel Youtube JTV Rek dalam persaingan industri. Sagita Anggarini kepala Koordinator Sosial media, selalu mengunggah berita dari Program Pojok Kampung dalam setiap minggunya, dalam unggahannya juga dilakukan penyaringan berita dari program Pojok Kampung itu sendiri. Kepala Koordinator Sosial Media itu juga mengatakan bahwa tayangan yang di unggah di sosial media Youtube khususnya Program Pojok Kampung ini sangat diminati oleh khalayak. Dapat dikatakan bahwa dengan dilakukannya konvergensi media, Program Pojok Kampung tidak

akan berkurang penggemarnya, karena para penggemarnya dapat melihat berita Pojok Kampung lewat media massa Youtube JTV Rek.

4.3.1.1 Jumlah Subscriber Dan Jumlah Penonton Program Pojok Kampung Pada Channel Youtube JTV Rek

Gambar 4.3 subscriber dan unggahan video Channel Youtube JTV Rek



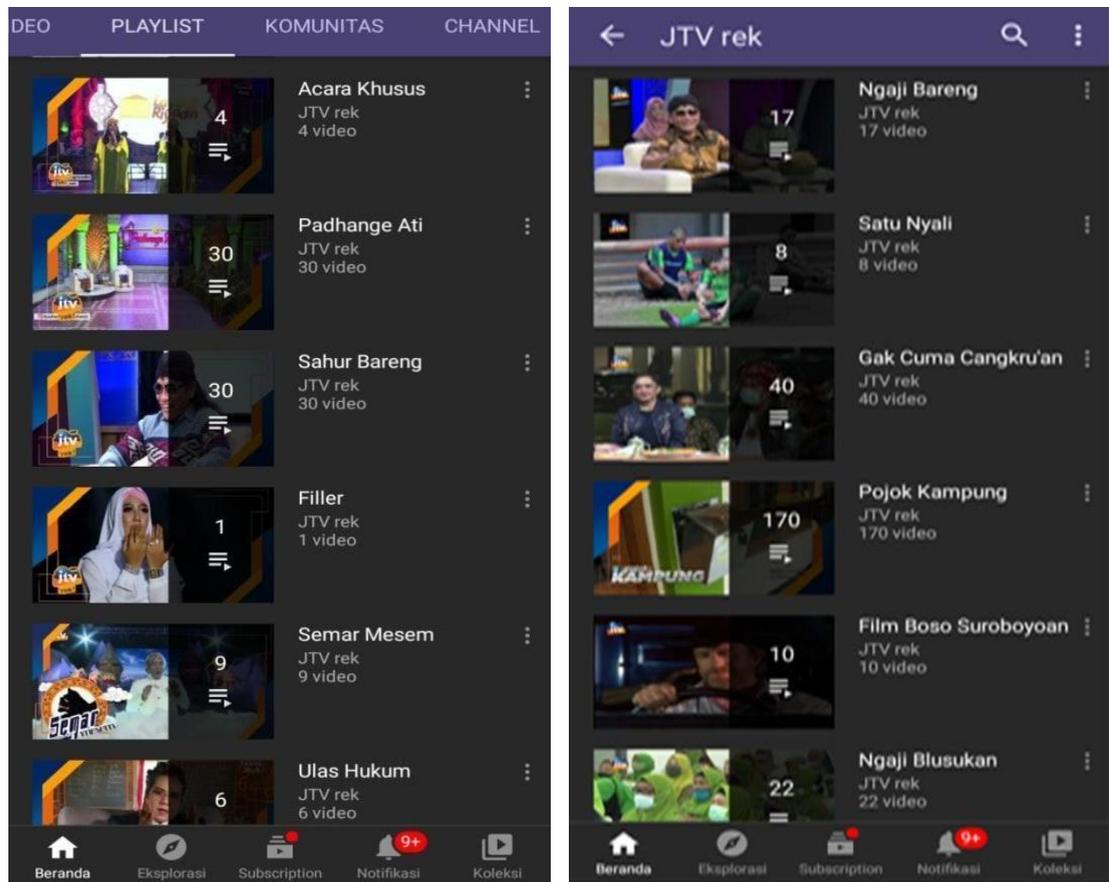
Hampir 10 tahun Channel Youtube JTV Rek ini dibuat, yang Dari awal pembuatannya dari personal seseorang hingga menjadi akun resmi milik perusahaan JTV. Dari yang awal Subscribernya sedikit hingga bisa naik menjadi puluhan ribu subscriber. untuk Subscriber Channel JTV Rek yang saat ini jumlah subscribernya telah mencapai 31,6 ribu dan 2,6 ribu video yang telah diunggah di Channel Youtube JTV Rek. Maka bisa dikatakan bahwa perusahaan JTV ini lumayan banyak peminatnya. Tapi untuk bisa bersaing dengan Perusahaan Televisi besar seperti SCTV, TV ONE, TRANS 7, TRANS TV, ANTV, INDOSIAR, masih belum bisa, karena hampir semua perusahaan televisi ini sudah memiliki subscriber diatas 1 juta. Bahka perusahaan Televisi negri seperti TVRI sudah

