

## GELIAT KONVERGENSI MEDIA CETAK LOKAL

<sup>1</sup>Aji Leksmna, <sup>2</sup>Mayasari, <sup>3</sup>Ana Fitriana Poerana

<sup>1,2,3</sup>Program Studi Ilmu Komunikasi, Universitas Singaperbangsa Karawang  
ajihimself@gmail.com.



Diterima : 18 Maret 2020; Review : 10 juni 2020; Direvisi Author : 12 juli 2020; Terbit : 14 Agustus 2020

### Abstrak

Surat kabar yang merupakan media informasi tertua di bumi kini tengah mengalami kemunduran sejak tumbuh dan berkembangnya teknologi informasi, utamanya semenjak kehadiran internet. Ada banyak korporasi media cetak yang mati, namun banyak pula yang mampu tetap bertahan dengan melakukan berbagai inovasi dan adaptasi. Konvergensi adalah bentuk nyata inovasi media cetak untuk tetap bertahan, ada banyak model konvergensi dengan langkah dan pola yang berbeda, tidak semua media cetak melakukan konvergensi dengan model yang sama. Penelitian kualitatif dekriptif yang dilakukan melalui metode wawancara dan kajian pustaka ini bertujuan untuk mengetahui model konvergensi yang diadopsi oleh Harian Umum Pasundan Ekspres di tengah tuntutan digitalisasi media yang terus berkembang. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa sejak 2019 Pasundan Ekspres menerapkan model konvergensi *news gathering* yang selanjutnya menghasilkan konvergensi *content*, di mana wartawan harus mampu menjadi wartawan yang *multitasking* atau mampu bekerja untuk beberapa *platform* sekaligus untuk menyokong produktifitas *platform online* dan cetak secara bersamaan. Namun, pilihan pimpinan perusahaan untuk tidak menyiapkan infrastruktur pendukung secara besar dan tenaga ahli baru yang berpengalaman menjadi kendala sekaligus tantangan lain para jurnalis dan jajaran redaksi dalam melaksanakan konvergensi di tengah segala keterbatasan.

**Kata Kunci:** Jurnalis, Konvergensi, Media Cetak Lokal, Pasundan Ekspres.

### 1. PENDAHULUAN

Kemajuan dunia informasi dan teknologi yang kian pesat mengubah banyak hal dalam kehidupan umat manusia. Faktanya, bukan hanya urusan industri saja yang terkena dampak kemajuan teknologi ini, dunia media juga mengalami hal yang serupa. Media dituntut untuk dapat terus beradaptasi dengan zaman agar tidak ditinggalkan audiens yang akan berdampak pada

mandeknya perputaran roda ekonomi korporasi.

Sebelumnya, kehadiran media baru yang lebih senior seperti televisi dan radio sudah mengubah pola dan minat masyarakat dalam mengonsumsi informasi, namun hadirnya internet yang merupakan medium persebaran informasi terbaru yang jauh lebih efisien mengubah secara brutal pola kebiasaan masyarakat dalam mengonsumsi informasi. Burhan

Bungin dalam bukunya yang berjudul “Sosiologi Komunikasi: Teori, Paradigma dan Diskursus Teknologi Komunikasi di Masyarakat” (2006, h. 136) mengatakan:

*“Keberadaan internet yang berkembang baru-baru ini tidak hanya menjadikan teknologi mampu mentransmisikan berbagai informasi, namun mampu menciptakan dunia baru dalam realitas kehidupan manusia, yaitu sebuah materialistis yang tercipta dalam dunia maya”.*

Beberapa waktu terakhir jumlah cetakan surat kabar yang disebarakan di negara-negara maju angkanya kian menurun. Aceng Abdullah dalam Nurrahmah (2017, h. 3) menyebutkan contohnya terjadi di Amerika Serikat dan beberapa negara maju lain yang pada tahun 2009 beberapa surat kabar yang telah berusia ratusan tahun cetakannya merosot secara drastis, bahkan hingga berhenti terbit. Contoh nyatanya terjadi pada *The Rocky Mountain News*, tabloid harian yang sudah berusia 153 tahun ini akhirnya memilih tutup pada 27 Februari 2009 dengan meninggalkan 117.600 pembacanya. *The Seattle Post Intelegence (Seattle PI)*, media cetak asal Seattle, Washington ini memilih tutup setelah terbit terhitung sejak tahun 1853 (Rusdi Amiral, 2012).

Menurut hasil survey yang dipublikasikan oleh Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia (APJII) pada 2017 lalu, total pengguna aktif internet di Indonesia menyentuh angka 143,26 juta jiwa dari jumlah populasi sebesar 262 juta jiwa. Angka ini menunjukkan peningkatan yang cukup besar, mengingat penelitian yang sama pernah dilakukan APJII pada 2016 dengan hasil pengguna internet dalam negeri sebesar 132,7 juta dari 256,2 juta penduduk Indonesia saat itu (Wahyuningsih & Zuhazmi, 2020, h. 77-78).

Teknologi internet telah mengubah segalanya, internet mampu menyebarkan informasi ke semua lapisan masyarakat dalam bentuk apapun baik itu teks, gambar maupun video dengan sangat cepat tanpa harus memedulikan letak geografis. Hal ini sangat berbeda dengan surat kabar konvensional yang memakan waktu dan ongkos lebih dalam pendistribusiannya. Kondisi ini jelas sudah disadari oleh para *stakeholder* perusahaan media konvensional yang masih bertahan, gugurnya beberapa perusahaan media konvensional lain jelas membuat gusar. Pada akhirnya, media cetak memilih jalan untuk ikut dalam arus perkembangan

teknologi ini dengan melakukan perubahan dalam kegiatan industri media perusahaannya.

Penelitian terdahulu pada tingkat media cetak lokal yang membahas proses adaptasi pelaksanaan konvergensi telah dilaksanakan pada Harian *Pikiran Rakyat* sebagai upaya untuk menjaga eksistensi dan mempertahankan diri di tengah persaingan media digital menunjukkan adanya proses yang panjang. Konvergensi tidak hanya berhenti pada digitalisasi produk jurnalisme saja, implementasi konvergensi dijalankan secara bertahap selama bertahun-tahun dan terus menerus dengan memperhatikan faktor internal dan eksternal perusahaan (Idhar & Sonny, 2014).

