

## STRATEGI KONVERGENSI MEDIA PADA PROGRAM PODCAST RUMAH CERITA DI TV9 SURABAYA

Nadya Roihatul Jannah<sup>1</sup>, Harliantara<sup>2</sup>, Nur'annafi Farni Syam Maella<sup>3</sup>, Iwan Joko<sup>4</sup>,  
Yenni<sup>5</sup>

<sup>1,2</sup> Universitas Dr. Soetomo Surabaya, Indonesia  
Nadyajannah03@gmail.com

### **Abstarct**

*The presence of online media makes people move from conventional media to online media, this has become a new habit in society. So this is a new challenge for the media industry, one of which is the television industry. In this era of media disruption, television must take part in distributing television content by utilizing various digital platforms through media convergence. Therefore, this study aims to find out how the convergence strategy is on the story house podcast on TV9 Surabaya and what are the supporting factors for media convergence on the story house podcast program on TV9 Surabaya. In this research, the type of research is descriptive with a qualitative approach. For data collection techniques, namely observation, interviews and documentation. Researchers conduct field research, namely by field research, researchers come directly to the field to find out how the media convergence strategy is in the story house podcast program. The results of the study explain that the convergence strategy carried out on the home story podcast program covers 5 aspects in Jenkins' theory, namely the convergence of technology, organic, economic, social and cultural. In the convergence of technology, story house podcasts have used multiplatform to deliver their content. In organic convergence podcast home stories have implemented one-time production generating content for multi-platform. Economic convergence on the home story podcast program has produced advertisements with its multi-platform application, but the results have not been maximized. The convergence of the home story podcast culture has changed the employee culture, which was previously one employee with one skill, but when there is a home story podcast, employees are required to multitask. In the global convergence, the story house podcast was created based on outside culture, namely the creation of a podcast that is currently trending in Indonesia, so TV9 created a home story podcast to follow the trend. The supporting factors for convergence in the story house podcast program are following audience interests, management planning, technological developments and the use of TV9's multi-platform.*

**Keywords:** Media Convergence Strategy, Podcast Program, TV9 Surabaya

### **Abstrak**

Kehadiran media online menjadikan masyarakat berpindah dari media konvensional ke media online, hal ini telah menjadi kebiasaan baru pada masyarakat. Sehingga hal ini menjadi tantangan baru bagi industri media, salah satunya pada industri

televisi. Pada era disrupsi media seperti sekarang ini televisi harus ikut andil dalam menyalurkan konten televisi dengan memanfaatkan beragam platform digital melalui konvergensi media. Maka dari itu penelitian ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana strategi konvergensi pada podcast rumah cerita di TV9 Surabaya dan apa saja yang menjadi faktor pendukung konvergensi media pada program podcast rumah cerita di TV9 Surabaya. Dalam penelitian ini tipe penelitiannya adalah deskriptif dengan pendekatan kualitatif. Untuk teknik pengumpulan datanya yaitu di lakukan observasi, wawancara dan dokumentasi. Peneliti melakukan *field research* yaitu dengan penelitian lapangan, peneliti datang langsung ke lapangan untuk mengetahui bagaimana strategi konvergensi media pada program podcast rumah cerita. Hasil penelitian menjelaskan bahwa strategi konvergensi yang dilakukan pada program podcast rumah cerita meliputi 5 Aspek yang ada dalam teorinya Jenkis yaitu konvergensi teknologi, organik, ekonomi, sosial dan budaya. dalam konvergensi teknologi podcast rumah cerita telah menggunakan *multiplatform* untuk menayangkan kontennya. Dalam konvergensi organik podcast rumah cerita telah menerapkan satu kali produksi menghasilkan konten untuk *multi platform*. Konvergensi ekonomi pada program podcast rumah cerita telah menghasilkan iklan dengan penerapan multi platform nya namun hasilnya belum maksimal. Konvergensi budaya podcast rumah cerita telah mengubah budaya karyawannya yang sebelumnya satu karyawan satu keahlian namun saat adanya podcast rumah cerita karyawan di tuntutan untuk *multitasking*. Dalam konvergensi global podcast rumah cerita dibuat memang berdasarkan budaya luar yaitu pembuatan podcast yang saat ini sedang tren di Indonesia, sehingga TV9 membuat podcast rumah cerita untuk mengikuti tren. Adapun faktor pendukung dari konvergensi pada program podcast rumah cerita yaitu mengikuti minat *audiens*, perencanaan manajemen, perkembangan teknologi dan pemanfaatan multi *platform* yang di miliki TV9.