memiliki 378 ribu subscriber. Maka dari itu Televisi JTV masih ketinggalan dalam menarik minat masyarakat untuk mengikuti Channel mereka.

“memang kita sangat ketinggalan mas kalau masalah Subscriber dengan perusahaan televisi yang lain, kita sangat ketinggalan karena kita baru berjalan secara professional itu sejak 2 tahun belakangan ini saja mas. Selama 2 tahun channel youtube ini berjalan secara profesional, perusahaan tidak pernah menargetkan kita untuk memiliki banyak subscriber atau banyak penonton. Yang ditargetkan perusahaan itu, kita disuruh untuk mengunggah video setiap harinya dan harus secara cepat, misalnya hari ini Program berita Pojok Kampung tayang maka hari ini juga tayangan berita Pojok Kampung harus di unggah di Youtube.”

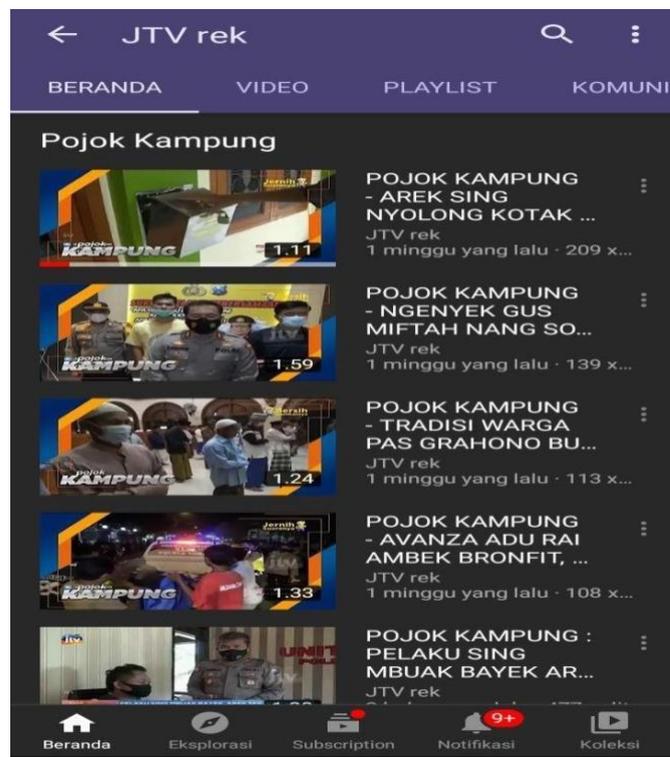
Seperti yang dikatakan kepala koordinator Sosial Media Sagita Anggarini di atas, memang untuk masalah subscriber itu sangat susah, karena ada beberapa hal yang tidak bisa dikemas dengan baik, bahkan perusahaan JTV pun tidak menargetkan untuk masalah jumlah subscriber dan penonton setiap tayangan yang di unggah. Perusahaan hanya meminta untuk setiap berita yang telah tayang harus langsung di unggah. Kita tau untuk menarik peminat Youtube itu sangat sulit bahkan sangat berbeda dengan televisi. Kalau ditelvisi durasi berita bisa sampai 10 menit dan didalam 10 menit itu ada beberapa berita berbeda yang ditayangkan, sedangkan kalau di youtube itu 1 berita 1 unggahan dengan lama durasi sekitar 5 menit paling lama. Bahkan untuk beritanya sendiri juga tidak semuanya bisa dimasukkan.