Pada tingkat media cetak nasional, penelitian mengenai konvergensi juga dilakukan pada *Tempo*. Konvergensi yang diterapkan di media *Tempo* adalah konvergensi *newsroom* yang menjadikan ruang redaksi menjadi pusat kendali persebaran berita yang memasok kebutuhan berita di beberapa *platform*: tempo.co, Koran Tempo, dan Majalah Tempo. Dengan jenis konvergensi ini, para redaktur diberikan tugas kerja baru dengan harus mengelola berita untuk beberapa

*platform* dengan persentase yang berbeda-beda sesuai kebutuhan (Pratopo dan Kusajibrata, 2018).

Setiap media melakukan konvergensi yang berbeda, tergantung tujuan, kebutuhan, dan kemampuan media itu sendiri. Contohnya seperti *Tribun Jogja* yang menerapkan strategi 3M (*multimedia*, *multichannel*, dan *multiplatform*) dengan cara memanfaatkan jaringan *Tribun* yang luas untuk memudahkan mereka dalam melakukan distribusi berita antar media, promosi lintas *platform*, dan bisnis silang antar jaringan media. *Tribun Jogja* berhasil mendapatkan keuntungan melalui pasokan pengiklan dan pasokan berita *real time* melimpah yang selanjutnya mampu mengurangi biaya administrasi dan material (Khadziq, 2016). Begitu pula yang dilakukan oleh *Jateng Pos* dengan memfokuskan diri pada berita-berita pariwisata dan potensi daerah berbasis fotografi ciamik. *Jateng Pos* mampu menyematkan label sebagai media pariwisata dan *traveling* ke benak khalayak, dengan memanfaatkan *platform* digital utamanya yakni media sosial, *Jateng Pos* juga mampu menggaet Pemerintah Daerah sebagai mitra bisnis dalam bidang promosi potensi daerah dan pariwisata (Aminuddin & Hasti, 2020).

Dalam konteks yang lebih luas, sesungguhnya konvergensi mengubah hubungan dunia teknologi, industri, gaya hidup masyarakat, serta kondisi pasar. Konvergensi mengubah pola hubungan produksi-konsumsi yang selanjutnya memberikan dampak pada berbagai bidang kehidupan, mulai dari ekonomi, sosial, budaya, politik, dan pendidikan, semua itu diawali dengan maraknya penggunaan konvergen media di lingkup khalayak secara luas (S. Fuji, 10: 2016).

Sederhananya, konvergensi dalam dunia media adalah penggabungan berbagai jenis media yang selama ini dianggap sebagai sesuatu yang terpisah dan berbeda menjadi sebuah bentuk media baru yang tunggal dengan banyak fungsi di dalamnya (G. Ilham, 215: 2015).

Konvergensi jurnalistik menurut August Grant dalam Anton Wahyu Prihartono (2016: 109) menitikberatkan pada perubahan cara berpikir sebuah media tentang sebuah berita dan cara peliputannya. Dalam konvergensi jurnalistik, Grant memperkenalkan tiga model konvergensi, yakni konvergensi *newsroom* (ruang redaksi), konvergensi *newsgathering* (pengumpulan berita), serta konvergensi *content* (konten).

Pada konvergensi *newsroom*, model konvergensi ini terletak pada bagaimana semua jurnalis dari jenis *platform* yang berbeda seperti koran, *online*, radio, dan televisi menggabungkan diri dalam satu ruangan yang menghimpun semua data berita yang mereka kumpulkan. Jurnalis hanya bekerja untuk satu jenis *platform* saja dan ruang redaksi besar ini yang akan mengolah semua berita untuk disalurkan ke masing-masing *platform* yang ada.

Sementara model konvergensi *newsgathering* menitikberatkan pada cara kerja para jurnalisnya, di mana setiap jurnalis dituntut untuk mampu mencapai level *multitasking*, atau mampu bekerja untuk berbagai *platform* yang ada. Misalnya seperti seorang jurnalis harus mampu memproduksi berita untuk cetak, *online*, radio, televisi, juga tentu harus mampu mengambil foto, merekam video, dan merekam audio untuk menunjang berita-beritanya.

Pada konvergensi model *content*, produk berita yang mengalami konvergensi, di mana berita dapat disajikan dalam bentuk yang beragam seperti teks, gambar, video, radio, *podcast*, dan lain sebagainya. Contohnya seperti *website* yang di dalamnya memiliki kanal

yang lengkap, mulai dari berita *online*, *epaper* koran, video liputan berita, radio, dan *podcast*.

Tren baru di industri media ini pada akhirnya membuat para pelaku bisnis dan pekerja media harus mampu adaptif, kelenturan dalam menerima perubahan harus dipahami dan ditanamkan kepada seluruh elemen. Beberapa pers cetak akhirnya mulai dan telah membuat beberapa *platform* digital sebagai medium pemberitaannya, pembuatan *website real time*, aplikasi *mobile*, *e-paper*, dan ekspansi media sosial merupakan cara terbaik. Selain inovasi di berbagai bidang, investasi infrastruktur maupun sumber daya manusia juga harus mulai digalakan.

Berdiri sejak tahun 2008, *Pasundan Ekspres* sebagai media cetak harian lokal juga tengah melakukan hal yang sama, yaitu mengembangkan medium baru dalam menyebarkan informasi berbasis teknologi digital. Perkembangan teknologi komunikasi dan tuntutan bisnis akibat perubahan pola konsumsi informasi masyarakat menjadi pendorongnya. Penciptaan *website* resmi

*pasundankespres.co*, *e-paper*, dan ekspansi media sosial meliputi *Facebook*, *Twitter*, *Instagram*, dan *YouTube* menjadi kuncinya.

Semua medium informasi baru di atas memang sudah ada dan berjalan selama beberapa waktu terakhir di *Harian Umum Pasundan Ekspres*. Namun, keterbatasan dalam banyak sektor seperti keterbatasan *budget*, fasilitas, serta kualitas dan kuantitas SDM menjadi pembeda antara media cetak lokal dan media cetak nasional dalam urusan konvergensi media. Dengan berbagai faktor tersebut, pada akhirnya *Pasundan Ekspres* harus memilih dengan cermat model konvergensi seperti apa yang cocok untuk diterapkan.