**Kata Kunci** : *Strategi Konvergensi Media, Program Podcast, TV9 Surabaya*

## **PENDAHULUAN**

TV9 bergenre religi dan bersegmentasi khusus di wilayah Jawa Timur dengan jumlah penduduk sekitar 37 juta orang, dengan asumsi 60 persennya adalah warga NU, maka sekitar 25 juta warga NU merupakan potensial *loyal viewer* atau sasaran pemirsa TV9. Dengan potensi yang ada sehingga TV9 bisa dikatakan memiliki jumlah pemirsa yang kuat di dibandingkan dengan televisi lainnya. Apalagi dengan penyajian program tayangan yang bergenre religius dan tetap mengutamakan nilai-nilai aswaja. Pada perkembangan era teknologi media massa TV9 juga harus ikut andil dalam menciptakan *multiplatform* agar mempertahankan eksistensinya di dunia pertelevisian. Baik itu diranah konvensional maupun di ranah digital. Karena dengan pola kebudayaan masyarakat saat ini yang cenderung berpindah dari televisi ke internet atau *gadget*.

Roger Fidler menyebutkan berbagai perkembangan media disebut dengan fase mediamorfosi, yang memiliki konsep yang terbagi menjadi 3 diantaranya:

keovulasi, kompleksitas dan konvergensi (Roger Fidler : 2003). Roger Fidler menyebutkan mediamorfosis merupakan sebuah tranformasi yang dialami oleh media komunikasi yang timbul akibat hubungan timbal balik yang rumit di antara berbagai kebutuhan yang di rasakan, tekanan pada ranah politik serta sebagai inovasi teknologi dan sosial (Roger Fidler : 2013). Berdasarkan hasil riset dari *HootSuite dan We Are Social* dalam laporan bertajuk “Indonesia digital report 2022”, menyebutkan bahwa pengguna internet di Indonesia saat ini mencapai 204,7 milyar dengan penetrasi mencapai 73,7 persen. Itu artinya, dari total 277,7 milyar populasi di Indonesia, sebesar 73,7 persen telah terkoneksi internet. Dari sumber yang sama menyebutkan bahwa penduduk Indonesia menggunakan internet (pada semua perangkat) dalam sehari rata-rata mencapai 8 jam 36 menit. Sementara itu untuk menonton televisi menghabiskan waktu 2 jam 50 menit. Dari data tersebut, industri televisi harus mampu mulai beradaptasi terhadap perubahan aktivitas masyarakat dari dunia nyata ke dunia maya atau yang lebih dikenal dengan istilah disrupsi media. Pada era disrupsi para pengelola media harus melihat perkembangannya untuk dapat menyusun langkah yang strategis untuk bisa menyesuaikan dengan berkeembangnya lingkungan pada lapisan masyarakat yang akan terus berubah terutama dalam penyampaian informasi. Strategi yang dilakukan salah satunya dengan penyaluran konten televisi dengan memanfaatkan beragam *platform* digital melalui Konvergensi Media.

Media konvergen menjadi sebuah istilah yang banyak dikenal pada khalayak umum yang diartikan penggabungan sebuah media yang sebelumnya terpisah, baik itu internet, televisi, radio, kabel dan juga telepon, yang saat ini fungsinya bisa digunakan secara bersamaan. Hal ini dapat terjadi di tengah-tengah khalayak karena masalah teknis yang pada saat ini telah banyak berpindah ke sistem digital. Karena pada 20 tahun terakhir ini konvergensi menjadi salah satu tren pada media elektronik. Konvergensi juga menghilangkan batasan-batasan berbagai media dalam penyampaian informasi, baik itu melalui media internet, telepon, komputer, televisi maupun radio. Dengan memanfaatkan *multi platform* yang ada dengan adanya konvergensi media ini kita bisa menggunakan berbagai media pada waktu yang bersamaan di dalam satu perangkat. Dengan terkoneksi internet, secara bersamaan bisa mendengarkan radio, mengakses email, mendengarkan musik, mendownload dan juga mengirim pesan, melakukan video call ataupun telepon dengan siapapun dan dimanapun berada (Harliantara : 2016).

