

PARTISIPASI KHALAYAK MEDIA ONLINE TERHADAP LIPTAN6.COM DALAM MEMENANGKAN PERSAINGAN INDUSTRI MEDIA MASSA DI INDONESIA

Bayquni

Fakultas Ilmu Komunikasi Univ. Prof. Dr. Moestopo (Beragama)
bayquni_bayu@yahoo.com

Abstract

Background of this research is new media or also called online media, researchers want to do an analysis of how Liputan6.com can do media convergence in accordance with market needs, so liputan6.com can win the competition in New Media or New Media industry. By looking at the formulation of the problem, it will be seen how the convergence in online media is done. The results of research on Liputan6.com stated that. In conducting Convergence Liputan6.com converges on the economy, on social and on culture, which further directs its preaching to young people. In addition, Liputan6.com also participates in the creation of affiliate program packaging, expression, collaboration of probleme solving and conection. By engaging the audience with a term called citizen journalism, so the audience to believe that what is conveyed contains elements of truth, and the last Commodification is Sibernet where the limitations of space and time become lost when directed and packaged in accordance with the purpose of Liputan6.com in informing the news. The results of research on Liputan6.com can be concluded that Liputan6.com has fulfilled the element in doing cultural participation in order to capture the competition of new media industry.

Keywords: convergence, cultural participation, online media, new media, Liputan6.com

Abstrak

Latar belakang penelitian ini adalah media baru atau new media, peneliti ingin melakukan analisis bagaimana Liputan6.com dapat melakukan konvergensi media yang sesuai dengan kebutuhan pasar, sehingga liputan6.com dapat memenangkan persaingan dalam industri.. Hasil penelitian terhadap *Liputan6.com* dinyatakan bahwa dalam melakukan Konvergensi Liputan 6.com melakukan konvergensi pada ekonomi, pada sosial dan pada budaya, yang lebih mengarahkan pemberitaanya pada anak muda. Selain itu Liputan 6.com pun melakukan partisipasi budaya dengan penciptaan kemasan program afiliasi, ekspresion, collaboration of probleme solving dan conection dengan melakukan pelibatan khalayak dengan istilah yang disebut dengan *citizen journalism*, sehingga khalayak menjadi percaya bahwa apa yang disampaikan itu mengandung unsur kebenaran, dan komodifikasi terakhir adalah Sibernetik dimana keterbatasan ruang dan waktu menjadi hilang bila diarahkan dan dikemas sesuai dengan tujuan dari Liputan6.com dalam menginformasikan beritanya. Hasil penelitian terhadap Liputan6.com dapat disimpulkan bahwa Liputan6.com ini telah memenuhi unsur dalam melakukan partisipasi budaya guna memenangkan persaingan industri *New Media*.

Kata Kunci : konvergensi, partisipasi budaya, media online, media baru, liputan6.com

PENDAHULUAN

Media *Online*, seiring dengan perkembangan dan kemajuan zaman, memiliki peranan yang kuat dalam membentuk pemikiran masyarakat mengenai suatu realitas. Menggunakan paradigma Peter D. Moss (1999) seperti yang diungkapkan Dedy

Nur Hidayat dalam pengantar buku Analisis Framing, wacana media massa termasuk berita surat kabar, menggunakan konstruk kultural yang dihasilkan ideologi karena sebagai produk media massa, berita surat kabar menggunakan kerangka tertentu untuk

memahami realitas sosial. Lewat narasinya, surat kabar menawarkan definisi-definisi tertentu mengenai kehidupan manusia: siapa pahlawan dan siapa penjahat; alasan apa yang masuk akal dan tidak; serta solusi apa yang harus diambil dan ditinggalkan (Eriyanto, 2009).

Kini, sejak aktivitas sehari-hari manusia yang kian padat, penggunaan media *online* dalam hal mengakses berita ikut meningkat. Setiap media cetak lantas berbondong-bondong membuat versi *online* untuk ikut ambil bagian dalam persaingan pasar. Keberadaan media *online* saat ini sudah menjadi bagian yang tak dapat terpisahkan lagi dari kehidupan masyarakat, karena media *online* mempunyai peranan menjadi penyampai informasi mengenai kejadian atau peristiwa baik yang telah terjadi di dalam maupun di luar negeri dengan lebih cepat dan mudah diakses. Ciri dari media massa adalah kemampuannya untuk menimbulkan keserempakan (*simultaneity*) pada pihak khalayak dalam menerima pesan-pesan yang disebarkan. Pesan yang disampaikan oleh media massa melalui majalah, koran, tabloid, buku, televisi, radio, internet, dan film diterima secara serempak oleh khalayak luas yang jumlahnya ribuan bahkan puluhan juta. Media massa yang baik seharusnya menjalankan fungsi yang sama dengan komunikasi massa seperti yang dikemukakan oleh Harold Laswell, diantaranya untuk menginformasikan (*to inform*), untuk mendidik (*to educate*), dan untuk menghibur (*to entertain*). Menurut Undang-undang No. 40 tahun 1999 tentang Pers, bahwa fungsi pers adalah untuk menginformasikan, mendidik, menghibur, dan melakukan pengawasan sosial (*social control*) baik pada perilaku publik maupun pada penguasa. (UU No 40 Tahun 1999 Tentang pers <https://ayomenulisfisip.wordpress.com/> di unduh pada 07 Agustus 2016 pukul 07.30).