Berbeda dengan beberapa penelitian sebelumnya yang fokus pada pola kerja sama, sistem kerja antar jaringan media, perubahan kerja ruang redaksi, dan inovasi bisnis setelah melaksanakan konvergensi, penelitian ini bertujuan untuk menganalisis model konvergensi yang terapkan *Harian Umum Pasundan Ekspres* dan proses adaptasi para wartawan semenjak perusahaan melaksanakan konvergensi.

## 2. METODOLOGI PENELITIAN

Jenis penelitian ini adalah penelitian deskriptif kualitatif, menurut Jalaluddin Rakhmat (2012: 24) penelitian deskriptif hanya memaparkan situasi atau peristiwa. Menurut Bogdan & Taylor (1975, h. 5) dalam Lexy J. Moleong (2009, h. 4) mendefinisikan kualitatif sebagai sebuah prosedur penelitian yang menghasilkan data deskriptif berupa kata-kata tertulis atau lisan dari narasumber dan perilaku yang dapat diamati.

Penelitian ini dilakukan selama dua bulan di Subang, dimulai pada bulan Juli hingga September 2020. Peneliti menentukan informan dengan teknik *purposive sampling* yang sudah dipilih dan dianggap memiliki informasi yang tepat dengan topik yang hendak diteliti. Informan pada penelitian ini ialah Lukman Nurhakim yang menjabat sebagai Pemimpin Redaksi *Harian Umum Pasundan Ekspres* dan Penanggung Jawab *Tim Online*, Dede Sugiarto yang menjabat sebagai Redaktur *Online Pasundan Ekspres*, serta Yusup Suparman dan Yogi Miftahul Fahmi yang menjabat sebagai jurnalis lapangan.

Data primer pada penelitian ini didapat dari hasil wawancara mendalam dan observasi dengan melontarkan daftar pertanyaan yang sama untuk setiap informan dengan maksud mendapatkan informasi yang berbeda serta memberikan pertanyaan-pertanyaan turunan lain yang berkaitan hingga mencapai titik jenuh. Lalu data sekunder diperoleh melalui kajian pustaka yang berasal dari buku, karya tulis ilmiah, jurnal, artikel, dan literatur yang memiliki kaitan dengan penelitian dari sumber yang kredibel dan dapat dipertanggung jawabkan.

Selanjutnya peneliti harus melakukan pengolahan dan analisis data dengan cara menganalisis atau memeriksa data, mengelompokkan data, memilih data menjadi sesuatu yang dapat diolah, mencari dan menentukan pola, menentukan apa-apa saja yang penting berdasarkan kebutuhan penelitian serta memutuskan apa saja yang dapat dipublikasikan. Hal ini dilakukan untuk membuat hasil penelitian tidak terlalu melebar dan melenceng dari tujuan awal permasalahan yang hendak diteliti.

### 3. HASIL DAN PEMBAHASAN

Sebelumnya sejak berdiri pada 2008 hingga 2018, *Pasundan Ekspres* merupakan bagian dari Jawa Pos Group. Namun selanjutnya terjadi perpindahan kepemilikan saham hingga beberapa media cetak asuhan Jawa Pos Group berpindah tangan menjadi bagian dari Fajar Indonesia Network, dan *Pasundan Ekspres* adalah salah satu di antaranya.

Sejak berdiri pada tahun 2008 hingga 2011, *Pasundan Ekspres* hanya memproduksi koran tanpa ada produk konvergensi apapun. Hal tersebut lantaran media *online* belum begitu akrab bagi masyarakat di basis wilayah *Pasundan Ekspres* utamanya di daerah. Selain itu, belum ada urgensi untuk mulai melaksanakan konvergensi, sebab persaingan media cetak dan media berita *online* wilayah edar koran *Pasundan Ekspres* belum begitu terasa. Namun, beberapa tahun kemudian pada akhirnya mulai banyak media *online* baru yang bermunculan baik skala nasional maupun lokal serta mulai merebaknya media cetak khususnya media cetak lokal yang melakukan digitalisasi media dengan membangun laman *website*. Tren tersebut akhirnya membuat para petinggi *Pasundan*

*Ekspres* merasa sudah saatnya untuk mulai melaksanakan konvergensi.

Selanjutnya *Pasundan Ekspres* resmi melaksanakan konvergensi dengan membuat laman *website* *pasundanekspres.com* pada tahun 2011 yang di perjalanannya sempat beberapa kali berganti, mulai dari berganti menjadi *pasundanekspres.id* hingga menjadi *pasundanekspres.co* seperti saat ini. Perubahan laman *website* dilakukan lantaran ketiadaan tenaga ahli *IT* yang secara khusus menangani pengelolaan *website*. Pada akhirnya, beberapa masalah muncul tanpa ada penanganan lebih lanjut, mulai dari masalah iklan *pop up* yang mengganggu, hingga kapasitas *website* yang tidak cukup hingga membuat *server* sering kali lumpuh yang akhirnya memaksa perusahaan mengganti *website*. Selanjutnya *Pasundan Ekspres* memproduksi *epaper* dan mulai membuat akun-akun media sosial, mulai dari *fanpage Facebook, Twitter, Instagram*, hingga kanal *Youtube*.

Pada 2019 *Pasundan Ekspres* mendirikan perusahaan baru yang diproyeksikan menjadi pengelola media-media digital *Pasundan Ekspres* dengan nama PT. Wahana Multimedia Pasundan.

Tidak ada perekrutan pegawai baru, semua elemen pegawai di level atas dan bawah merupakan pegawai PT. Wahana Semesta Pasundan yang merupakan perusahaan *Pasundan Ekspres* itu sendiri yang selama ini memproduksi koran cetak.