Digitalisasi menjadi sebuah kunci dalam konvergensi media, karena berbagai macam informasi yang formatnya analog akan di rubah ke format digital dikirimkan melalui satuan bit (*binary digit*). Karena bentuk informasi yang dikirimkan sudah berformat digital. Konvergensi juga harus menciptakan sebuah produk yang bervariasi dan juga mengarah pada kreaktifitas yang mampu melakukan fungsi komputasi dan audio visual. Maka tidak heran jika saat ini komputer dapat berfungsi sebagai pesawat televisi, handphone, yang dapat menerima gambar, suara dan tulisan secara bersamaan. Sehingga media televisi di Indonesia berlomba-lomba mendirikan *channel online* untuk menghadirkan konten versi *online*. Ditengah-tengah persaingan industri media TV9 juga menciptakan media online Youtube (TV9 Official), Instagram (TV9Nusantara), Facebook (TV9), Twitter (TV9Nusantara) dan Aplikasi (TV9 Now) untuk menggabungkan berbagai platform media dalam menjalankan programnya. Konvergensi Media bukanlah hal yang mudah dilakukan. Salah satunya strategi yang dilakukan oleh TV9 dalam melakukan Konvergensi Media adalah dengan pembuatan program podcast rumah cerita, yang ditayangkan di media online dan juga ditayangkan konvensional. Podcast menurut prasutri (2019) merupakan sebuah pengemasan konten berbasis audio digital dengan berbagai program isi, format dan durasi. Whitner (2020) dalam situs web nya menjelaskan bahwa saat ini terdapat total satu juta podcast aktif 30 juta episode dengan 100 lebih jenis bahasa berbeda.

Selain itu berdasarkan data yang diperoleh melalui survei yang dilakukan Dailysocial bekerja sama dengan Jakpat Mobile Survei Platform (Laporan Dailysocial : penggunaan layanan podcast 2018) terkait penggunaan podcast di Indonesia tahun 2018. Survei tersebut dilakukan kepada 2023 pengguna *smartphone* di Indonesia, diperoleh hasil sebanyak 67,97 responden mengenal podcast dan sebanyak 80,82% responden mendengarkan podcast dalam enam bulan terakhir pada saat itu. Podcast dijadikan sebuah alternatif untuk pendistribusian konten dengan menggunakan *multi platform* agar bisa menjangkau audiens lebih banyak oleh media non radio. Seperti terlihat dari pengguna podcast terbesar dari *Survei Dayli Social - Jakpat* yang rata-rata di rentan usia 20-29 tahun, mediapun membuat podcast dengan target pasar *audience* yang masih berusia millenial tersebut. Merujuk dari angka tersebut dapat disimpulkan bahwa podcast merupakan salah satu media yang diminati masyarakat pada saat ini. Hal ini juga menantang eksistensi media untuk ikut andil dalam perkembangan media pada ranah podcast. Pada saat ini podcast

tidak hanya berupa mendengarkan audio saja akan tetapi banyak podcast yang bisa di lihat melalui media online yang berbentuk audio visual. *Reuters Digital News Report Tahun 2020* (Newman, 2020) menyebutkan pada tahun 2020 akan menjadi tahun yang besar bagi *podcasting* di media massa. Lebih dari setengah penerbit di dunia yang di survei (53%) mengatakan akan mendorong berbagai jenis inisiatif podcast pada 2020. Sebagian melihat perubahan artikel teks menjadi audio sebagai cara untuk memanfaatkan makin populernya audio atau podcast saat ini.

Di Indonesia, banyak media maupun individual dari kalangan artis, publik figur hingga komedian membuat podcast di *channel* media *online* yang dimilikinya, antara lain Deddy Corbuzier Podcast, Curhat Bang Denny Sumargo, Ts Talk dan Tema Indonesia. Melalui serial podcast tersebut, para konten kreator podcast mengajak para pendengarnya menyimak berbagai perkembangan berita yang ada di media *online* tersebut dengan cara-cara yang berbeda. Diantaranya dengan menghadirkan narasumbernya langsung yang diangkat dari berita yang lagi viral, polemik yang dialami oleh masyarakat hingga mengangkat tokoh-tokoh besar Indonesia untuk menjawab hal-hal yang sedang dialami oleh masyarakat. Fokus penelitian ini adalah pada Strategi Konvergensi Media pada podcast rumah cerita di TV9. Alasan pemilihan TV9 sebagai objek penelitian karena telah membuat podcast dan juga merupakan media yang melakukan Konvergensi Media melalui program podcast tersebut. Dengan penayangan melalui media online dan juga melalui televisi konvensional yang dimilikinya. Dengan demikian peneliti tertarik untuk mengetahui bagaimana strategi konvergensi media pada program podcast rumah cerita di TV9 Surabaya dan faktor apa saja yang mendukung konvergensi media pada program podcast rumah cerita di TV9 Surabaya.