Selama kurang lebih sepuluh tahun belakangan ini media massa berkembang sangat pesat. Dahulu, jenis media massa yang dikonsumsi masyarakat hanyalah media

cetak (surat kabar, majalah, tabloid) dan media elektronik (radio, televisi, film). Kini, setelah berkembangnya teknologi komunikasi dan informasi yang ditandai dengan lahirnya internet di tengah peradaban masyarakat modern, maka muncullah apa yang disebut dengan media *online*. Awalnya media *online* ini bertujuan untuk memindahkan berita yang ada di surat kabar atau majalah ke dalam internet atau dikenal dengan istilah *di-online*-kan. Dengan kata lain produk berita versi cetak dan *online* tidak ada bedanya. Namun setelah beberapa bulan era reformasi berlangsung, muncul media *online* yang menyajikan berita bernama detik.com. *Website* Detik.com tidak punya versi cetak, meski dalam perkembangan pernah membuat versi cetak. Versi cetaknya tidaklah berumur panjang dan harus segera ditutup. Selanjutnya kembali ke *online* dan berita-berita yang ditampilkan hanya ada di *online* saja. Berita-berita yang ada juga selalu up to date sehingga menjadi acuan banyak orang.

Kepintaran, kecanggihan, dan fasilitas yang diakibatkan oleh kemajuan dan perkembangan teknologi komunikasi informasi tersebut menjadi sejarah tersendiri bagi lahirnya jurnalisme *online*. Masyarakat cenderung antusias dan dinamis dalam menyikapi maraknya berbagai informasi dan berita yang disajikan oleh media *online*. Secara nyata, jelas terlihat bahwa teknologi komunikasi memberikan keuntungan yang sangat besar bagi penggunaannya terutama dalam hal berkomunikasi (penyampaian berita menjadi sangat cepat). Teknologi telekomunikasi juga membuat dunia semakin dekat dan menyatu karena waktu dan jarak semakin pendek, pergerakan informasi berjalan dengan cepat dan menyebar sesuai dengan tujuan yang diinginkan.

Jenis media informasi terdiri dari empat macam, yaitu media tradisional (koran majalah, radio, dan televisi), media *online*, media sosial, dan media yang di miliki oleh perusahaan media *online* memperoleh persentase tertinggi sebesar 27%. Sedangkan media tradisional

terpaut tipis 1% dengan media *online*, yaitu sebesar 26%. Data tersebut menunjukkan bahwa kekuatan internet dalam penyebaran informasi memang tak terkalahkan. Apalagi masyarakat saat ini cenderung *mobile* sehingga mereka perlu mendapatkan informasi mengenai suatu peristiwa secara cepat, tepat, dan akurat. (www.antaranews.com diakses 17 September 2015 pukul 13:35 WIB).

PT Surya Citra Televisi mendirikan Liputan6.com dalam antisipasinya menghadapi perkembangan teknologi yang waktu itu diprediksi dapat berkembang dengan pesat dan mengarah kepada konvergensi media. Pada tahun 2010 Liputan6.com melakukan *reborn* yang tidak hanya mengambil konten-kontennya dari berita Liputan6 yang ada di SCTV saja. Liputan6.com yang baru ini mandiri, yaitu dengan mencari berita sendiri, serta menambahkan konten-konten yang sesuai dengan orientasi pasar dan perkembangannya saat ini.

Berdasarkan traffic di dunia media *online*, salah satu faktor penentu popularitas adalah Optimisasi Mesin Pencari atau *Search Engine Optimization* (SEO) dengan tiga pilar utama: konten, link, dan sosial media, selain faktor promosi *off line*. Liputan 6.com menurut peringkat *Alexa.com* (500 situs terfavorit didunia versi *Alexa* <http://www.alexa.com/topsites>. diakses 26 April 2016 pukul 11.13), memperoleh urutan 382 sebagai website terfavorit didunia dan urutan ke 12 website lokal berbahasa Indonesia (peringkat pertama sampai ke-10 didominasi situs luar negeri, seperti *Google.com*, *Youtube.com*, *Facebook.com*, *Baidu.com*, *Yahoo.com*. Peringkat *Alexa* tentu saja tidak berarti “terbaik”, ini hanya popularitas saja. Namun *Liputan 6.com* termasuk peringkat 3, dari 10 Portal Berita *Online* Paling Populer di Indonesia

Sebagai perusahaan yang baru lahir dengan memegang produk yang lebih tua dari perusahaannya sendiri di butuhkan pola pikir serta strategi yang baik untuk dapat membuat masyarakat mengetahui bahwa sekarang ini Liputan6.com tidak lagi di bawah

naungan PT Surya Citra Televisi tapi sudah menjadi perusahaan yang bergerak dibawah PT KMK-*online*. Berdasarkan latar belakang ini, peneliti sangat tertarik untuk membahas hal-hal yang akan dilakukan oleh PT KMK-*online* dalam upaya menciptakan budaya partisipasi khalayaknya dalam upaya memenangkan persaingan industri media massa

LITERATUR DAN METODOLOGI

Teori Konvergensi Media

Menurut Henry Jenkins (2006), yang dimaksud dengan konvergensi adalah kata yang mengatur untuk menggambarkan perubahan teknologi, industri, budaya, dan sosial yang bergantung pada siapa yang berbicara dan apa yang mereka pikirkan sedang membicarakannya. Terakhir, definisi selanjutnya dirumuskan dalam Dictionary of Media, yang menyatakan bahwa istilah konvergensi merujuk pada konvergensi media yaitu proses dimana media lama dan media teknologi baru tersedia secara terpisah atau bersama-sama melalui digitalisasi.