Setelah didirikannya perusahaan baru yang khusus bekerja di sektor media *online*, sistem kerja baru mulai dibentuk, pola kerja baru mulai digalakan, dan semua itu berjalan secara perlahan, beberapa perubahan yang terjadi di lingkungan redaktur di antaranya seperti yang disampaikan Lukman Nurhakim:

*“...kalau redaksi ya tetap, saya membagi ada redaktur khusus online, ada yang tadinya ngedit cetak ya sekarang tidak lagi ngedit untuk cetak, jadi hanya media online saja, yang ngedit cetak ya ada beda lagi. Ngedit online risikonya ya dia harus kerja jam berapa pun ada berita ya harus dikerjain. Untuk kerjanya ya harus stand by di sini, kalau sore dan malam ya di rumah pun harus ngedit, karena kita belum punya orang terpisah ya mau gak mau, kalau ada apa-apa ya harus ngedit. Kalau online ada kesalahan huruf di-complain orang bisa langsung diperbaiki, kalau koran kan tidak bisa, makanya harus teliti betul, untuk kerja proses besok tidak boleh salah”. (Lukman Nurhakim, Pemimpin Redaksi dan Penanggung Jawab tim online, 20 Juli 2020).*

Kendati telah berdiri sejak awal 2019 lalu, namun sistem kerja baru yang

ditujukan untuk menunjang kinerja produk digital baru benar-benar diaplikasikan pada Februari 2020, struktur kerja di tim *online* baru benar-benar bertugas di posisinya, target dan tugas baru para wartawan baru diwajibkan, dan sistem honor bonus untuk setiap produk *online* yang dikerjakan para wartawan baru diberlakukan.

Sejak pendirian perusahaan terpisah pada 2019, produk digital utama perusahaan (*website*) memang sudah memproduksi berita khusus yang hanya dipublikasi pada *website*, wartawan sudah diminta untuk mengirimkan berita khusus untuk dimuat di *website* dengan jarak waktu seminim mungkin dengan kejadian di lapangan, namun hanya sekadar perintah tak tertulis, sehingga sering kali wartawan tidak mengirimkan berita khusus untuk *website* dan masih terpaku memenuhi target berita harian untuk koran. Akibatnya, perkembangan konvergensi *Pasundan Ekspres* seakan tidak berjalan dengan baik, namun dengan semua kebijakan baru di awal tahun 2020 akhirnya kegiatan konvergensi mulai berjalan dengan baik dan produk-produk konvergensi mulai berkembang.

Sejak resmi menerapkan sistem kerja konvergensi pada Februari 2020, semua

wartawan secara resmi telah diperintahkan untuk memenuhi target berita dengan jumlah yang lebih banyak. Jika biasanya mereka diwajibkan untuk mengirimkan minimal tiga berita setiap sore untuk dimuat pada koran esok pagi, sejak saat itu wartawan diwajibkan mengirimkan lima berita sekaligus, tiga berita untuk koran yang dikirim di sore hari dan dua berita yang dikirim secepat mungkin untuk dimuat pada *website*.

Yogi Miftahul Fahmi mengaku, selain tuntutan menulis berita untuk dua *platform* sekaligus yaitu koran dan *website* setiap hari, wartawan juga dituntut untuk memproduksi video liputan berita untuk mengisi kanal *Youtube* PASUNDAN EKSPRES.

*“...terus dari segi pengambilan video juga sudah disuruh, paling tidak wartawan dalam satu minggu disuruh produksi berapa video gitu. Saya dituntut untuk mengeluarkan kemampuan, jadi yang tadinya tidak bisa ngedit video tapi karena dituntut untuk bisa ya jadi nambah skill. Jadi dari segi skill dan kompetensi itu kita dituntut untuk meningkat. Makanya kita dituntut harus mau berubah, pola kerja harus berubah, jadi secara tidak langsung ada peningkatan skill dan kompetensi, baik dalam hal ngedit dan bikin video”.* (Yogi Miftahul, Wartawan Pantura, 30 Juli 2020).

Walaupun memiliki banyak keterbatasan, *Pasundan Ekspres* selalu berkomitmen dan memberikan *feedback* yang baik kepada para wartawannya yang telah “dikorbankan” dalam kegiatan konvergensinya. Sebagai bentuk apresiasi, perusahaan memberikan honor yang terpisah dari gaji untuk setiap berita khusus *website* dan setiap video liputan berita yang diunggah di kanal *Youtube* PASUNDAN EKSPRES.

*“...bahkan Pasundan Ekspres lebih depan dalam urusan pemberian insentif ke wartawan untuk berita online dan liputan video, kalau di media lain kan masih include dengan gaji ya semuanya, kalau Pasundan bisa menyisahkan insentif untuk itu”.* (Yogi Miftahul, Wartawan Pantura, 30 Juli 2020).

Untuk menunjang konvergensi, penguatan di sektor infrastruktur merupakan hal yang sangat penting, namun investasi infrastruktur bukan sesuatu yang murah, investasi sumber daya manusia bukan sesuatu yang mudah, mencari dan memperkerjakan sumber daya manusia yang handal butuh biaya mahal, oleh sebab itu memanfaatkan sekaligus mengembangkan kompetensi sumber daya manusia yang ada adalah pilihan paling aman.

Setelah membangun sistem kerja, *Pasundan Ekspres* selanjutnya membangun ruang kerja baru yang dikhususkan untuk tim *online*.

“...dari segi fasilitas kita sediakan khusus, seperti ruang redaksi kita biasanya kan di atas nih, sekarang ada ruang khusus studio untuk Youtube dan redaksi untuk *online* di bawah. Jadi dari segi fasilitas juga ada upaya untuk maksimal demi mendukung kualitas.” (Yusup Suparman, *Wartawan*, 28 Juli 2020).

Hal senada juga diungkapkan oleh Lukman Nurhakim, sebagaimana seperti penuturan berikut:

“...ya yang pertama kita membuat tim terpisah, kita ada editor terpisah, ada kantor ruangan terpisah, ada fasilitas terpisah, supaya lebih serius. Bahkan kita bikin studio untuk Youtube Channel, kita beli perlengkapannya, kita investasi di situ, dan memang pasar juga sudah mulai merespon.” (Lukman Nurhakim, 20 Juli 2020).

Selain penyediaan ruang redaksi khusus tim *online* dan studio, *Pasundan Ekspres* juga sudah mulai melakukan investasi infrastruktur seperti pengadaan komputer baru dan perlengkapan *shooting* berupa *lighting* dan *tripod*. Kendati demikian, *Pasundan Ekspres* belum berani berinvestasi secara besar-besaran, hal itu dilakukan demi menghindari kesalahan yang berujung pada kerugian.

