

# ANALISIS PELAKSANAAN KONVERGENSI MEDIA DI ERA TV DIGITAL

## STUDY KASUS STASIUN TELEVISI SWASTA ANTV

Angghi Muliya Ma'mur<sup>1</sup>, Tuty Mutiah<sup>2</sup>, Fajar Kurniawan<sup>3</sup>

<sup>1</sup> Universitas Multimedia Nusantara <sup>2,3</sup> Universitas Bina Saran Informatika

Email: <sup>1</sup> [angghi.mamur@gmail.com](mailto:angghi.mamur@gmail.com), <sup>2</sup> [tuty.ttt@bsi.ac.id](mailto:tuty.ttt@bsi.ac.id), <sup>3</sup> [fajar.fuw@bsi.ac.id](mailto:fajar.fuw@bsi.ac.id).

### *Abstract*

*The abundant use of the internet is one of the main factors driving the media industry, including the television industry, to realize media convergence. Media convergence in the television industry is not only needed to obtain information more easily and quickly, but also to increase broadcast reach. Studying the impact of media convergence on the television industry in general and studying the application of media convergence on the Antv television channel are the objectives of this study. Using qualitative methods through primary data collection through observation and interviews and supported by secondary data. The results show that the Antv television station implements media convergence through the development of the digital website Antv Klik, which broadcasts live programs every day and diversifies content that focuses on entertainment/infotainment, targeting Millennials and Gen Z. Media convergence of Antv TV channels by integrating broadcast programs through social media such as Youtube, Facebook, Instagram, Twitter and Tiktok.*

*Keywords: internet, media convergence, antv klik, live streaming, social media*

### **Abstrak**

Melimpahnya penggunaan internet menjadi salah satu faktor utama pendorong industri media, termasuk industri televisi, untuk mewujudkan konvergensi media. Konvergensi media dalam industri pertelevisian tidak hanya diperlukan untuk memperoleh informasi dengan lebih mudah dan cepat, tetapi juga untuk meningkatkan jangkauan siaran. Mengkaji dampak konvergensi media pada industri televisi secara umum dan mengkaji penerapan konvergensi media pada saluran televisi Antv merupakan tujuan dari penelitian ini. Melalui pengumpulan data primer melalui observasi dan wawancara serta didukung data sekunder dengan menggunakan metode kualitatif. Hasil menunjukkan bahwa stasiun televisi Antv menerapkan konvergensi media melalui pengembangan situs web digital Antv Klik, yang menyiarkan program langsung setiap hari dan mendiversifikasi konten yang berfokus pada hiburan/infotainment, dengan target audiens Milenial dan Gen Z.

Konvergensi media saluran Antv TV dengan mengintegrasikan program siaran melalui media sosial seperti Youtube, Facebook, Instagram, Twitter dan Tiktok.

*Kata Kunci: internet, konvergensi media, antv klik, live streaming, media sosial*

## **PENDAHULUAN**

Bagi setiap orang televisi saat ini tidak lagi menjadi media komunikasi yang utama dalam teknologi internet menggeser peran media komunikasi lama sebagai sumber informasi utama seperti surat kabar dan televisi untuk mendapatkan informasi dan hiburan. Internet menjadi kebutuhan masyarakat modern dengan kecepatan dan kemudahan akses atas informasi (Mutmainah, dkk, 2020)

Televisi tetap menjadi sumber informasi dan hiburan bagi sebagian besar masyarakat di Indonesia. Sekarang ini, informasi tidak hanya mengandalkan satu media melainkan beragam media (*cross platform*) dalam penggunaan media secara multi tasking era media seperti saat ini pola penggunaan media oleh khalayak. (Mutmainah, dkk, 2020)

Era internet membawa konsekuensi penggunaan media oleh khalayak yang tidak bersifat tunggal sebagai penggunaan layar kedua atau *second screen*. Croteau dan Hoynes (Mutmainah, 2022)

Menonton televisi dengan layar digital tambahan seperti telepon genggam dalam mengakses internet mendiskusikan apa yang mereka lihat di televisi. Kemudian berbagi reaksi dan berdiskusi secara online menggunakan konten media dan dengan orang lain.