Gambar 4.4 album unggahan Channel Youtube JTV Rek



Video yang telah diunggah di Channel Youtube JTV Rek berjumlah kurang lebih 2,6 Ribu konten video. Semua yang diunggah ke Chandel Youtube JTV Rek terdiri dari berbagai program yang ada di dalam televisi JTV. Untuk program Pojok Kampung sendiri terdiri dari 170 video yang telah di unggah. Hampir setiap minggu program Pojok Kampung di unggah ke Channel Youtube JTV Rek.

Gambar 4.5 Beranda Youtube JTV Rek



Durasi unggahan video tayangan Program Pojok Kampung yang masuk ke Channel Youtube JTV Rek minimal 1 menit dan maksimal 5 menit. Untuk setiap berita Pojok Kampung yang akan dimasukkan ke Channel Youtube JTV rek ini akan melewati pemilahan atau penyaringan video. Penonton disetiap video tayangan program Pojok Kampung yang di unggah di Youtube JTV Rek ini selalu mencapai 100 lebih orang yang menonton tayangan berita dari Program Pojok Kampung.

“kita lihat aja mas setiap tayangan Program berita Pojok Kampung yang ada di Channel Youtube, itu memang terlihat sedikit, namun kalau kita lihat video berita Pojok Kampung yang telah lama di unggah atau berita yang sedang viral pada masanya pasti banyak yang nonton mas. Bahkan berita yang sedang viral pada masanya itu sempat tembus 4 ribu kali yang menonton video

itu. Sedangkan kalau setiap live Streaming program Pojok Kampung di Youtube JTV Rek selalu tembus 10 ribu lebih penonton. Sekitar 8 bulan yang lalu saya unggah hasil live streaming di Youtube dan bisa menembus 37 ribu penonton mas.”

Gambar 4.6 Unggahan live streaming Program pojok Kampung



Memang tidak bisa dipungkiri lagi kalau Program Pojok Kampung adalah salah satu program yang sangat disukai oleh masyarakat Jawa Timur khususnya Surabaya. Dengan adanya konvergensi media yang dilakukan oleh perusahaan Televisi JTV ini sangat membantu masyarakat dan mempermudah masyarakat yang ingin menonton berita Pojok Kampung. Dilihat dari unggahan Live streaming yang di unggah di Channel Youtube

JTV Rek yang tembus 37 ribu penonton menandakan bahwa sangat banyak penggemar program Pojok Kampung.

Dengan adanya Channel Youtube JTV Rek ini masyarakat tidak perlu khawatir lagi jika ketinggalan dalam menonton program Pojok Kampung di Televisi JTV, para penggemar program Pojok Kampung bisa melihat berita Pojok Kampung di Channel Youtube JTV Rek kapanpun dan dimanapun. Bahkan untuk yang tidak pernah melihat Televisi JTV tentang program berita Pojok Kampung tanpa terkecuali akan bisa melihat program Pojok kampung di Channel Youtube JTV Rek ini.

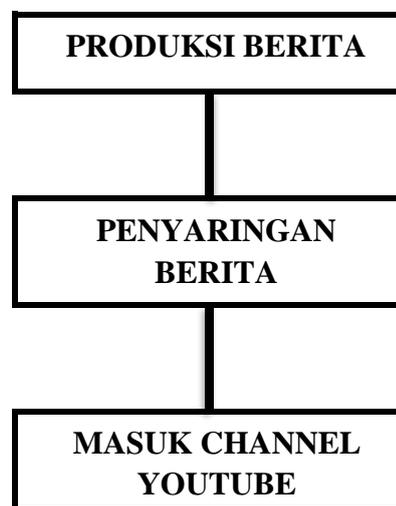
Jangkauan media Youtube sangatlah luas dibandingkan dengan Stasiun Televisi JTV yang hanya bisa menjangkau wilayah Jawa Timur saja, mungkin diluar wilayah Jawa Timur juga bisa melihat tayangan Televisi JTV jika memakai Parabola atau Satelit Parabola, namun untuk memasang Parabola harus membayar, sedangkan kalau dari Youtube sendiri cukup menggunakan media internet dengan membeli paketan internet. Bahkan untuk menggunakan media Youtube bisa memakai gedjet (HP Android) dengan cara mendownload aplikasi Youtube.