“... ada perusahaan media cetak di Bandung, saya tidak bisa menyebut namanya, dia optimis berlebihan untuk *online*, akhirnya korannya tidak terurus dan sekarang mau bangkrut. Jadi mereka ber-euforia berlebihan dengan digital, korannya tidak diurus, akhirnya sekarang sahamnya sedang ditawarkan, bangkrut, mereka tidak bisa menggaji karyawan ...” (Lukman Nurhakim, 20 Juli 2020)

Melihat pada peristiwa tersebut, *Pasundan Ekspres* amat berhati-hati dalam berinvestasi dan membelanjakan anggaran untuk kebutuhan media digitalnya, semua hanya masalah waktu, karena pembaca maupun pengiklan butuh waktu untuk beradaptasi. *Pasundan Ekspres* memilih untuk mengembangkan media digital secara perlahan dan bertahap mengikuti kemampuan dan kebutuhan perusahaan tanpa mengesampingkan target dan tujuan untuk menjadi yang terbaik, selain itu kualitas produk utama *Pasundan Ekspres* yaitu koran cetak selalu ditingkatkan agar tetap dicintai pembaca setia dan tidak ditinggalkan. *Pasundan Ekspres* tidak bisa hanya fokus dalam pengembangan produk digital dan mengesampingkan koran cetak, karena hal tersebut akan sangat berbahaya untuk kelangsungan bisnis perusahaan, mengingat pemasukan yang dihasilkan produk *online* masih jauh dari kata cukup.

Pemasukan yang dihasilkan oleh produk konvergensi *Pasundan Ekspres* saat ini masih jauh lebih kecil dibanding dengan pemasukan bisnis media cetak. Sejauh ini, iklan pada koran masih jauh lebih besar nilainya, nominal yang dihasilkan dari produk *online* bahkan tidak lebih dari 5% total pendapatan bisnis cetak. Hingga saat ini, segala bentuk pengeluaran untuk kebutuhan tim *online* mulai dari belanja fasilitas infrastruktur, honor terpisah untuk berita *online*, honor video liputan, biaya perawatan *website*, dan lain sebagainya masih disubsidi dari hasil bisnis koran cetak, dan pemasukan yang didapat dari produk *online* masih belum mampu menutup modalnya sendiri.

Setelah resmi berkonvergensi, Lukman Nurhakim selaku pemimpin redaksi juga tentu saja bertanggung jawab atas produk-produk *online*, kini ia juga bertugas untuk mengondisikan sistem kerja wartawan dalam menunjang produk *online*.

*“...saya mengondisikan sistem kerja tim online, jadi karena posisi saya sebagai pemimpin redaksi sekaligus juga di sini saya jadi penanggung jawab, dari direktur menugasi saya untuk membuat pola kerja baru, membuat sistem baru, bagaimana supaya produk online berkembang dan cetak juga tetap berjalan. Jadi*

*berawal dari pemahaman bahwa sekarang sudah berubah berarti media digital kita juga harus berubah, dalam artian saya mendorong bagaimana tidak hanya ada iklan untuk print tapi ada juga untuk digital, bagaimana ada monetisasi dari digitalisasi itu. Jadi saya lebih kepada pendekatan, saya juga harus memahami bagaimana sebuah berita itu berbeda antara untuk print maupun untuk digital, nah ini yang saya sendiri harus adaptif, dan harus belajar memahami bagaimana perilaku pembaca digital. (Lukman Nurhakim, Pemimpin Redaksi dan Penanggung Jawab tim online, 20 Juli 2020).*

Beberapa hal yang menjadi tugas barunya seperti membuat sistem kerja baru, membentuk tim baru meliputi redaktur dan wartawan, dan memantau berbagai perkembangan produk *online*. Secara garis besar Lukman harus dapat memastikan produk *online* berkembang dengan baik dan produk cetak tetap berjalan seperti biasa. Lukman juga bertanggung jawab atas segala target terhadap produk *online* yang diberikan petinggi perusahaan, mulai dari target iklan, target monetisasi *platform*, target kuantitas serta kualitas konten, dan lain sebagainya. Lukman juga harus memahami bagaimana kondisi masyarakat, konten seperti apa yang dapat mencuri banyak perhatian, terobosan apa yang akan menjadi daya tarik, dan lainnya.

Selain beberapa orang yang akhirnya memiliki tugas ganda, ada pula yang secara penuh dipindah tugaskan menjadi bagian tim *online*, seperti Dede Sugiarto yang sebelumnya merupakan editor berita koran namun sejak Februari 2020 lalu berpindah tugas menjadi editor berita *website*, dengan penempatan kerja yang berbeda secara otomatis jadwal kerja ikut berubah.

*“...ya perubahan dari jam kerja sih, kalau kompetensi sih ya ngedit kan sama saja, paling jam kerja saya jadi 24 jam. Tapi tetap ada kewajiban harus ke kantor dari pagi sampai sore jam 4, walau sebenarnya ngedit berita bisa di mana saja. Tetap kalau misalkan malam ada yang ngirim berita ya saya harus kerjakan, dulu cuma tiga jam kerja di kantor, sekarang jadi 24 jam kerjanya bisa di mana aja, tapi gak sesulit itu, ya happy aja saya mah.” (Dede Sugiarto, Redaktur tim online, 28 Juli 2020).*

Konvergensi yang dilaksanakan *Pasundan Ekspres* tergolong unik. Sebab perubahan pola kerja bukan hanya terjadi pada proses pengumpulan berita (*news gathering*), melainkan juga di ruang kerja redaksi yang mana terjadi pemisahan ruang redaksi antara koran dan *online*.

Sebelumnya, editor koran biasa datang ke kantor sekitar pukul 14.00, sembari menunggu kiriman tulisan berita para wartawan di lapangan, bekerja dengan

mengedit berita-berita untuk dimuat pada koran di keesokan pagi, proses edit di kantor biasanya memakan waktu hingga pukul 21.00 atau 22.00. Sementara editor berita *website* harus datang ke kantor sejak pukul 09.00 hingga sekitar pukul 17.00, tetap berada di kantor sambil menanti kiriman berita untuk *website* yang bisa datang kapan saja dan dimuat secepat mungkin. Selain itu, editor berita *website* juga harus mampu meracik tulisan menjadi lebih menarik dan cocok dengan gaya berita *online*.