Setiap tahunnya jumlah pengguna internet di Indonesia terus mengalami peningkatan yang signifikan. Data APJII (Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia) 2021-2022 sebanyak 210.026.769 jiwa jumlah penduduk yang terkoneksi internet dari total tahun 2021 populasi 272.682.600 jiwa penduduk Indonesia. Tingkat penetrasi internet mencapai 77,02 persen. Sedangkan berdasarkan data riset APJII 2019-2020, jumlah pengguna internet sebanyak 196,71 juta jiwa dengan tingkat penetrasi penggunaan internet sebanyak 73,7 persen.

Data APJII 2021-2022 menyebutkan penggunaan internet melalui perangkat telepon genggam mencapai 89,03 persen, sedangkan yang melalui perangkat komputer/laptop hanya 0,73 persen. Survey Nielsen 2019 juga menunjukkan banyak dipengaruhi oleh

pertumbuhan pengguna internet meningkat sebesar 125 persen dibandingkan periode 2013 melalui smartphone. (Nielsen, 219)

Sehingga teknologi internet dan smartphone menjadi faktor terjadinya konvergensi berbagai media sehingga informasi dapat diakses hanya dalam satu media. (Zamroni, 2021)

Konvergensi media merupakan penggabungan media ke dalam satu titik tujuan untuk digunakan dan diarahkan. (Baran, 2012)

Sedangkan konvergensi media dalam platform beberapa media antara industri beberapa media dengan menyatukan 3C yakni *Computing*, *Communicatio* dan *Content*. (Julijanti, 2012) Selain itu seperti internet, televisi, radio, atau telepon merupakan konvergensi terintegrasinya layanan terpisah. Gustafsson & Schwarz (Audinovic, 2021)

Penelitian tentang konvergensi media di lembaga penyiaran televisi sudah cukup banyak dilakukan, dalam memperoleh informasi-informasi penggabungan antara televisi dan internet memungkinkan tersedianya link antar program serata akses ke arsip digital untuk tambahan termasuk *film on demand* dan siaran langsung melalui internet. (Haqu, 2020)

Penelitian lainnya dalam menjalani konvergensi media, industri media menyebutkan bahwa diharuskan memiliki berbagai media dalam menjalankan multiplatform. (Astuti, 2018)

Televisi tidak lagi menjadi media utama bagi generasi milenial, terutama generasi Z untuk memenuhi kebutuhan akan informasi dan hiburan menjadi sinyal awal yang harus diantisipasi oleh industri televisi. Bukan hanya televisi yang ditinggalkan oleh generasi milenial. Media konvensional seperti radio, film bioskop, dan surat kabar mengalami dampak serupa. (Mutmainnah, 2018)

Sebagai salah satu lembaga penyiaran swasta, stasion televisi Anteve juga melakukan adaptasi dan inovasi-inovasi sejalan dengan perkembangan teknologi internet memberikan gambaran umum dampak konvergensi media bagi industri televisi dan untuk mengetahui implementasi konvergensi media yang dilakukan stasiun televisi swasta Antv pada penelitian ini.

## METODE PENELITIAN

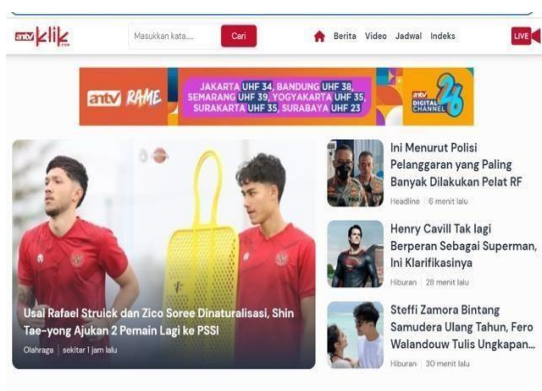
Metode penelitian adalah cara bagaimana suatu penelitian dilaksanakan (Hasan, 2002) atau cara yang digunakan oleh peneliti dalam mengumpulkan data penelitiannya, seperti wawancara, observasi, tes maupun dokumentasi. (Arikunto, 2002) metode penelitian merupakan suatu cara atau jalan untuk memperoleh kembali pemecahan terhadap segala permasalahan. (Subagyo, 2006)

Penelitian ini menggunakan metode kualitatif. penelitian kualitatif merupakan teknik penelitian yang menghasilkan data deskriptif yang dapat diamati. (Moleong, 2017) penelitian kualitatif bertujuan untuk mengumpulkan informasi tentang keadaan dan gejala yang sudah ada sebelumnya, yaitu keadaan gejala pada saat survei dilakukan. Oleh karena itu, penelitian kualitatif dapat mengungkapkan fenomena tentang subjek yang ingin dipelajari secara mendalam. (Arikunto, 2010)