## **METODE PENELITIAN**

Penulis melakukan penelitian dengan jenis *field research* yaitu penelitian lapangan. Peneliti memanfaatkan penelitian lapangan sebagai metode analisa agar mengetahui Strategi konvergensi media pada program podcast rumah cerita di TV9 Surabaya. Penulis menggunakan metode kualitatif, menurut Igdan dan Biklen dalam (Rahmat, 2009) metode kualitatif yaitu suatu metode penelitian dimana hasilnya akan berupa deskriptif baik itu ucapan, tulisan atau perilaku orang yang sedang diamati (Rahmat, 2009). Peneliti kualitatif harus menggali masalah penelitian dari

latar penelitian. Peneliti harus datang langsung ke tempat penelitian, peneliti hadir ke tempat proses penelitian berlangsung. Bukan saja melakukan observasi yang berjarak, tetapi juga melakukan observasi atau pengamatan partisipatif yang mengharuskan peneliti terlibat secara aktif. Tidak cukup sampai disitu. Peneliti juga harus melakukan wawancara mendalam untuk menggali lebih dalam apa yang ditemukannya selama pengamatan partisipatif. Peneliti mencari, menemukan dan merumuskan masalah penelitian.

Metode deskriptif sendiri yakni metode yang mendeskripsikan suatu satuan analisis yang didasarkan pada peraturan dan analisis terhadap permasalahan yang ada dilapangan. Metode deskriptif (*descriptive research*) adalah metode penelitian yang digunakan untuk menggambarkan fenomena-fenomena yang ada, yang berlangsung saat ini atau saat lampau. Dengan melakukan metode kualitatif, penulis dapat mengeksplorasi dan memperdalam fenomenal sosial yang terdiri dari pelaku, kejadian, tempat dan waktu (Satori & Komariah, 2009) sehingga penulis mampu mengetahui bagaimana fenomenal yang terjadi pada penelitiannya.

Adapun penelitian yang dilakukan oleh peneliti yaitu di TV9 Surabaya, sehingga peneliti datang langsung ke tempat tersebut untuk melakukan pengamatan atau penelitian secara langsung mengenai Konvergensi Media pada program podcast rumah cerita di TV9.

Teknik pengumpulan data yang dilakukan penulis meliputi observasi, wawancara dan dokumentasi. Adapun yang disebut dengan observasi Menurut Nasution (2016) melakukan observasi bertujuan untuk mendapatkan informasi/data sesuai dengan objek manusia pada kenyataannya, sebagai alat pengumpulan data, observasi harus dilakukan sesuai dengan prosedur yang telah ditentukan dengan cara yang sistematis (Nasution, 2016). Dalam penelitian ini peneliti datang langsung ke TV9 Surabaya untuk mendapatkan data secara jelas, banyak dan mudah dipahami. Wawancara Menurut Nasution (2016) adalah media yang digunakan untuk mengetahui ungkapan narasumber dari pertanyaan-pertanyaan yang dilontarkan oleh peneliti dan narasumber akan menjawab dengan ungkapan kenyataan tentang perasaan, pikiran, dan juga gambaran yang ditanyakan oleh peneliti, sehingga memperoleh gambaran dari ungkapan narasumber tersebut (Nasution, 2016). Oleh karena itu, untuk mendapatkan data yang lebih akurat, penulis melakukan wawancara kepada pihak yang terlibat dalam pengelolaan konten Podcast Rumah

Cerita di TV9, diantaranya Direktur Utama TV9, Manajer HCD TV9, Koordinator New Media TV9 dan Produser Program Podcast Rumah Cerita.