Perubahan di level wartawan yang sudah pasti adalah penambahan target berita harian dari minimal tiga berita menjadi lima berita, tiga untuk dimuat pada koran dan dua untuk dimuat pada *website*. Akan tetapi, penambahan target berita juga tentu mempengaruhi jam kerja wartawan, seperti yang dituturkan oleh Yusup Suparman, wartawan lapangan *Pasundan Ekspres*.

*“...yang berasa sih jadwal kerja ya, pertama kan kalau misalkan menulis untuk di koran aja kita ya sehari tiga berita ya minimal itu, kalau misalkan jam sembilan jam sebelas terus jam satu udah ada berita waktu itu kan kalau saya pribadi ya, saya simpan saja dulu file-file kemudian jam setengah dua saya tulis semua tiga berita itu. Sekarang, karena dengan adanya online, ketika ada kejadian*

*yang sifatnya penting, terus informasinya pasti akan menyebar di media sosial mungkin kita harus lebih dulu, misalkan ada kecelakaan, kebakaran, langsung kita tulis untuk media online.” (Yusup Suparman, Wartawan, 28 Juli 2020).*

Berbeda dengan berita khusus koran yang biasa dikirim antara pukul tiga hingga lima sore, hasil tulisan berita *website* harus dikirim sesegera mungkin setelah peliputan dilakukan, sebab *Pasundan Ekspres* tengah berusaha menjadikan *pasundanekspres.co* sebagai *website* portal berita *real time* yang mampu mengabarkan peristiwa secepat mungkin. Selain itu, tidak ada batasan waktu para wartawan dalam mengirimkan berita *online*, apabila saat tengah malam terjadi sebuah peristiwa dan wartawan meliput peristiwa tersebut, tulisan berita harus langsung dikirim saat itu juga, editor juga dituntut untuk dapat selalu bersiaga di mana pun dan kapanpun.

Nyatanya wartawan kerap kali masih keteteran dalam memenuhi tuntutan target pekerjaan harian mereka, terbiasa mencari tiga berita dalam sehari yang disetorkan setiap sore berupa tulisan dan foto, kini ada banyak tugas baru yang wajib dipenuhi. Keterbatasan pengalaman, kompetensi, dan kondisi lapangan yang penuh kejutan membuat para wartawan tak

selamanya mampu memberikan hasil optimal.

*“...jadi yang agak berubah itu dari segi tugas, tuntutan, ketika dulu masih fokus di cetak itu ngirim tiga berita doang dan ngirimnya sore yasudah selesai, kalau sekarang dituntut lima . Saya juga masih adaptasi, jadi kadang saya gak ngirim untuk online, untuk cetak saja masih susah isunya ini masih ada online lagi dua berita gitu kan bebannya.” (Yogi Miftahul Fahmi, Wartawan Pantura, 30 Juli 2020).*

Kendati wartawan kerap mengalami kesulitan dalam memenuhi target berita harian, namun iklim kerja yang harmonis dengan tetap mengedepankan profesionalisme menjadi kunci para wartawan tetap merasa terdorong untuk memenuhi tugasnya dengan maksimal, walau kondisi kerap kali tidak mendukung

Selain wajib menulis lima berita dalam sehari dengan dua gaya penulisan yang berbeda yaitu berita cetak dan *online*, wartawan juga diwajibkan untuk membuat beberapa video liputan berita secara rutin setiap minggunya, dengan begitu mau tidak mau semua wartawan diharuskan untuk mulai belajar dan memperluas keterampilannya di dunia audio visual.

*“...terus dari segi pengambilan video juga sudah disuruh, paling tidak wartawan dalam satu minggu disuruh*

*produksi berapa video gitu. Saya dituntut untuk mengeluarkan kemampuan, jadi yang tadinya tidak bisa ngedit video tapi karena dituntut untuk bisa ya jadi nambah skill. Jadi dari segi skill dan kompetensi itu kita dituntut untuk meningkat. Makanya kita dituntut harus mau berubah, pola kerja harus berubah, jadi secara tidak langsung ada peningkatan skill dan kompetensi, baik dalam hal nge-desain dan bikin video.” (Yogi Miftahul Fahmi, Wartawan Pantura, 30 Juli 2020).*

Selain kewajiban minimal dua berita tambahan untuk *online* dan video liputan berita, terdapat juga tambahan tugas lain untuk beberapa wartawan yang ditunjuk langsung oleh Lukman Nur Hakmi untuk menggarap produksi acara *talk show* “Bincang-Bincang Pasundan Ekspres” yang rutin diunggah di kanal *Youtube* PASUNDAN EKSPRES. Anggota tim “Bincang-Bincang Pasundan Ekspres” ini terdiri atas Lukman Nurhakim selaku penanggung jawab juga bertindak sebagai pemimpin *project*, ditambah dengan Yusup Suparman yang bertugas sebagai pembawa acara, Yugo yang bertugas mengatur hal teknis selama proses *shooting* namun juga kerap kali bergantian menjadi pembawa acara menggantikan Yusup Suparman, dan Indrawan yang bertugas sebagai juru kamera dan editor video.

*“...kalau job tambahan jelas ada, kalau saya kan tadi itu mungkin menulis untuk berita online ya termasuk foto online, video juga harus bisa, dan saya pribadi dapat tawaran untuk jadi host di program “Bincang Pasundan”, jadi saya setiap hari Kamis atau Jumat saya meluangkan waktu untuk tetap stand by menerima narasumber di sini, dan bincanglah dengan mereka, yang tadinya gak pernah saya lakukan gitu kan, yang biasanya saya Jumat di luar sekarang harus stand by di kantor karena akan ada beberapa tamu yang hadir. Kalau ngomongin tuntutan kompetensi baru ya harus bisa nge-host, ngambil video juga. (Yusup Suparman, Wartawan, 28 Juli 2020).*

Pertama kali dirilis di *Youtube* pada 19 Mei 2020, program “Bincang-Bincang Pasundan Ekspres” yang rutin diunggah dua kali dalam seminggu ini tengah menjadi konsentrasi *Pasundan Ekspres*. *Talk show* dengan mengundang banyak bintang tamu lokal beken ini menyajikan berbagai topik yang beragam. Dengan keseriusan perusahaan mengembangkan media *online* termasuk *youtube*, saat ini kanal *youtube* PASUNDAN EKSPRES rutin mengunggah video setiap hari mulai dari video liputan berita hingga program *talk show*.