Jenis penelitian kualitatif ini melibatkan penelitian lapangan (*field research*), yaitu penelitian yang dilakukan secara sistematis dengan mengambil data yang ada di lapangan (Arikunto, 2010)

Data dalam penelitian ini bersumber dari data primer dan data sekunder. Teknik pengumpulan data primer dapat dilakukan melalui wawancara dan observasi di lapangan. (Sugiyono, 2017)

Wawancara untuk kepentingan penelitian ini dilakukan dengan Yusuf Ibrahim, Wakil Pemimpin Redaksi Anteve Klik. Observasi dilakukan dengan mengunjungi dan mengamati website Antv Klik yang menggambarkan implementasi konvergensi media di Antv. Website Antv Klik digunakan untuk mengintegrasikan konten siaran dan konten lainnya.



Gambar 1. Tampilan Home Page Website antvklik, 2022

Youtube dan media sosial. Untuk menunjang data primer, penelitian ini juga mengambil data sekunder yang merupakan data pendukung melalui penelusuran dan pengkajian sumber pustaka, seperti buku, jurnal, hasil karya ilmiah, dan lainnya yang memiliki relevansi dengan penelitian ini.

Data dalam penelitian ini bersumber dari data primer dan data sekunder. Teknik pengumpulan data primer dapat dilakukan melalui wawancara dan observasi di lapangan. (Sugiyono, 2017)

Wawancara untuk kepentingan penelitian ini dilakukan dengan Yusuf Ibrahim, Wakil Pemimpin Redaksi Anteve Klik. Observasi dilakukan dengan mengunjungi dan mengamati website Antv Klik yang menggambarkan implementasi konvergensi media di Antv. Website Antv Klik digunakan untuk mengintegrasikan konten siaran dan konten lainnya.

## **HASIL DAN PEMBAHASAN**

Penggunaan internet yang terus meningkat menjadikan internet sebagai kebutuhan utama untuk akses berbagai informasi melalui berbagai media baru. Peran penting inilah yang mendorong stasiun televisi untuk ikut dengan memanfaatkan media baru.

Konvergensi media dalam industri media merupakan sesuatu hal yang tidak dapat dihindari dalam perluasan penyebaran informasi membantu industri media. Sehingga teknologi berperan dalam proses penyampaian informasi terjadi membantu mengubah pola komunikasi yang dibatasi oleh ruang dan waktu menjadi informasi tanpa batas.

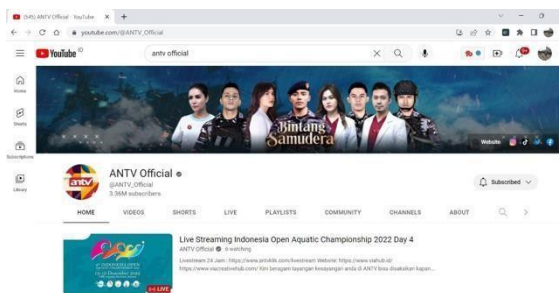
Kehadirnya sumber informasi untuk memenuhi kebutuhannya media baru (*new media*) memberi alternatif masyarakat dalam mencari dan memanfaatkan media massa konvensional (televisi, radio, dan cetak) dengan melakukan integrasi media baru agar mampu memenuhi harapan baru bagi pemirsa televisi. Hadi (Astuti, 2018)

Sebenarnya merujuk perkembangan media baru (*new media*) kepada sebuah distribusi dan penggunaan perubahan dalam proses produksi media. Media baru tidak terlepas dari *key term* seperti *digitality*, *interactivity*, *hypertextuality*, *dispersal* dan *virtuality*.

New media tercipta dan berkembang menggunakan internet, media online berbasis teknologi, berkarakter fleksibel, berpotensi interaktif dan dapat berfungsi secara privat maupun secara public dalam teknologi komunikasi seperti teknologi digital, komputer dan internet. Blog, media sosial dan website merupakan contoh aplikasi yang termasuk dalam media komunikasi baru. (Mondry, 2008)

Pada awalnya setiap orang dapat dinikmati siaran yang berlangsung di televisi. Hadirnya teknologi internet siaran dapat disimpan dalam bentuk arsip video yang telah ditayangkan melalui teknologi streaming untuk dikirimkan melalui media internet, selanjutnya masyarakat dapat menyaksikan live program pada siaran televisi.