Dengan demikian, dapat dikatakan bahwa konvergensi media merujuk pada konvergensi yaitu gagasan mengenai bentuk media tradisional yang perlahan menghilang dan beralih secara bersama-sama ke internet.

Hakikat Konvergensi Media

Konvergensi tidak hanya terbatas pada teknologi. Ahli teori media yang bernama Henry Jenkins berpendapat bahwa konvergensi bukanlah hasil akhir namun sebuah proses yang mengubah bagaimana media diproduksi dan dikonsumsi.

Menurut Jenkins, terdapat lima proses yang mengubah media diproduksi dan dikonsumsi, yaitu :1). Konvergensi ekonomi terjadi ketika sebuah perusahaan mengontrol beberapa produk atau layanan dalam industri yang sama. Misalnya, PT Media Nusantara Citra Tbk, sebuah perusahaan media di Indonesia yang memberikan layanan dalam industri penyiaran televisi (RCTI, GTV, MNC TV, INews TV), media cetak (Koran SINDO), jaringan

radio (MNC Trijaya FM), dan lain-lain. 2) Konvergensi sosial atau organik terjadi ketika seseorang menonton berbagai jenis program televisi atau siaran televisi secara daring dan pada saat yang sama melakukan komunikasi online berupa bertukar pesan teks dengan teman sekaligus juga mendengarkan musik. 3) Konvergensi teknologi adalah menyatunya berbagai teknologi yakni ketika satu atau lebih media yang berbeda ditransformasikan ke dalam bentuk digital. 4) Konvergensi budaya terjadi ketika berbagai kisah mengalir ke berbagai macam bentuk media adalah satu komponen. Misalnya, sebuah novel yang menjadi serial televisi seperti *Band of Brother*. 5) Konvergensi global adalah proses pengaruh budaya yang berjarak jauh secara geografis terhadap budaya lainnya. Misalnya, industri perfilman Bollywood di India yang terinspirasi dari industri perfilman Hollywood di Amerika Serikat.

Berbagai jenis konvergensi di atas tentunya akan memberikan efek terhadap manusia dalam berbagai tingkatan baik tingkatan individu maupun tingkatan sosial. Beberapa ahli teori meyakini bahwa konvergensi dan teknologi media baru membuat manusia jauh lebih pintar dalam hal pengambilan keputusan dan berinteraksi dengan media yang mereka konsumsi. Di lain pihak, terdapat beberapa kekhawatiran bahwa era digital memberikan akses yang lebih luas kepada setiap orang untuk memperoleh informasi lebih banyak namun juga meninggalkan kepada kita suatu kedangkalan.

Teori Media Baru

Mark Poster mengemukakan bahwa adanya periode baru dimana teknologi interaktif dan komunikasi jaringan, khususnya dunia maya akan mengubah masyarakat. Dapat digambarkan sebagai: 1) Dua arah, 2) Di luar kendali situasi, 3) Demokratisasi, 4) Mengangkat kesadaran individu, 5) Orientasi individu. Media baru dianggap lebih interaktif dan menciptakan sebuah pemahaman baru tentang komunikasi pribadi. Dunia maya memberikan tempat

pertemuan semu yang memperluas dunia sosial, menciptakan peluang pengetahuan baru, dan menyediakan tempat untuk berbagi pandangan secara luas. (Littlejohn & Foss, 2009:413)

Media memiliki beberapa karakteristik. Yang pertama adalah sinkronitas atau jarak waktu. Pada beberapa situasi komunikasi media, ada jarak waktu yang cukup substansial antara produksi pesan dan konsumsi pesan. Namun ada juga komunikasi media tanpa jeda waktu. Selain sinkronitas, yang juga merupakan karakteristik dari media adalah interaktivitas, yang berarti seberapa besar pengaruh komunikator dan komunikan untuk saling mengontrol waktu dan isi pesan. Carrie Heeter mengklasifikasi lagi media berdasarkan dimensi interaktivitasnya. Klasifikasi itu antara lain kompleksitas atau pilihan yang tersedia, besar usaha yang dilakukan khalayak untuk mendapatkan aktivitas media, responsivitas media terhadap khalayak, monitoring khalayak, kemudahan khalayak menambahkan informasi, serta fasilitasi interaksi antar khalayak (Dan Nimmo, 2010:54).