4.3.2 Penyaringan Program Berita Pojok Kampung Yang Masuk Ke Channel Youtube JTV Rek

Semua tayangan yang akan masuk ke Channel Youtube JTV Rek harus melewati tahap penyaringan atau pemilahan konten video. Dalam

penyaringan suatu konten video berita dari Program Pojok Kampung melewati beberapa kriteria. Untuk kriteria konten video yang layak masuk Channel Youtube JTV Rek ini ditentukan langsung oleh kepala Koordinator Media Sosial Sagita Anggarini.

Tabel 4.1 struktur Alur penyaringan berita yang masuk Youtube JTV Rek



Melihat struktur alur penyaringan suatu tayangan berita yang akan masuk ke Channel Youtube JTV Rek di atas, maka ada 3 tahapan yang harus dilakukan.

A. Produksi Berita

Dalam tahap pertama ini yang harus dilakukan adalah memproduksi suatu berita yang akan ditayangkan di televisi. Ditahap pertama ini bagian divisi Program Pojok Kampung harus

membuat suatu berita berupa format video yang telah diedit oleh bagian editing, setelah melakukan editing maka berita tersebut akan ditayangkan di televisi. Berita yang telah tayang di televisi maka berita tersebut akan di share ke media sosial Instagram. lalu setelah masuk ke media Instagram maka akan dilakukan tahap yang kedua penyaringan berita.

B. Penyaringan Berita

Dalam tahap kedua ini adalah penyaringan berita Pojok Kampung yang akan masuk Channel Youtube JTV Rek. Dalam tahap penyaringan kali ini ada beberapa kriteria berita yang dapat masuk ke Channel Youtube JTV Rek. Untuk kriterianya ini dibuat langsung oleh kepala Koordinator Media Sosial. Disini kepala Koordinator Media Sosial membuat 4 kriteria yaitu:

1. Berita tentang client yang telah melakukan pernjajian bersama team divisi Marketing.

Contohnya : berita yang isinya tentang kampanye suatu calon Walikota ataupun Gubernur. Yang mana didalam isi beritanya itu tentang kepribadian atau pun tentang kinerja suatu calon dan juga pidato ataupun Blusukan yang telah dilakukan oleh salah satu calon ke suatu kampung.

2. Berita peristiwa yang sedang viral di masyarakat.
Contohnya : peristiwa demo Mahasiswa menolak RUU, dan lain sebagainya.
3. Berita iklan yang menayangkan suatu produk.
Contohnya : Iklan yang bekerja sama dengan perusahaan JTV
4. Berita yang memang original dari JTV
Contohnya : Tidak mengambil berita dari wartawan lain

Dalam menjalankan 3 kriteria di atas. Kepala Koordinator Media Sosial selalu meminta nasehat dan bekerjasama dengan Produser Program Pojok Kampung untuk menentukan suatu video. Ketika saling bertukar pendapat untuk menentukan suatu video yang layak tayang di media Youtube selesai dan mendapatkan video yang menurut kedua belah pihak bagus maka akan dilakukan tahap selanjutnya yaitu mengunggah tayangan berita ke Channel Youtube JTV Rek.

Video yang dilakukan penyaringan ini berasal dari unggahan video yang ada dalam media sosial Instagram. Jadi kepala koordinator media sosial ini mengambil video dari Instagram resmi milik Pojok Kampung. Kepala Koordinator media sosial mengambil video di Instagram karna video yang diunggah tersebut telah diedit dan memiliki size yang agak kecil,

dibandingkan mengambil file yang asli dari Televisi. Dengan mengambil video yang telah diedit di Instagram maka akan bisa cepat dalam mengunggah atau menyebarkan informasi ke Channel Youtube JTV Rek.