Dokumentasi asal kata dari dokumen yang artinya barang-barang tertulis, dalam pengertian yang lebih luas dokumentasi bukan halnya berwujud tulisan, tetapi dapat berupa benda-benda peninggalan seperti prasasti dan simbol-simbol. (Arikunto, 2013). Di dalam dokumentasi ini, peneliti menyelidiki benda-benda tertulis seperti buku-buku, dokumen. Analisa data adalah pencarian dan penyusunan data dengan cara yang sistematis, yang diperoleh dari hasil observasi, wawancara dan dokumentasi di lapangan dengan cara mengumpulkan data sesuai dengan kategorinya masing-masing, menjabarkan kedalam unit-unit, melakukan analisa, menyusun kedalam pola. Memilah yang akan dipelajari dan penting dan pada step terakhir membuat kesimpulan yang mudah di pahami baik oleh diri sendiri maupun untuk orang lain.

Metode analisis yang digunakan adalah dengan menggunakan kualitatif deskriptif yaitu dengan cara memaparkan informasi-informasi faktual yang diperoleh dari TV9 yang berkaitan dengan topik pembahasan konvergensi media pada program podcast rumah cerita di TV9. Pemeriksaan keabsahan data dalam penelitian ini menggunakan teknik triangulasi. Triangulasi adalah teknik pemeriksaan keabsahan data yang memanfaatkan sesuatu yang lain diluar data itu untuk keperluan pengecekan atau sebagai perbandingan data itu. Teknik triangulasi yang paling banyak digunakan ialah pemeriksaan dari sumber lainnya.

## **HASIL DAN DISKUSI**

Berdasarkan pengetahuan peneliti, penelitian ini adalah salah satu dari beberapa studi penelitian dalam mengeksplorasi strategi konvergensi media pada program podcast pada stasiun televisi. Hasil penelitian ini dapat memberikan wawasan tambahan bagi peneliti akademis di bidang ilmu komunikasi khususnya dalam lingkup strategi konvergensi media pada program podcast rumah cerita di TV9 Surabaya. Wawasan tambahan yang dimaksud meliputi, teori Jenkins (2001) mengidentifikasi lima aspek yang terdapat pada Konvergensi Media : konvergensi teknologi, organik, ekonomi, budaya dan global. Konvergensi teknologi adalah terjadinya digitalisasi terhadap pendistribusian konten di media. Konvergensi organik adalah mencakup segala proses produksi dalam pembuatan konten di media online. Konvergensi ekonomi adalah pendapatan jumlah iklan atau

pendapatan yang diperoleh oleh industri media setelah melakukan penggabungan beberapa media konvensional dan media online. Konvergensi budaya adalah jumlah audien dilihat dari perubahan budaya masyarakat pada saat ini yang cenderung pada internet atau *gadget*. Konvergensi global merupakan proses pengaruh budaya yang berjarak jauh secara geografis terhadap budaya lainnya. Banyak dari aspek-aspek ini ditangani diperbatasan antara multimedia dan konvergensi. Hal ini mengindikasikan bahwa meskipun konvergensi berjalan beriringan dengan perkembangan teknologi informasi dan komunikasi, tapi berpengaruh terhadap aspek-aspek kehidupan yang lain secara menyeluruh.

Distribusi media televisi konvensional hanya terbatas pada satelit dan analog. Pada saat ini televisi konvensional TV9 hanya dapat menjangkau wilayah Jawa Timur untuk analog dan hanya dapat dinikmati oleh anggota keluarga yang berlangganan TV satelit sehingga untuk mengikuti perubahan budaya khalayak TV9 membuat devisi baru yaitu *new media*, diharapkan bisa memaksimalkan jangkauan *audiens* yang lebih banyak dengan menghadirkan beragam menu program yang dimulai dari media sosial kemudian di tayangkan di televisi, salah satu program tersebut adalah podcast rumah cerita. Podcast rumah cerita tidak hanya tayang pada satu *platform* saja akan tetapi di beberapa platform media *online* yang dimiliki TV9. Berdasarkan hal di atas dapat dianalisis bahwa sama halnya dengan pendapat Jenkis tentang konvergensi teknologi, strategi yang dilakukan pada program podcast rumah cerita adalah dengan cara mendistribusikan konten podcast rumah cerita pada multi platform yang dimiliki TV9 yaitu Youtube (TV9 Official), Instagram (TV9Nusantara), Facebook (TV9), Twitter (TV9Nusantara) dan Aplikasi (TV9 Now) dan juga pada televisi konvensional.