Karakteristik media yang terakhir adalah privasi. Konsumsi media publik adalah saat isi pesan media itu harus dikonsumsi secara massal. Sedangkan kini kecenderungannya adalah individu lebih memilih untuk mengkonsumsi media secara privat demi kenyamanan personal. Secara tradisional, ada keunikan-keunikan di masing-masing bentuk media yang membedakan jenis dan fungsi antara satu media dengan media lainnya. Misalnya koran adalah media khusus menyampaikan berita-berita hangat, televisi adalah media hiburan. Namun menurut Ruben, banyak perbedaan tradisional itu kini menjadi samar. Contohnya Internet kini sudah banyak juga menyajikan berita-berita hangat dan aktual layaknya koran, bahkan lebih cepat. Menjadi salah satu fungsi media adalah mendukung kontak sosial dan rasa komunitas. Media massa dapat menjadi substitusi kontak antar manusia, serta membantu individu menghindari isolasi dan kesendirian. Terutama media interaktif yang dapat menjadi media masa dan media

interpersonal sekaligus. Dalam penelitian ini juga, media yang akan paling berperan adalah media *online* atau Internet. Internet adalah salah satu bentuk dari media baru (*new media*).

Internet dinilai sebagai alat informasi paling penting untuk dikembangkan kedepannya. Internet memiliki kemampuan untuk mengkode, menyimpan, memanipulasi, dan menerima pesan. Internet yang merupakan salah satu teknologi komunikasi baru juga memiliki kemampuan untuk membantu kita memilih dan mengatur informasi yang kita inginkan atau perlukan dengan lebih efisien. Secara garis besar, Internet jauh lebih luwes dalam menjembatani waktu dan jarak dibandingkan media-media yang sudah ada terlebih dahulu. Untuk mengakses Internet, seseorang membutuhkan koneksi Internet dan piranti keras seperti komputer, PDA, Blackberry, dll. Internet juga dianggap sebagai gabungan dari beberapa bentuk media dan fasilitas email, website, newsgroup, e-commerce, dan sebagainya. Kelebihan Internet sebagai medium komunikasi adalah jangkauannya yang global, kecepatannya dalam mengirim pesan, dan tingkat interaktivitasnya yang tinggi. Trend yang terjadi saat ini adalah penggunaan Internet untuk kebutuhan hiburan. Di Internet orang bisa menggunakan mesin pencarian untuk mencari info yang mereka butuhkan, menjelajahi situs-situs, dan menjalin interaksi sosial.

Untuk tingkat interaktivitas, Ruben berpendapat bahwa Internet bisa dibandingkan dengan media konvensional seperti buku, koran, majalah, dan televisi. Semua media itu pada dasarnya dikendalikan sepenuhnya oleh sumber informasi, mulai dari isi sampai waktu produksi dan distribusi. Pendek kata, khalayak tidak memiliki kesempatan untuk berinteraksi dengan sumber atau memegang kendali isi konten dan waktu distribusi informasi. Media seperti itu memiliki interaktivitas rendah. Sedangkan Internet yang tergolong sebagai media baru tingkat interaktivitasnya lebih tinggi. Internet memungkinkan khalayaknya

memilih sendiri apa yang ingin mereka konsumsi, dan kapan mereka ingin mengkonsumsinya.

Peneliti komunikasi Carrie Heeter pada tahun 1983 memaparkan dimensi-dimensi interaktivitas yang digunakan untuk mengklasifikasi media, yaitu: 1) Dimensi kompleksitas dari pilihan yang tersedia. Maksudnya adalah berapa banyak pilihan yang dimiliki khalayak dalam segi isi informasi dan waktu yang bisa digunakan untuk mengaksesnya; 2) Dimensi besaran usaha yang harus dikeluarkan oleh khalayak untuk dapat menerima pesan dari media yang bersangkutan. Dengan kata lain, bagaimana perbandingan aktivitas yang dilakukan khalayak dengan aktivitas yang dibuat oleh media; 3) Dimensi tingkat respon media terhadap khalayaknya. Maksudnya adalah seberapa aktif sebuah media dapat merespon umpan balik yang diberikan oleh khalayaknya. Media dengan tingkat interaktivitas yang tinggi dapat menanggapi umpan balik yang diberikan oleh khalayaknya dengan cepat. Dalam kondisi tertentu, media dengan tingkat interaktivitas yang tinggi dapat melakukan interaksi dengan khalayaknya seakan-akan melakukan percakapan langsung; 4) Dimensi kemampuan untuk mengawasi penggunaan informasi oleh khalayaknya. Media dengan tingkat interaktivitas yang tinggi dapat memantau perilaku khalayak dalam menerima pesannya, kemudian menyesuaikan sistemnya berdasarkan umpan balik yang dihasilkan dari analisa perilaku tersebut; 5) Dimensi kemudahan dalam menambahkan informasi baru. Maksudnya adalah seberapa mudah khalayak dapat turut menyediakan dan menyebarkan pesan kepada khalayak lain. Berdasarkan kriteria ini, siaran televisi memiliki interaktivitas yang sangat rendah, sementara media *online* memiliki tingkat interaktivitas yang sangat tinggi; 6) Dimensi kemampuan memfasilitasi komunikasi internal. Maksudnya adalah seberapa mudah interaksi terjadi antar khalayak dapat terjadi.