C. Masuk Channel Youtube

Pada tahap ketiga ini adalah tahapan terakhir yang dimana ketika suatu video telah melewati 2 tahapan, yaitu tahapan Produksi Berita dan tahapan Penyaringan Berita, maka video yang telah lolos tersebut akan diunggah kedalam Channel Youtube JTV Rek. Sebelum di unggah kepala Koordinator media sosial JTV melakukan pengeditan sedikit terhadap video yang akan diunggah agar lebih bisa ditonton dengan bagus dan layak tonton, Sehingga khalayak atau masyarakat yang menonton berita Pojok Kampung lebih nyaman.

Didalam Channel Youtube JTV Rek, Tidak semua Program tayangan televisi JTV di unggah di Channel Youtube JTV Rek, agar dapat masuk ke Channel Youtube JTV Rek harus melewati beberapa tahapan seperti diatas. Adapun beberapa kriteria video yang bisa dimasukkan ke Channel Youtube JTV Rek, kriterianya seperti yang telah dijelaskan diatas.

Sebenarnya kalau memasukkan semua tayangan berita Pojok Kampung ke Channel Youtube itu bisa dilakukan, namun jika dimasukkan semuanya maka akan mengakibatkan banyak dampak negatif, seperti Channel Youtube akan terkena dollar kuning atau kena peringatan dari Youtube. Bahkan jika berfokus ke Program berita Pojok Kampung Dan mengunggah berita Pojok Kampung saja maka Program JTV yang lainnya akan terbengklai dan tidak memiliki waktu untuk meyaring program yang lainnya, dan tidak dapat mempromosikan program JTV yang lainnya. Oleh karna itu setiap harinya video yang di unggah ke Youtube hanya 5 video, dan itupun dari berbagai Program.

“kalau semua berita pojok kampung dimasukkan ke youtube mas nanti saya malah kerepotan, soalnya itu pasti memakan waktu yang lama mas, lah sedangkan saya itu harus mempromosikan program JTV yang lainnya mas. Memang sangat bisa jika dipaksa untuk memasukan semuanya tapi itu ya gak enak menurut saya mas, kalau misal beritanya hari ini tentang pembunuhan dan pemerkosaan terus besok pemberitaanya tetap pembunuhan dan pemerkosaan, kan jadi gak enak dilihat mas,masa Channel Youtube JTV 2 hari ini isinya pembunuhan dan pemerkosaan saja mas. Makanya setiap harinya pasti saya unggah tayangan program selain pojok kampung mas, agar penonton Youtube JTV Rek ini tidak bosan mas.”

4.3.3 Bekerja Secara Profesinonal Dimedia Sosial Youtube

Dalam menjalankan konvergensi media, perusahaan televisi harus melakukan secara professional. Bahkan untuk dapat berjalan lancar dan dapat terus bersaing dengan media televisi yang lainnya dalam era modern saat ini, banyak perusahaan yang telah membentuk team khusus

dalam menjalankan media sosial pada perusahaan televisi di tempat dia bekerja.

Dengan adanya team khusus yang dimiliki perusahaan televisi untuk bertanggung jawab dalam menjalankan dan mengendalikan sosial media khususnya Youtube, maka akan lebih terfokus untuk mengunggah dan mencari ataupun mengedit tayangan dari perusahaan televisi tersebut. Bahkan jika dibuatkan suatu team khusus untuk media Youtube maka team yang memegang channel tersebut akan lebih bisa mengunggah banyak video dan mengetahui bagaimana cari mencari subscriber bahkan juga bisa dapat menambah penonton setiap videonya.

Untuk mewujudkan ke suksessan dalam menjalankan konvergensi media massa khususnya Channel Youtube JTV Rek. Maka suatu perusahaan harus menjaga profesionalitasnya dalam melakukan pekerjaan. Perusahaan JTV pun juga telah melakukan profesionalitasnya dalam melakukan konvergensi media khususnya media Channel Youtube. Perusahaan televisi JTV telah memberikan tugas kepada Sagita Anggarini, yang mana ditugaskan untuk mengendalikan dan menjalankan media Channel Youtube JTV Rek.