Figure 1 Flayer Podcast  
Rumah Cerita  
Sumber : Instagram TV9  
Nusantara

Figure 2 Promo Program  
Podcast Rumah Cerita  
Sumber; facebookmTV9  
Nusantara

Figure 3 Promo Program  
Podcast Rumah Cerita  
Sumber : Twitter TV9  
Nusantara

Sehingga program podcast rumah cerita pada TV9 telah menerapkan strategi konvergensi teknologi dalam pendistribusian kontennya di media *online* dan juga televisi konvensional. Konvergensi organik yang dimaksud disini adalah tentang strategi proses produksi konten podcast rumah cerita dimana proses produksi ini tidak hanya dikonsumsi oleh satu jenis media saja akan tetapi harus mampu untuk di salurkan di seluruh sosial media, baik itu di youtube, instagram, facebook, twitter dan aplikasi TV9 Now, begitu juga harus bisa ditayangkan pada televisi konvensional.

podcast rumah cerita dapat di ketahui bahwa dalam satu kali produksi maka harus sesuai dengan kualitas *multiplatform* yang ada sehingga hanya perlu satu kali proses produksi sudah mampu mencakup semua *platform* yang menayangkan program podcast rumah cerita ini.

strategi konvergensi media pada tahap konvergensi organik seperti yang di jelaskan dalam teorinya Jenkins (2001) bahwa konvergensi organik mencakup proses produksi podcast rumah cerita yang satu kali produksi harus mampu menghasilkan konten tayangan yang kualitasnya untuk *multi platformnya* TV9. Pada program podcast rumah cerita ini satu kali produksi di tayangkan pada Youtube (TV9 Official), Instagram (TV9Nusantara), Facebook (TV9), Twitter (TV9Nusantara) dan Aplikasi (TV9 Now) dan juga pada televisi konvensional. Dari analisis melalui observasi, wawancara dan dokumentasi dapat diketahui bahwa program podcast rumah cerita telah melakukan strategi konvergensi organik.

Konvergensi ekonomi dalam hal ini menekankan pada pendapatan iklan yang di diperoleh program podcast rumah cerita. Dari hasil wawancara dan observasi peneliti mendapatkan hasil bahwa program podcast rumah cerita ini belum seberapa mendapatkan iklan, mungkin karena program ini masih baru sehingga masih dalam proses merintis untuk bisa bertransformasi mendapatkan iklan yang khusus untuk program ini. Dapat diketahui bahwa sebenarnya program podcast rumah cerita ini

memang mempunyai tujuan untuk bisa sukses pada konvergensi ekonomi namun bisa dilihat bahwa untuk saat ini hasilnya belum bisa maksimal, namun ke depan diharapkan podcast rumah cerita ini mampu untuk melakukan konvergensi ekonomi secara signifikan. podcast rumah cerita yang di tayangkan pada *multi platform* TV9 yaitu Televisi, Youtube, facebook, twitter, instagram dan juga aplikasi TV9 Now sudah menerapkan strategi konvergensi ekonomi itu sendiri, meskipun hasilnya belum seberapa maksimal sesuai dengan tujuan awal terciptanya podcast rumah cerita. Namun seiring berjalannya perkembangan podcast rumah cerita, manajemen perusahaan dan koordinator devisi *new media* sangat yakin bahwa kedepannya podcast rumah cerita akan menghasilkan perkembangan ekonomi yang sangat signifikan dan dapat diandalkan karena merupakan menu baru dari TV9 yang menerapkan konvergensi media dan sudah banyak peminatnya meskipun ini adalah program baru di TV

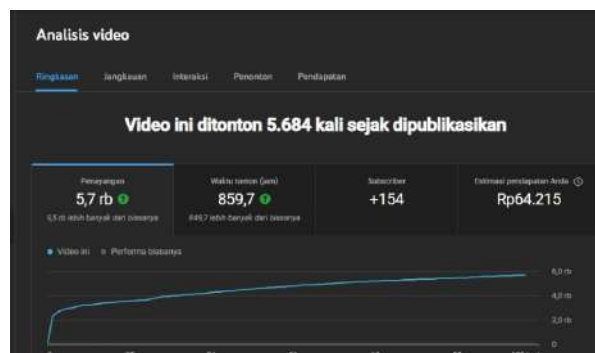


Figure 4 Insight Program Podcast Rumah Cerita di Youtube  
Sumber : Youtube TV9 Official