Partisipasi Khalayak

Participatory khalayak oleh Jenkins (2009) dikelompokkan berdasarkan bentuk komunikasi dari Participatory Cultures (dalam hal ini dikaitkan dengan teknologi komunikasi yang memungkinkan interaktifitas) dapat berupa: 1) Affiliations – keanggotaan, baik formal maupun informal dalam komunitas online, seperti friendster, facebook, Myspace, forum dan lain sebagainya; 2) Expressions – produksi bentuk kreatif baru, seperti digital sampling, fan fiction, fan video dan lain sebagainya; 3) Collaborative Problem Solving – bekerja sama dalam tim, baik secara formal maupun informal, untuk menyelesaikan tugas dan mengembangkan pengetahuan baru; 4) Circulations – membentuk alur media, seperti podcasting dan blogging.

Media Online

Adapun Jenis dari berupa situs berita bisa diklasifikasikan menjadi lima kategori; Media *online* - situs berita berupa “edisi *online*” dari media cetak surat kabar atau majalah, situs berita berupa “edisi *online*” media penyiaran radio, situs berita *online*” murni yang tidak terkait dengan media cetak atau elektronik, dan situs “indeks berita” yang hanya memuat link-link berita dari situs berita lain.

Dari sisi pemilik atau publisher, jenis-jenis website dapat digolongkan menjadi enam jenis; News organisation website: situs lembaga pers atau penyiaran, Commercial organization website: situs lembaga bisnis atau perusahaan, Website pemerintahan, Website kelompok kepentingan (interest group), Personal website (blog)

Media *Online* karakteristik antara lain; Kapasitas luas - halaman web bisa menampung naskah sangat panjang, Pemuatan dan editing naskah bisa kapan saja dan di mana saja, Jadwal terbit bisa kapan saja bisa, setiap saat, Cepat, begitu di-upload langsung bisa diakses semua orang, Menjangkau seluruh dunia yang memiliki akses internet, Aktual, berisi info aktual karena kemudahan dan kecepatan penyajian, Update, pembaruan informasi terus dan dapat dilakukan

kapan saja, Interaktif, dua arah, dan “egaliter” dengan adanya fasilitas kolom komentar, chat room, polling, Terdokumentasi, informasi tersimpan di “bank data” (arsip) dan dapat ditemukan melalui “link”, “artikel terkait”, dan fasilitas “cari” (search), dan terhubung dengan sumber lain (*hyperlink*) yang berkaitan dengan informasi

Paradigma Penelitian

Paradigma pada penelitian ini menggunakan paradigma konstruktivisme menurut Guba dan Lincoln(1994) dalam Hidayat (2004), mengajukan tipologi yang mencakup empat paradigma: positivisme, postpositivisme, Kritis dan konstruktivisme. Dikemukakan oleh Guba, bahwa setiap paradigma membawa implikasi metodologi masing-masing. Paradigma Konstruktivisme dalam ilmu sosial merupakan kritik terhadap paradigma positivis. Menurut paradigma konstruktivisme, realitas sosial yang diamati oleh seseorang tidak dapat digeneralisasikan pada semua orang yang biasa dilakukan oleh kaum positivis. Paradigma konstruktivisme yang ditelusuri dari pemikiran Weber, menilai perilaku manusia secara fundamental berbeda dengan perilaku alam karena manusia bertindak sebagai agen yang mengonstruksi dalam realitas sosial mereka, baik melalui pemberian makna maupun pemahaman perilaku di kalangan mereka sendiri. Kajian paradigma konstruktivisme ini menempatkan posisi peneliti setara dan sebisa mungkin masuk dengan subjeknya, dan berusaha memahami dan mengonstruksikan sesuatu yang menjadi pemahaman si subjek yang akan diteliti. Metodologi dalam penelitian ini bertujuan untuk menggambar kan bagaimana peneliti akan mengumpulkan serta menganalisis data yang ada.

Metode Penelitian

Metode dalam penelitian ini adalah menggunakan metode studi kasus, yang menyatakan bahwa studi kasus adalah suatu pendekatan untuk mempelajari, menerangkan atau menginterpretasi suatu kasus (*case*)

dalam konteksnya secara natural tanpa adanya intervensi dari pihak luar (Yin, 2014:1). Kasus memiliki batas, lingkup kajian dan pola pikir tersendiri; sehingga dapat mengungkapkan realitas sosial atau fisik yang unik, spesifik serta menantang. Studi kasus banyak mengungkapkan hal-hal yang amat detail, melihat hal-hal apa yang tidak bisa diungkapkan oleh metode lain, dan dapat menangkap makna yang ada di belakang kasus dalam kondisi objek secara natural,

Metode Analisis Data

Analisis data adalah proses mencari dan menyusun secara sistematis data yang diperoleh dari hasil wawancara, observasi dan dokumentasi, dengan cara mengorganisasikan data ke dalam kategori, menjabarkan ke dalam unit-unit, melakukan sintesa, menyusun ke dalam pola, memilih mana yang penting yang akan dipelajari dan membuat kesimpulan sehingga mudah dipahami oleh diri sendiri dan orang lain (Bagong, Suyanto dan Sutinah. 2007:172).