Jelas ini merupakan tantangan dan pelajaran baru, wartawan yang selama ini bekerja meliput dan menulis berita dengan kaidah kerja ala media cetak selama

bertahun-tahun, kini “dipaksa” untuk menjadi wartawan yang mampu memproduksi konten acara *talk show Youtube* mulai dari proses pra produksi, produksi, hingga pasca produksi dengan dilakukan secara mandiri dan belajar secara otodidak tanpa melewati pelatihan maupun pembelajaran khusus.

Tugas tambahan selain menulis berita *website* dan video liputan berita juga diemban oleh Yogi Miftahul Fahmi, yaitu menjadi admin di dua media sosial resmi *Pasundan Ekspres* yaitu *Twitter @beritapasundan* dan *Instagram @pasundanekspres*. Resmi memegang penuh kendali di dua media sosial tersebut terhitung sejak bulan Mei 2020, Yogi harus mampu menguasai ilmu pengelolaan media sosial perusahaan yang sebelumnya belum pernah digelutinya.

*“...saya juga memilah-milah mana yang cocok (diunggah), kadang kan jangan terlalu sering posting, maksudnya kayak yang diposting tiga sampe lima aja sehari. Berita mah banyak tapi kalau beritanya biasa aja ya ngapain di-posting. Kalau yang berita geger kayak pencurian, korupsi, pembunuhan, biasanya ya update pagi, siang, malam. Kita juga suka nge-mention akun-akun publik, ya pastinya akun publik follower-nya lebih banyak dari kita kan.” (Yogi Miftahul Fahmi, Wartawan Pantura, 30 Juli 2020).*

Kepekaan dalam memilih berita yang akan diunggah pada dua media sosial yang berbeda jelas diperlukan, mengingat tidak semua berita pada *website* akan cocok dijadikan konten pada media sosial. Terlebih dua jenis media sosial yang dikelolanya memiliki karakteristik yang berbeda. Dengan dua karakteristik media sosial yang berbeda tersebut, tentu berpengaruh pula pada jenis audiens yang ada pada dua jenis media sosial ini, berita yang cocok dengan *Instagram* belum tentu akan mendapat banyak perhatian bila diunggah di *Twitter*, pun berlaku sebaliknya.

Yogi juga harus mempelajari analisis algoritma media sosial, hal tersebut diperlukan untuk terus meningkatkan popularitas *Pasundan Ekspres* di media sosial, meningkatkan *engagement*, memperluas pasar, dan menguatkan target pasar yang sudah ada. Seiring dengan semakin besarnya akun-akun media sosial *Pasundan Ekspres* maka akan membuka peluang para pengiklan untuk datang dan menggunakan media sosial *Pasundan Ekspres* sebagai medium promosi produknya, hal tersebut jelas akan memberikan dampak yang amat baik bagi perusahaan.

Lukman Nurhakim selaku pemimpin redaksi sekaligus penanggung jawab tim *online* mengakui, masih ada banyak kekurangan dan proses adaptasi yang harus dihadapi para wartawannya masih panjang.

“...kalau dibilang efektifitasnya seperti apa sih ya saya melihat juga tidak mudah, mereka yang lama sebagai jurnalis koran belum tentu jiwanya langsung berubah layaknya jurnalis online, berbeda. Kalau jurnalis koran ya terbiasa di lapangan mungkin lebih teliti lagi, *check and recheck*, kemudian menulisnya baru sore, kalau online kan harus saat itu juga, harus sesegera mungkin menulis dan mengirimkan berita, ini yang menjadi perbedaan. Kalau wartawan koran kalau ada peristiwa demo dia akan meneliti lebih dalam lagi, ‘kenapa sih demo?’, ‘ada masalah apa sih?’, kalau wartawan online yasudah hanya demonya ini sekadar dilaporkan.”. (Lukman Nurhakim, Pemimpin Redaksi dan Penanggung Jawab tim online, 20 Juli 2020).

*Pasundan Ekspres* melaksanakan konvergensi dengan menitikberatkan pada kemampuan wartawannya yang harus mampu menjadi wartawan yang *multi tasking* atau dalam istilah konvergensi disebut dengan *super reporter* (Quinn & Filak: 2005) dalam Idhar & Sonny (2014, h. 114). Pusat perubahan sistem kerja berada pada bagaimana para wartawan bekerja, hal tersebut lantaran *Pasundan Ekspres* tidak mampu menyediakan *budget*

lebih untuk menambah jumlah wartawan agar dapat bekerja hanya pada satu *platform* saja, dengan demikian maka model konvergensi yang dilaksanakan oleh *Pasundan Ekspres* adalah model konvergensi *newsgathering* (pengumpulan berita). Selanjutnya dengan penambahan tugas para jurnalis untuk memproduksi berita dengan penyajian yang berbeda, pada akhirnya *Pasundan Ekspres* telah mampu melaksanakan konvergensi *content*, sebab berita yang dihasilkan *Pasundan Ekspres* telah disajikan dalam berbagai bentuk mulai dari teks, gambar, hingga video.

*Pasundan Ekspres* tidak melaksanakan konvergensi model *newsroom* karena tidak memiliki wartawan yang cukup banyak untuk dibagi bekerja hanya satu *platform* saja, seperti ada wartawan yang khusus memproduksi berita hanya untuk koran, lalu ada wartawan yang khusus bekerja untuk *website*, dan ada wartawan yang khusus bekerja untuk memproduksi video liputan berita untuk *Youtube* dan media sosial lain.

Maka dengan segala keterbatasan yang ada pada akhirnya model konvergensi *newsgathering* yang dipilih oleh *Pasundan Ekspres* dengan

selanjutnya menghasilkan konvergensi *content* sebab berita telah dapat disajikan dalam berbagai bentuk yang berbeda.