Stasiun televisi Antv (PT Cakrawala Andalas Televisi) yang mengudara sejak tahun 1993 menyadari penggunaan internet yang tinggi, konvergensi media, dan kehadiran media baru merupakan perkembangan yang tidak dapat dielakkan dan harus direspons secara agar dapat meraih manfaat dari perubahan tersebut dan dapat berkompetisi dengan industri televisi swasta lainnya.



Gambar 2. Tampilan youtube antv official dengan 3,7 juta subscriber

Wakil Pemimpin Redaksi Departemen Pemberitaan Antv Yusuf Ibrahim (2022) menegaskan bahwa berbagai perkembangan baru tersebut dipastikan akan berdampak juga pada stasiun televisi Antv dan untuk itu perlu adanya strategi baru untuk dapat bertahan di era korvergen media.

*“Kami selama ini dikenal sebagai stasiun tv pelopor olahraga terutama sepakbola serta berita khususnya kriminal. Tahun 2014 ketika rencana TV Digital mulai digaungkan pemerintah, maka kami berpikiran bahwa era digital di semua sektor kehidupan pasti akan membuat disruptsi. Kami sadar cepat atau lambat disruptsi digital ini akan terjadi pada Antv. Untuk itu kami mulai membuat strategi bagaimana agar bisa bertahan dari disruptsi digital.”*

Yusuf Ibrahim (2022) mengatakan stasiun televisi Antv sejak awal telah memanfaatkan internet untuk mendukung kepentingan Antv, dengan membangun website [www.an.tv](http://www.an.tv). Namun website ini diposisikan sebagai website corporate, dengan konten yang

terbatas yakni sejarah Anteve, program unggulan, dan lowongan kerja. Sejalan dengan tuntutan perkembangan teknologi internet dan munculnya media baru, Antv kemudian mengubah website dengan melakukan diversifikasi konten dan menjadikan website sebagai sumber informasi penting yang mendukung konten siaran. Tidak hanya melakukan diversifikasi konten, Antv juga mengubah domain [www.an.tv](http://www.an.tv) menjadi [www.antvklik.com](http://www.antvklik.com) yang merupakan website digital. Perubahan domain juga diikuti dengan perubahan logo dan tagline Antv.

*“Nama Antv Klik diambil sebagai pembeda dengan Antv sebagai stasiun tv. Branding yang digunakan antvklik agar konsumen Antv tahu ketika mendengar klik berarti Antv digital. Perubahan ini juga kami mintakan pendapat dari pemirsa yaitu dengan melakukan FGD pemirsa Antv. Kami membuat logo antvklik.com dengan huruf tulisan antv mengadopsi logo stasiun Antv. Serta tagline Selamanya Keren. Hal ini karena Antv saat awal berdiri tahun 1993 memiliki tagline Antv keren. Kata keren ini menjadi top of mind pemirsa ketika mendengar Antv” (Yusuf Ibrahim, 2022).*

Sebagai media konvergen, siaran Antv di Antv Klik dilakukan melalui siaran live streaming setiap hari. Live streaming di Antv Klik mencakup keseluruhan program siaran Antv yang dilengkapi dengan informasi jadwal tayang program siaran Antv setiap harinya. Selain live streaming, Antv Klik juga mengintegrasikan konten lainnya sebagai sumber informasi pendukung dan tambahan, antara lain sinopsis film, konten hiburan/infotainment, konten olahraga (sport), dan konten berita (news). Siaran Antv melalui jaringan internet dapat ditonton secara online dengan menggunakan perangkat komputer, smartphone, dan tablet.

Data riset APJII dan Nielsen menyebutkan jumlah pengguna internet berdasarkan penetrasi pengguna internet yang berasal dari Generasi Milenial dan Generasi Z sangat tinggi dan terus mengalami peningkatan. Riset APJII 2021-2022 menyebutkan bahwa tingkat penetrasi internet mencapai 99,16 persen pada usia 13-18 tahun, usia 19-34 tahun 98,64 persen, usia 35-54 tahun 87,30 persen, dan 55 tahun ke atas sebesar 51,73 persen.