TEMUAN DAN DISKUSI

Analisis Konsep Konvergensi Liputan 6.com

Reformasi merupakan gerbang pembuka bagi kebebasan pemberitaan media. Hal ini mengakibatkan semakin bergeliatnya pers Indonesia dalam mengekspose berbagai berita. Salah bentuk geliat dalam mengekspose berita adalah banyaknya bermunculan media-media *online*. Media *online* yang pada umumnya adalah sarana komunikasi saat ini, ternyata telah menjadi sebuah media alternatif dalam menjawab kebuntuan akan kebutuhan informasi. Hasilnya mulai banyaklah berbagai informasi yang masuk ke dalam kognitif, afektif dan psikomotorik masyarakat. Maka yang terjadi adalah kesimpang siuran informasi

Bermunculannya berbagai media *online* dengan segmentasi anak muda sebagai implikasi dari penggunaan internet yang menjamur, menjadi titik awal kaum muda akan kesadaran informasi. Media *online* atau portal berita tersebut mulai menjadikan anak muda menjadi

pasar baru bagi industrinya, mulai dari isi yang disesuaikan dengan kondisi pengetahuan anak muda, informasi hiburan, informasi gaya hidup dan informasi tentang kesehatan semuanya diarahkan untuk kebutuhan anak muda, persentasinya untuk kebutuhan orang tua pun terlihat sangat sedikit apalagi kebutuhan anak-anak.

Dalam mengemas penampilannya anak muda selalu menjadi perhatian dari liputan6.com. Oleh karena itu, Liputan6.com membuat aturan sendiri dalam menyeleksi informasi-informasi yang akan ditampilkan. Tingkat privatisasi pun menjadi pilihan dalam menentukan informasi, artinya seberapa layak berita tersebut dapat dikonsumsi oleh khalayaknya. Menjadi hal yang menarik bila dalam liputan6.com, untuk berita-berita yang tidak layak dikonsumsi oleh anak muda selalu tampil layar dengan pertanyaan “apakah usia anda sudah 18 +”, inilah yang menjadi penyeleksi atas konten-konten yang layak dikonsumsi bagi anak muda. Hal ini yang membuat liputan6.com berbeda dengan media *online* yang lainnya.

Liputan6.com memiliki tolak ukur sendiri untuk indikator pemberitaan dan khalayaknya yang akan dijadikan sebagai konten, karena konten ini merupakan aspek penting bagi sebuah media *online*, maka dalam pemilihan konten ini pun Liputan 6.com tidak mau kompromi. Karena bagi Liputan6.com Konten pada media *online* akan mencerminkan keseluruhan isi dari sebuah media *online* tersebut. Konsep yang diusung tetap sama sejak awal kemunculan media *online* atau portal berita ini, yaitu aktual, tajam dan terpercaya. Artinya disini adalah bahwa pemberitaan yang lebih mengarah kepada anak muda ini tidak boleh mengedepankan kepentingan satu kelompok atau berpihak, bahkan bila kedapatan konten beritanya berpihak maka akan dikenakan sanksi bagi penulisnya.

Liputan6.com hadir untuk mengapus stigma negative yang melekat pada media *online* atau portal berita. Media *online* atau portal berita yang terkesan serius dan penuh dengan nuansa politik, oleh liputan6.com dikemas

dengan penampilan yang baik, terlebih lagi karena target khalayaknya adalah anak muda, maka sejak kemunculannya Liputan6.com lebih menegaskan bahwa kemasan dan isinya adalah untuk kebutuhan pembaca anak muda. Sehingga tidak heran segala saluran dan konten presentasinya pun mengarah pada kebutuhan yang ada pada dunia anak muda.

Peran Konvergensi dan Participatory Culture pada Liputan6.com

Kehadiran portal berita atau media *online* dengan segmentasi anak muda merupakan warna tersendiri dalam ranah industri media massa di Jakarta. Portal berita ini menarik perhatian khalayak akan informasi popularitas tren gaya anak muda. Maka tak heran portal berita ini berlomba-lomba untuk menampilkan informasi terkini sebagai daya tariknya. Hal ini membawa pembaharuan pada industri media massa yang kian cerah.

Berdasarkan hasil wawancara dengan Vice Editor in Chief Liputan 6.com dapat diketahui bahwa semenjak Liputan6 pada tahun 2012, portal berita ini terus mengalami peningkatan dalam hal penampilan. Meskipun saat ini ramai bermunculan berbagai media *online* namun Liputan6.com, dari awal sudah mencanangkan untuk menampilkan media *online* yang dapat memenuhi kebutuhan informasi anak-anak muda.

Segegap pekerja Liputan 6.com telah melakukan diskusi mendalam mengenai wabah media *online* yang mewabah di masyarakat Indonesia saat itu. Namun temuan yang didapat justru berbanding terbalik. Para pembaca Liputan6.com yang merupakan anak-anak muda yang aktif mengaku lebih menyenangi Liputan6.com saat ini, membuka gadget atau membuk komputer mencari Informasi dimudahkan oleh berbagai sarana yang ada pada liputan6.com terlebih video streaming, semakin menambah keakuratan informasi yang ada.