Perusahaan JTV dalam waktu 2 tahun belakangan ini telah melakukan konvergensi media mssa yaitu Youtube. Dalam 2 tahun ini juga, media Channel Youtube JTV Rek telah secara professional

dinjalankan. Perusahaan televisi JTV juga menugaskan Sagita Anggarini sebagai penanggung jawab Channel Youtube JTV Rek,

“saat ini perusahaan JTV memang telah melakukan konvergensi media Youtube secara Profesional mas, sudah sejak tahun 2019 perusahaan JTV sudah memberikan saya tanggung jawab tentang media sosial termasuk youtube mas. Jadi youtube JTV Rek ini sudah berjalan lancar dan secara professional sejak 2 tahun belakangan. Sejak tahun 2019 sampai sekarang ini sudah mulai ada peningkatan khususnya channel Youtube JTV Rek ini mas.”

Dalam hasil wawancara kepada kepala koordinator media sosial Sagita Anggarini. Mengatakan bahwa Channel Youtube JTV Rek sejak 2 tahun belakangan ini lumayan signifikan dalam mengunggah video dan juga jumlah subscribarnya. Kalau dulu sebelum bekerja secara professional seperti saat ini, banyak video yang asal diunggah tanpa adanya penyaringan. Dengan cara asal-asalan dalam mengunggah video tayangan televisi JTV ke Channel Youtube mengakibatkan Channel Youtube JTV Rek terkena dollar kuning dan terkena peringatan dari Youtube.

Sejak berjalan secara professional dalam menjalankan Channel Youtube, Dollar kuning dan juga peringatan dari Youtube sudah diminimalisir dan sampai saat ini tidak terkena dollar kuning. Cara yang dilakukan oleh kepala koordinator media sosial untuk meminimalisir dollar kuning adalah dengan cara menyaring video yang akan masuk atau akan di unggah ke Channel Youtube. Jika suatu Channel Youtube terkena dollar kuning maka Channel tersebut tidak bisa menghasilkan pemasukan

dari Youtube. Ada beberapa cara yang telah dilakukan oleh koordinator media sosial dalam meminimalisir dollar kuning yaitu:

1. Meminimalisir konten yang sifatnya kekerasan
2. Meminimalisir lagu yang terkena copy right
3. Meminimalisir video yang berisi seksual
4. Meminimalisir tentang konten yang sifatnya dalam kategori obat-obatan terlarang.

“jujur kalau untuk pemberitaan sendiri itu sebenarnya sudah mau merintis, baru beberapa bulan lalu, bulan april itu baru merekrut 1 orang untuk handle pemberitaan, itu dia bakal bikin youtube dan lain-lain, katanya sih mereka sudah jalan cuman saya belum tau sejauh mana progresnya”

Melihat perkataan kepala koordinator media sosial Sagita Anggarini diatas, menunjukkan bahwa pada tahun ini sudah ada Channel Youtube khusus tayangan pemberitaan, channel tersebut sudah mulai berjalan pada bulan april, namun kepala koordinator media sosial masih belum tau sejauh mana channel tersebut berjalan. Kepala koordinator media sosial juga mengatakan bahwa dia sudah merekrut 1 orang untuk memegang bagian media sosial khusus pemberitaan. Sagita Anggarini juga mengatakan bahwa dia akan mengecek tentang channel yang mereka buat.

“untuk adsen dari Youtube itu perbulan hampir 3 jutaan mas, tapi ada juga yang satu bulan sekitar 6 juta mas, itu untuk tahun kemarin mas. Kalau untuk tahun ini saya belum mengecek karna masih di take over sama kantor, kalau untuk masalah adsen sendiri kantor masih tidak menargetkan adsen, kantaor hanya menargetkat video yang di unggah di youtube harus cepat. Lah

disini permasalahan yang saya pecahkan mas, saya dituntut untuk cepat tapi saya juga berusaha untuk meyaring berita agar tidak kena dolar kuning mas.”