Data Nielsen 2019 mencatat di semua kelompok usia penetrasi internet yang tinggi tumbuh ditemukan pada Generasi Milenial (tahun kelahiran 1980-1999) dan Generasi Z (tahun kelahiran di atas 2000), yakni masing-masing 58 persen dan 50 persen. Sementara



tingkat penetrasi internet Generasi X (kelahiran 1960-1980) mencapai 33 persen dan Generasi Baby Boomers (kelahiran 1946-1964) ada di angka 9 persen.

Penggunaan internet yang tinggi di Generasi Milenial dan Generasi Z menjadi salah satu faktor yang mendorong stasiun Antv kembali melakukan perubahan strategi dengan mengubah desain dan positioning website Antv Klik sebagai website infotainment yang menyasar kelompok usia 18-35 tahun. Konten hiburan/infotainment memiliki porsi yang terbesar yakni 80 persen dari keluruhan konten yang tayang setiap harinya. Konten olahraga dan news hanya menyumbang sekitar 20 persen. Yusuf Ibrahim (2022) menyatakan Antv Klik tidak berfokus pada konten news karena alasan kompetisi dan sumber daya manusia.

*“Alasan pertama, portal berita itu sudah banyak, bahkan sudah mature dengan 5 terbaik yaitu Kompas.com, Tribun, Detik, Liputan 6. Sehingga kami jika mengandalkan artikel berita akan sulit bersaing dengan mereka. Kedua adalah resources, untuk bisa menyaingi portal berita maka kami harus bisa supply minimal 1000 artikel perhari. Sementara bisnis utama kami adalah televisi, sehingga jika harus mengeluarkan sumber daya besar akan berat bagi kami. Ketiga adalah peluang portal infotainment lebih mudah, kami saat ini berada di peringkat 12 portal infotainment dan masih bisa naik lagi karena selsisih dengan pesaing tidak lebar. Dalam dua bulan saja yaitu Oktober kami bisa naik menjadi peringkat ke 9. ANTV sebagai staisun tv juga dikenal sebagai tv entertainment sehingga positioning ini pas bagi kami. Apalagi untuk portal berita, holding kami yaitu VIVA memiliki portal viva.co.id. (Yusuf Ibrahim, 2022).*

Kehadiran media sosial (social media) seperti Youtube, Facebook, Instragram, Twitter, dan Tiktok telah mengubah cara masyarakat dalam menonton televisi. Generasi milenial jarang duduk berjam-jam di depan televisi, mereka cenderung memilih menggunakan media sosial melalui smartphone. Bahkan untuk menonton acara di televisi mereka lebih sering memakai handphone daripada duduk di depan televisi. Media sosial menjadi televisi baru bagi kaum milenial. Gaya menonton televisi pun ikut berubah. Ada pergeseran ruang dan waktu dalam menonton televisi. Jika dulu menonton televisi adalah kegiatan komunal dimana audiens menonton televisi secara bersama-sama baik di tempat umum atau di ruang keluarga. Sekarang menonton televisi menjadi kegiatan yang lebih personal dan individual semenjak adanya internet. Audiens juga punya kuasa untuk memilih program yang ingin ditonton (Audinovic, 2021).



Stasiun televisi Antv juga memanfaatkan media sosial sebagai layar kedua untuk memperluas jangkauan siarannya. Di platform Youtube, stasiun televisi Antv membuat beberapa kanal yakni Antv Official, Antv News Plus dan Lensa Olahraga. Antv Official di platform Youtube memiliki jumlah *subscriber* (pelanggan) sebanyak 3,2 juta. Satu konten olahraga yang ditayangkan di Youtube juga meraih jumlah *viewers* yang tinggi. Tingginya jumlah subscriber dan viewers di platform Youtube tentunya merupakan capaian yang tidak dapat diabaikan oleh industri televisi.



Gambar 3. Website antvklik terhubung dengan akun youtube ANTV

Migrasi pengguna televisi konvensional ke platform Youtube tidak hanya dimanfaatkan televisi swasta lainnya. Stasiun televisi RCTI dengan kanal Official RCTI bahkan memiliki jumlah subscriber yang besar yakni mencapai lebih dari 10 juta subscriber. Stasiun Indosiar memiliki subscriber lebih dari 15 juta di platform Youtube. Kanal Trans7 Official memiliki lebih dari 17 juta subscriber, Trans TV Official 13 juta subscriber, Kompas TV lebih dari 7 juta subscriber, Metro TV memiliki lebih dari 3 juta subscriber, dan TV One lebih dari 4 juta subscriber (Zamroni, 2021).