Berkembangnya media *online* Liputan6.com menandakan bahwa industri media massa belum berakhir. Dengan peningkatan viewer

yang cukup signifikan menjadi bukti bahwa industri media *online* semakin bersinar. Kiprah Liputan6.com di ranah industri media massa membawa semangat baru dalam nuansa media *online*. Segmentasinya dibuat lebih beragam agar dapat memenuhi tuntutan pasar. Berbagai kiat dilakukan demi menjaga loyalitas pembaca. Semakin banyaknya kompetitor membuat majalah-majalah ini terus berusaha untuk memberikan muatan-muatan yang sesuai dengan perkembangan zaman.

Jika diamati lebih lanjut, interaksi sosial yang terjadi pada produksi media *online* ini melahirkan perubahan sosial yang terjadi dalam masyarakat. Hasil dari interaksi sosial inilah yang kemudian membawa pengaruh besar bagi masyarakat. Pemberitaan media mengenai gaya hidup menunjukkan bahwa animo masyarakat amat besar akan berita tersebut. Hal ini melahirkan tuntutan pasar yang besar pula akan informasi-informasi terbaru mengenai gaya hidup.

Dalam fungsinya sebagai wadah pemberitaan yang informatif dengan menyebarkan berbagai berita serta informasi, maka media juga dapat bertindak sebagai agen simulasi. Dalam hal ini media dapat mengkonstruksikan suatu pemberitaan. Realitas buatan dapat diolah sedemikian rupa hingga menjadi realitas sesungguhnya. Juga fakta realitas yang ada dapat dibentuk untuk memperkaya keadaan nyata. Hal ini bergantung pada apa yang menjadi tujuandibentuknya media tersebut. Dalam penciptaan citra realitas media mampu menciptakan sebuah pandangan yang hegemoni terhadap suatu pemberitaan. Dengan kemampuan inilah media tersebut membangun elektabilitasnya.

Jika menyiarkan informasi mengenai gaya hidup adalah awal mula lahirnya Liputan6.com dengan segmentasi anak muda, maka Liputan6.com tak mau dianggap sebagai portal berita atau media *online* yang ketinggalan zaman. Hal ini yang kemudian membuat portal berita atau media onlain ini mengalami sedikit pergeseran tujuan. Selain menjaga loyalitas pembaca, ekonomi politik juga diterapkandalam produksi

portal berita atau media *online* tersebut. Hal ini dilakukan demi menjaga eksistensi portal berita atau media *online* tersebut. Tekanan-tekanan yang datang mendorong portal berita atau media *online* tersebut melakukan tindakan yang dapat menjaga kelangsungan produksi portal berita atau media *online* tersebut. Berbagai kiat yang dilakukan demi menguatkan lini bisnisnya dalam industri media massa. Kiprah Liputan 6.com terbukti telah membawa warna tersendiri yang menghidupkan kembali industri media massa.

SIMPULAN

Dalam penelitian ini peneliti mencoba menjawab rumusan masalah yang telah dikemukakan sebelumnya, yaitu konvergensi media *online* dalam memenangkan persaingan industri new media di Indonesia (Studi kasus pada Liputan6.com). Dalam produksi portal berita atau media *online* tersebut. Peneliti mengungkapkan faktor-faktor pendorong lahirnya portal berita Liputan 6.com tersebut, analisis konsep konvergensi yang diusung oleh liputan 6.com, serta perannya dalam industri new media di Indonesia. Berdasarkan data yang telah dipaparkan dalam bab terdahulu, peneliti dapat menarik beberapa simpulan sebagai berikut; Sebagai portal berita atau media *online*, Liputan 6.com yang basis aktivitas media bergantung kepada sarana internet yang bertugas melakukan sosialisasi atau penyebarluasan berita. Maka melalui penelitian ini di dinyatakan berhasil, karena dimanapun masyarakat berada dapat menikmati informasi yang disebarluaskan melalui jaringan internet tersebut, banyaknya pengguna internet terutama anak muda, dapat menerima informasi yang ditawarkan karena Liputan 6.com menyuguhkan kecepatan, ketepatan serta variatif, karena itulah yang menjadi nilai jual dari Liputan 6.com, yang apabila itu tidak dilakukan, tentu akan ditinggalkan pembacanya.

Sebagai produsen berita pada industri New media, Liputan6.com telah mengembangkan teknik dalam memperoleh informasi

secepat cepatnya dan se-aktual yaitu dengan mengedepankan konsep *Citizen Journalisme* atau Jurnalisme warga. dimana Liputan6.com dalam peliputan beritanya Liputan6.com melakukan pelibatan masyarakat, mengingat saat ini teknologi handphone telah dilengkapi sarana video dan camera, dan ini dipandang sebagai *participatory culture* dalam pemikiran Henry Jenkins

Bahwa Liputan6.com dalam melakukan *participatory culture* pada industri New Media adalah dengan memenuhi kebutuhan informasi Anak muda yang menjadi *Target Audience* nya, bukan hal yang aneh bila informasi di Liputan 6.com mengarah pada informasi yang bersifat hiburan atau dikenal dengan *infotainment*. Sehingga memunculkan interaktivitas yang menarik yaitu pembicaraan dari mulut kemulut, dan ini adalah wujud kalau Liputan 6.com dapat mempengaruhi pikiran pembacanya.