Dengan berbagai penambahan tugas dan perubahan yang terjadi, wartawan

#### 4. PENUTUP

Berdasarkan data yang dihimpun dan dianalisis, maka dapat disimpulkan bahwa *Pasundan Ekspres* menerapkan model konvergensi *news gathering* yang pada akhirnya melahirkan konvergensi *content* berdasarkan tiga model konvergensi menurut August Grant (2009), di mana wartawan harus mampu untuk menjadi wartawan yang *multitasking* atau mampu bekerja untuk beberapa *platform* sekaligus untuk dapat menghasilkan berita yang dapat disajikan dalam berbagai bentuk. Konvergensi juga merupakan jawaban atas tantangan digitalisasi media yang kian masif, *Pasundan Ekspres* harus mulai mempersiapkan diri untuk bekerja dan fokus di sektor *online* tanpa mengesampingkan sektor cetak.

Terdapat penambahan target berita harian wartawan, sebab kini mereka harus memasok berita untuk koran dan *website* sekaligus. Selain itu, wartawan dituntut

harus pandai dalam beradaptasi mengikuti pola kerja yang ada. Wartawan harus mampu mengelola waktu menjadi lebih efisien, meningkatkan kompetensi, lebih dinamis, dan melepaskan ego pribadi demi kepentingan perusahaan.

untuk memproduksi video liputan berita dengan jumlah tertentu setiap minggu untuk mengisi konten *Youtube*, semuanya dilakukan secara mandiri. Namun kerap kali wartawan masih belum mampu memenuhi semua tuntutan tersebut, mulai dari hanya mampu mengirimkan berita khusus koran, hingga belum dapat memproduksi video liputan berita. Selain itu, ada beberapa wartawan yang memiliki tugas tambahan lain, yaitu menjadi admin media sosial dan tim produksi program *talk show Youtube* “Bincang-Bincang *Pasundan Ekspres*”.

*Pasundan Ekspres* sangat berhati-hati dalam berinvestasi di dunia media *online*, karena perhitungan untung rugi masih menjadi prioritas perusahaan. Hal tersebut membuat *Pasundan Ekspres* terkesan lambat dalam merespons digitalisasi media, konvergensi tidak dapat berjalan cepat dan maksimal karena tidak didukung oleh infrastruktur yang baik dan *skill* wartawan yang mumpuni di dunia media

digital. *Pasundan Ekspres* juga tidak merekrut satu atau beberapa *expert* bidang media digital untuk menutupi minimnya *skill* para wartawan dan redaktur dalam dunia media digital untuk menunjang produk-produk konvergensinya.

## 5. DAFTAR PUSTAKA

- A, Rusdi. (2012, Oktober 14). Koran Dunia Tak Ingin Mati. *Kompas*. Diakses dari <http://internasional.kompas.com/read/2012/10/14/11305041/Koran.Dunia.Tak.Ingin.Mati.Gaya>
- Aminuddin, Ahsani Taqwim & Hasti, Nurul. (2020). Konvergensi Media Surat Kabar Harian Lokal *Jateng Pos. Kajian Jurnalisme, Vol. 03* (No. 02), 137-152. <http://jurnal.unpad.ac.id/kajian-jurnalisme/article/download/25070/12534>
- Bungin, Burhan. (2006). *Sosiologi Komunikasi: Teori, Paradigma, dan Diskursus Teknologi Komunikasi di Masyarakat* (Cet. IV). Jakarta: Kencana Predamedia Group.
- G, Ilham. (2015, Desember). Teknologi 4G-LTE dan Tantangan Konvergensi Media di Indonesia. *Jurnal Kajian Komunikasi, Volume 3* (No. 2), 212-220. <http://jurnal.unpad.ac.id/jkk/article/view/7409>
- Khadziq. (2016, April). Konvergensi Media Surat Kabar Lokal (Studi Deskriptif Pemanfaatan Internet pada Koran *Tribun Jogja* dalam Membangun Industri Media Cetak Lokal), *Vol. 9* (No. 1), 5-20. <http://ejournal.uin-suka.ac.id/isoshum/profetik/article/view/091-01>
- Moleong, Lexy J. (2009). *Metodologi Penelitian Kualitatif* (Cet. XXVI). Bandung: Remaja Rosdakarya Offset.
- Nurrahmah. (2017). Konvergensi dari Media Konvensional ke Digital (Studi pada *Harian Ujungpandang Ekspres*). Skripsi Universitas Islam Negeri Alauddin Makassar. <http://repositori.uin-alauddin.ac.id/15107/>
- Pratopo & Kusajibrata. (2018, Maret). Konvergensi di Ruang Redaksi pada Kelompok Media Tempo, *Vol. 2* (Ed. 1), 103-125. <https://ejournal.unitomo.ac.id/index.php/jsk/article/view/510>
- Prihartono, AW. (2016, April). Surat Kabar & Kovergensi Media: Studi Deskriptif Kualitatif Model Konvergensi Media Pada *Solopos. Jurnal Komunikasi, Vol. 4* (No. 1), 105-116. <http://journal.uad.ac.id/index.php/CANNEL/article/view/4210>
- R, Idhar & Y, Sonny. (2014, Agustus). Kajian Difusi Inovasi Konvergensi di *Harian Pikiran Rakyat. Jurnal Sioteknologi, Vol. 13* (No. 2), 110-118. <http://journals.itb.ac.id/index.php/ostek/article/view/1141>
- Rakhmat, Jalaludin. (2012). *Metode Penelitian Komunikasi*. Bandung: PT. Remaja Rosdakarya.
- S. Fuji. (2016). Penerapan Konvergensi Media pada Proses Redaksi Media *Online* (Studi pada

SuryaMalang.com).            Skripsi  
Universitas            Muhammadiyah  
Malang.  
<http://eprints.umm.ac.id/46022/>

Wahyuningsih, Titik & Zulhazmi,  
Abraham (2020, April). Jurnalisme  
Era Baru (Konvergensi Media  
*Radar Jogja* dalam Mneghadapi  
Persaingan Media). *Academic  
Journal of Da'wa and  
Communication, Vol. 01* (No. 01),  
76-91.  
[http://ejournal.iainsurakarta.ac.id/in  
dex.php/ajdc/article/view/241S2](http://ejournal.iainsurakarta.ac.id/index.php/ajdc/article/view/241S2).