Konvergensi media juga dilakukan stasiun televisi dengan membuat aplikasi mobile (mobile apps) yang dapat diunduh di play store. Stasiun televisi Antv meluncurkan video web based yakni Zing di tahun 2008. Sayangnya, aplikasi Zing ini berhenti dikelola pada tahun 2021. Aplikasi Zing tampaknya juga belum dikelola secara serius dan profesional. Hal ini berbeda dengan stasiun televisi swasta lainnya yang mengelola aplikasinya secara serius.

## Kesimpulan

Konvergensi media merupakan hal yang tidak bisa dihindari oleh industri media termasuk industri televisi sejalan dengan peningkatan penggunaan internet dan telepon genggam (smartphone).

Konvergensi media tidak saja membuat akses informasi menjadi lebih cepat dan mudah tetapi juga memperluas penyebaran informasi. Bagi industri televisi, konvergensi media berarti memperluas jangkauan siaran. Stasiun televisi Antv mengimplementasikan konvergensi media dengan mengintegrasikan siaran melalui website digital Antv Klik dan mengembangkan konten yang difokuskan pada hiburan/infotainment dengan sasaran Generasi Milenial dan Generasi Z.

Konvergensi media yang dilakukan Antv juga dilakukan di media sosial seperti Youtube dan meluncurkan aplikasi Zing. Pengelolaan aplikasi video perlu dilakukan secara serius sebagai upaya perluasan siaran dan juga potensi pendapatan. Terutama saat pemerintah telah menerapkan Frekuensi Digital bagi seluruh stasiun televisi di Indonesia sejak 2 November 2022.

## Referensi

- Arikunto, Suharsimi. (2010). *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktek*. Jakarta: Rineka Cipta.
- Arikunto, Suharsimi. 2002. *Metodologi Penelitian Suatu Pendekatan Proposal*. Jakarta: PT. Rineka Cipta.
- Arikunto, Suharsimi. 1995. *Dasar-dasar Research*. Bandung: Tarsoto
- Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia. (2022). *Profil Internet Indonesia 2022*. Diakses dari <https://apjii.or.id/survei>.
- Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia. (2020). *Laporan Survei Internet APJII 2019- 2020 (Q2)*. Diakses dari <https://apjii.or.id/survei>.
- Astuti, Aprilina Dwi. *Penetapan Konvergensi Media di LPP TVRI Nasional Jakarta*. *Jurnal Ilmiah Teknik Studio*. Vol 4 (2), 74-89
- Barran, Stanley J. (2012). *Pengantar Komunikasi Massa Jilid 1 Edisi 5*. Jakarta Erlangga
- Hasan, M. Iqbal. 2002. *Pokok-pokok Materi Metodologi Penelitian dan Aplikasinya*. Bogor: Ghalia Indonesia

- Haqu, Rizca. (2020). Era Baru Televisi dalam Pandangan Konvergensi Media. *Jurnal Rekam*. Vol. 16 (1), 15-20
- Julijanti, Dinara Maya. (2012). Dinamika Digitalisasi dan Konvergensi Media Televisi di Indonesia. *Jurnal Observasi*. Vol 10 (2), 93-102
- Moleong, Lexy J. (2017). *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya
- Mondry. (2008). *Pemahaman Teori dan Praktek Jurnalistik*. Penerbit: Ghalia Indonesia.
- Mutmainnah, Nina, dkk. (2020). *Riset Khalayak Penonton Televisi, Pandangan Generasi Z tentang TVRI*. Depok: Lembaga Penelitian dan Pengembangan Sosial Politik Fisip UI.
- Nielsen Siap Hadirkan Total Audience Measurement". (2019). Diakses dari:  
<https://www.nielsen.com/id/id/press-releases/2019/nielsen-siaphadirkantotalaudience-measurement/>
- Subagyo, Joko. 2006. *Metode Penelitian dalam Teori dan Praktek*. Jakarta: Rineka Cipta
- Sugiyono. (2017). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta
- Zamroni, Muhammad. (2021). Dampak Konvergensi Media Terhadap Pola Menonton Televisi Indonesia di Era Digital. *Jurnal Kajian Media*. Vol 5 (1), 50-59