Berdasarkan wawancara diatas perusahaan JTV tidak menargetkan untuk masalah adsen, perusahaan JTV hanya menargetkan gimana caranya agar video yang tayang ditelevisi harus cepat diunggah di media Channel Youtube JTV Rek. Maka dari itu dengan adanya professional dalam bekerja, kepala koordinator media sosial ini memutar otak dan bekerja keras untuk bisa memenuhi permintaan kantor, namun Sagita Anggarini juga tidak mau kalau Channel Youtube JTV Rek ini terkena dollar kuning. Makanya Sagita Anggarini menyaring berita yang akan masuk ke Channel Youtube dengan cara kerja keras, padahal Sagita Anggarini ini hanya bekerja dengan sendirian dalam menjalankan Channel Youtube JTV Rek, tapi terkadang koordinator media sosial di bantu oleh crew JTV yang lain

“maunya saya Channel Youtube JTV rek ini sudah tidak dijadikan bonus, kalau saat ini kan masih dijadikan bonus. masih jadi bandling misalnya kalau ada marketing nawarin ke client kalau masuk televise JTV pasti masuk juga ke Channel Youtube JTV Rek. Kalau selama ini kan hanya untuk tambahan aja. Maunya saya sih berdiri sendiri, misalnya kalau kamu mau masuk youtube ya harus bayar. Karena kita kan sudah professional seperti adsen kita pun mengurus pajak, dan selama ini duit adsen itu hanya untuk bayarin pajak aja kan ya buat apa, harusnya ya client yang mau masuk ya bayar pajak, terkecuali program sendiri ya seperti Pojok Kampung ataupun program yang non client ya kita support terus. Dan target saya seharusnya tahun ini. Ya mudah mudah terpenuhi target saya”

BAB V

PENUTUP

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan peneliti dalam skripsi “Konvergensi JTV Pada Program Pojok Kampung Melalui Channel Youtube JTV Rek”. Peneliti mendapatkan kesimpulan bahwa, perusahaan televisi JTV telah melakukan konvergensi media dengan menerapkan 3 unsur point penting. Pertama, Computing & informations Technology yaitu dengan menggunakan teknologi computer mealalui suatu system aplikasi yang berbasis software dan menggunakan jaringan internet untuk melakukan unggahan suatu video ke media social Youtube. Kedua, Communications Network yaitu dengan menggunakan aplikasi media social seperti Youtube, Instagram, Twitter, dan Facebook untuk membagikan suatu informasi kepada khalayak dimanapun dan kapanpun. Ketiga, Digital Content dengan membuat konten berita berupa video, foto, audio dan tulisan yang di edit sedemikian rupa untuk menarik minat khalayak yang ada di media social.

Dalam konvergensinya perusahaan televisi JTV menggunakan Media Sosial Youtube untuk bersaing di era modern saat ini. Channel Youtube JTV REK ini telah berjalan secara professional sejak tahun 2019 dan telah resmi dijadikan sebagai akun official Televisi JTV.

Channel Youtube JTV Rek saat ini telah memiliki subscriber yang berjumlah 31,6 ribu. Sedangkang video program berita pojok kampung yang diunggah ke Channel Youtube ini sekarang telah mencapai 170 video. Untuk jumlah unggahan video yang masuk ke Channel Youtube JTV Rek hanya 5 video setiap harinya, untuk unggahannya sendiri mulai hari senin sampai hari jumat. Selain itu tidak semua berita program pojok kampung dapat masuk Channel Youtube JTV rek. Untuk program berita Pojok Kampung yang akan masuk ke Channel Youtube JTV Rek harus melewati penyaringan.

5.2 Saran

Dari penelitian diatas ada beberapa saran yang ingin disampaikan oleh penulis, yaitu :

1. Masih ada beberapa video berita program pojok kampung yang tidak bisa masuk Channel Youtube JTV Rek.
2. Masih adanya pembatasan untuk setiap unggahan per harinya
3. Tidak bisa diprediksi suatu berita pojok kampung bisa masuk Channel Youtube JTV Rek atau tidak.
4. Kurangnya melakukan live streaming Program berita Pojok Kampung ke Youtube JTV Rek . Semoga kedepannya lebih memperbanyak live streaming.