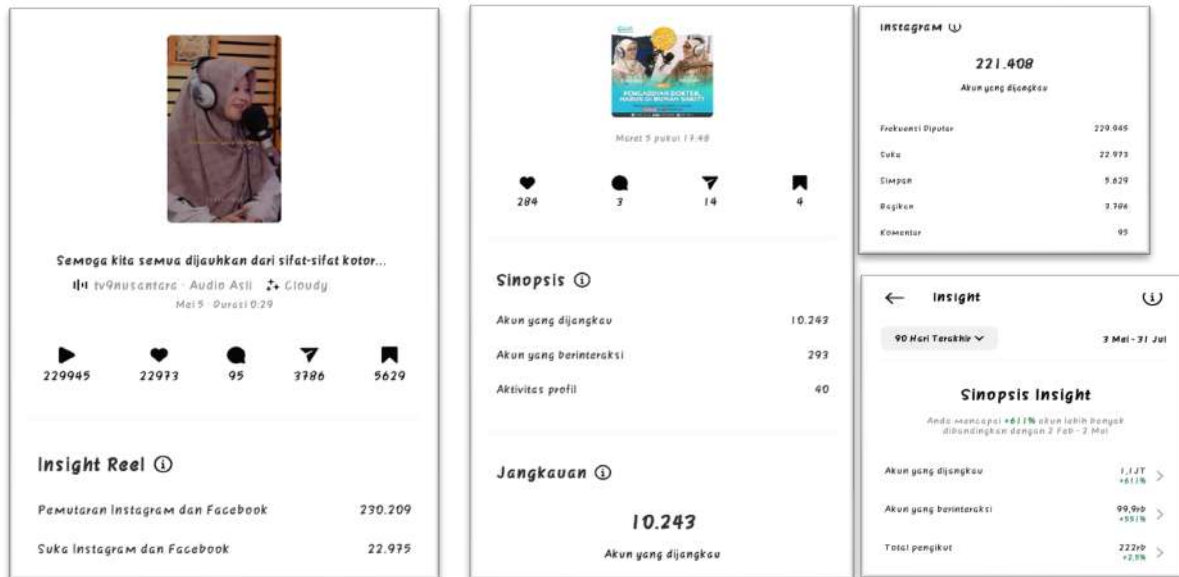


Figure 5 Insight Podcast Rumah Cerita  
Sumber : Instagram TV9 Nusantara

Konvergensi budaya dapat terjadi karena adanya perubahan kebiasaan yang terjadi pada pengelola media dan juga *audiens* pada media itu sendiri. Jika dilihat dari perubahan *audiens* atau khalayak, pada saat ini masyarakat cenderung lebih ke media sosial ataupun *gedget*, sehingga dengan adanya perubahan budaya tersebut, industri media juga harus memiliki strategi tersendiri untuk menyesuaikan minat khalayak pada umumnya, hal ini merupakan tantangan yang tidak mudah bagi media, begitu pun bagi TV9, sehingga TV9 membuat sebuah program acara podcast rumah cerita untuk menjawab minat khalayak terhadap suatu media yang bisa dengan mudah di jangkau tanpa halangan jarak tempuh, ruang dan waktu.

TV9 telah mempersiapkan apa yang akan dibutuhkan masyarakat pada saat ini dan yang akan datang. Tapi perlu juga diketahui perubahan budaya atau kebiasaan tidak hanya terjadi pada khalayak atau audiens namun juga akan terjadi pada media itu sendiri. Sehingga yang perlu di persiapkan oleh media tidak hanya soal kebiasaan audiens nya namun juga harus mengubah kebiasaan sumber daya manusia yang dimilikinya. Pola kebiasaan atau budaya yang terjadi pada saat ini memang sangat mempengaruhi industri media melakukan konvergensi, apalagi dengan persatuan berbagai jenis *platform* media harus di jadikan dalam satu komponen sehingga menuntun pengelola media harus mampu mengubah budayanya menjadi *multitasking* karena pada saat ini masyarakat diluar tidak hanya menginginkan konten yang tayang di televisi namun juga konten audio visual