Khalayak yang nota bene anak muda tersebut, pun menjadi sadar mana informasi yang bersifat umum dan mana informasi yang bersifat privasi bila media mengajarkan itu dan Liputan 6.com pun telah mengajarkan itu dengan pemblokiran untuk konten-konten dewasa, sehingga ketika khalayak melakukan sinkronisasi berita dengan melakukan sosialisasi ke pihak lain mereka pun akan tersadar ini layak atau tidak disampaikan.

Liputan6.com teridentifikasi menerapkan faham ekonomi politik media dalam produksi beritanya terutama dalam hal konvergensi, baik dalam konvergensi isi atau intrinsik yaitu dengan menyuguhkan informasi yang lebih banyak pada hiburan, kemudian konvergensi khalayak atau ekstrinsik ya melakukan pelibatan warga guna mengumpulkan berita dan menyebarkan yang disebut *citizen journalism* serta konvergensi siberatik yaitu mengurangi batas ruang dan waktu dengan terus melakukan penyebaran berita, yaitu dengan melakukan *sharing* pada media yang lain baik itu Yahoo.com, Vivanews.com serta media sosial lainnya.

DAFTAR PUSTAKA

Arikunto, Suharsimi. 1998. *Prosedur*

- Penelitian, Suatu Pendekatan Praktek*. Jakarta: Rineka Cipta.
- Artha, Aprilia Devfanny. 2012. *Representasi FPI pada Media Online (Analisis Wacana Kritis terhadap Portal Berita Liputan6.com)*. Universitas Indonesia.
- Astriani, Amelia, Yufinna, W. 2014. *Analisis Berita Pra KLB Partai Demokrat Di Media ViVA. CO.ID dan Liputan6.com*. Universitas Mulawarman Pontianak .
- Atmakusuma, Maksum Iskandar. 2003. *Melacak Jurnalisme Media Siaran Dan Internet*. Jakarta: RMBOOKS
- Denzin, NK. dan Lincoln, YS (eds). 2000. *Handbook of Qualitative Research (Second Edition)*, Thousand Oaks, London, New Delhi: Sage Publication.
- Effendy Uchjana, Onong. 2000. *Ilmu Komunikasi Teori dan Praktek*. Bandung: PT. Remaja Rosdakarya.
- Jenkins, Henry. et. al, 2009. *Confronting The Challengess of Participatory Culture: Media Education for the 21st Century*. Massachusetts: MIT Press.
- Jenkins, Henry. 2004. *Convergence Culture: Where Old and New Media Collide*. New York: New York University Press.
- Karlinah, Siti. 2000. *Komunikasi Massa*. Jakarta: Universitas Terbuka.
- Kriyantono, Rachmat. 2010. *Teknik Praktis Riset Komunikasi*. Jakarta: Prenada Media Group.
- Ks, Usman, 2009. *Ekonomi Media, Pengantar Konsep dan Aplikasi*. Bogor: Ghalia Indonesia.
- Moleong, Lexy, J. 2000. *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Bandung: PT Remaja Rosda Karya.
- Mulyana, Dedy. 2003. *Ilmu Komunikasi, Suatu Pengantar*. Bandung: PT. Remaja Rosdakarya.
- Mc Quail, Denis. 2011. *Teori Komunikasi Massa*, terj. Agus Dharma dan Aminuddin Ram Jakarta: Erlangga.
- Prihantoro, Edi. 2013. *Analisis Wacana Pemberitaan Selebriti Pada Media Online* www. Kompas.com, www. mediaindonesia.com, www.detik.com, www.Liputan 6.com Universitas Gunadarma Jakarta.
- Rakhmat, Jalaluddin. 2009. *Psikologi Komunikasi*, Edisi Reivsi, Bandung: PT. Remaja Rosdakarya.
- Romli, M, Syamsul, Asep. 2000. *Jurnalistik Online: Panduan Praktis Mengelola Media Online*. Bandung: Nuansa Cendekia.
- Salim, Agus. 2006. *Teori dan Paradigma Penelitian Sosial*. Yogyakarta: Tiara Wacana.
- Severin, Werner J, Tankard, Jr, James W. 2007. *Teori Komunikasi: Sejarah, Metode, Dan Terapan di Dalam Media Massa*. Jakarta: Kencana Prenada Media Group.
- Sugiyono, 2008. *Metode Penelitian Pendidikan*. Bandung: CV. Alfabeta.
- Turner, L.H. & West, R.L. 2007. *Introducing Communication Theory: Analysis and Application*, 3rd Ed. New York: McGraw-Hill.
- Wahyudi, J, B. 1986. *Komunikasi Massa Televisi*, Alumni, Bandung.
- Wazis, Kun 2012. *Media Massa dan Kontruksi Realitas*. Jakarta: Aditya Media Publishing.
- Wimmer & Domminick. 1991. *Mass Media Research: An Introduction*. USA: Cencage Learning.
- Zaenuddin, HM, 2011. *The Journalist*. Bandung: PT. Remaja Rosdakarya.