5. Perusahaan Televisi hendaknya menambah crew yang khusus bagian media sosial agar bisa lebih mempermudah dalam pekerjaannya.
6. Untuk crew media sosial perusahaan Televisi JTV diharapkan untuk terus berinovasi agar Channel Youtube JTV Rek dapat berkembang dan dapat dikenal oleh masyarakat yang ada di luar Jawa Timur.

DAFTAR PUSTAKA

- Adib, M., Hasiholan, T. P., Adheista, M., & Iqbal, M. (2020). Konvergensi Media Industri Televisi Indonesia Pada Program Acara Indonesian Idol X. *DIALEKTIKA KOMUNIKA: Jurnal Kajian Komunikasi Dan Pembangunan Daerah*, 8(1). <https://doi.org/10.33592/dk.v8i1.551>
- Asyir, A., & Nurbaya, S. (2020). Konvergensi Media dan Mediamorfosis: Strategi Digitalisasi Majalah MoeslimChoicedalam Proses Transformasi Basis Kerja. *Jurnal Studi Jurnalistik*, 1(2). <https://doi.org/10.15408/jsj.v1i1.13949>
- Faiqah, F., Nadjib, M., & Amir, A. S. (2016). YOUTUBE SEBAGAI SARANA KOMUNIKASI BAGI KOMUNITAS MAKASSARVIDGRAM (Analisis Studi Sosial Media). *Jurnal Komunikasi KAREBA*, 5(2).
- Hamna, D. M. (2018). KONVERGENSI MEDIA TERHADAP KINERJA JURNALIS (STUDI KASUS: FAJAR TV DAN FAJAR FM). *Jurnal Dakwah Tabligh*, 19(1). <https://doi.org/10.24252/jdt.v19i1.5911>
- Imasnyti, C.D. (2020). STRATEGI KONVERGENSI RADIO SONGGOLANGIT FM DI TENGAH PERSAINGAN INDUSTRI PENYIARAN DI PONOROGO.
- Ii, B. A. B. (2015). *No Title*. 2012, 35–62.
- Jenkins, Henry. (2006). *Convergence Culture, Where Old Media and New Media Collide*, New York: NYU Press.

Miftahur, R. (2019). PENERAPAN KONVERGENSI DALAM UPAYA
MEMPERTAHANKAN PEMBACA PADA MEDIA TRIBUN JAMBI.

Pengkajian, B., Pengembangan, D. A. N., Dan, K., Sdm, B. L., Komunikasi, K., &
Informatika, D. A. N. (n.d.). *EKSISTENSI MEDIA LOKAL*.

Rurut, W, T. (2015). FAKULTAS DAKWAH SEPTEMBER. ANALISIS
RESEPSI MASYARAKAT TERHADAP PROGRAM BERITA POJOK
KAMPUNG DI JTV (Studi Masyarakat Jawa Timur terhadap Bahasa
Suroboyoan dalam Program Berita Pojok Kampung JTV)

Sarjana, G., & Ushuluddin, S.-J. (2015). *Diajukan kepada Institut Agama Islam
Negeri Jember untuk memenuhi persyaratan memperoleh Prodi Komunikasi
dan Penyiaran Islam Motto (“ Dan Apabila Datang Kepada Mereka Suatu
Berita Tentang Keamanan. 00(2).*

<https://pakarkomunikasi.com/konvergensi-media>

[https://m.merdeka.com/jatim/10-macam-media-sosial-yang-paling-sering-
digunakan-oleh-orang-indonesia-klm.html?page=2](https://m.merdeka.com/jatim/10-macam-media-sosial-yang-paling-sering-digunakan-oleh-orang-indonesia-klm.html?page=2)

<https://www.cryptowi.com/pengertian-program/>

[https://asiaaudiovisualra09gunawanwibisono.wordpress.com/2009/04/28/mengena
l-program-televisi/](https://asiaaudiovisualra09gunawanwibisono.wordpress.com/2009/04/28/mengenal-program-televisi/)

LAMPIRAN

Dokumentasi wawancara kepada Kepala koordinator Sosial Media Televisi

JTV