di media online atau internet. TV9 sudah menerapkan strategi konvergensi budaya seperti yang dinyatakan dalam teorinya Jenkins (2001) yang mengidentifikasi lima aspek yang terdapat pada Konvergensi Media : konvergensi teknologi, organik, ekonomi, budaya dan global. Dan dalam penerapan strategi konvergensi budaya ini TV9 telah melakukan konvergensi media untuk memenuhi kebutuhan *audiens* yang sudah mulai berubah budaya menontonnya yang dulu hanya di *platform* televisi konvensional namun saat ini sudah berpindah ke *multi platform* internet sehingga TV9 menyajikan program podcast rumah cerita untuk memenuhi kebutuhan perubahan budaya masyarakat. Tidak hanya itu, TV9 juga menuntut karyawannya agar mengubah budaya yang awalnya satu karyawan dengan satu keahlian namun melalui program podcast rumah cerita seorang karyawan harus mampu menjadi *multitasking* tidak hanya sebagai admin youtube saja namun harus menjadi produser program podcast rumah cerita dan harus mampu menjadi editor sekaligus videografer. Dari sini sudah terlihat jelas bahwa TV9 juga menerapkan strategi konvergensi budaya.

Konvergensi global merupakan proses pengaruh budaya yang berjarak jauh secara geografis terhadap budaya lainnya. Dalam hal ini program podcast rumah cerita dibuat karena pengaruh budaya yang sangat kuat di dalam program podcast. Contohnya di Indonesia ini podcast hari ini memang sangat di gemari untuk menggiring opini, memecahkan permasalahan, mengungkapkan isu dan lain-lain. Dengan alasan ini tidak menutup kemungkinan TV9 yang ber *genre* religi untuk membuat program podcast rumah cerita yang bertujuan agar membuat motivasi bagi para penontonnya sehingga podcast rumah cerita ini menghadirkan narasumber-narasumber yang inspiratif dalam kehidupannya maupun perjalanan karirnya.

Secara tidak langsung TV9 membuat program podcast rumah cerita adalah akibat dari budaya lain yang masuk yang saat ini dan sedang tren, dan hal ini dimungkinkan menjadi suatu keharusan agar tidak tertinggal dengan adanya perkembangan teknologi. Pengaruh konvergensi global yang terjadi pada program podcast rumah cerita di TV9 memang sangat kompleks. Karena budaya podcast pada saat ini sedang naik daun sehingga tren podcast ini menjadi sebuah pengaruh besar bagi TV9 untuk membuat program podcast rumah cerita.

program podcast rumah cerita di TV9 sudah menerapkan strategi konvergensi secara global dimana pembuatan podcast rumah cerita memang pengaruh budaya

dari luar yang hari ini sedang tren di Indonesia. Sedangkan TV9 sedang mengikuti arus perkembangan tren budaya podcast itu sendiri yang di terapkan pada program podcast rumah cerita. Sehingga dapat disimpulkan bahwa TV9 telah melakukan strategi konvergensi global.

Konvergensi media ini terjadi ditandai dengan semakin mudarnya media lama seperti media cetak dan media siar, serta bangkitnya media baru yang perkembangannya masih berlangsung dinamis pada saat ini. Tren konvergensi telah membawa perusahaan-perusahaan penyedia konten seperti televisi, studio film dan studio rekaman bertransformasi ke media digital, sinergi ini menjadi sebuah konvergensi, sebuah visi tentang satu perusahaan menyediakan semua layanan atau *multi platform*. Sehingga dalam program podcast rumah cerita ini TV9 juga menyediakan *multi platform* untuk sebuah konten yang sama pada *platform* yang berbeda. Hal ini yang menjadi perlu dipahami tentang faktor-faktor apa saja yang dapat mendorong penerapan konvergensi pada program podcast rumah cerita.

faktor pendukung dilakukannya konvergensi pada podcast rumah cerita adalah untuk memenuhi kebutuhan audiens yang saat ini telah berubah budayanya tidak hanya menonton tayangan melalui televisi namun juga melalui internet atau bisa disebut dengan multi platform baik itu pada youtube, facebook, twitter, instagram maupun aplikasi TV9 Now. Ada juga faktor lain sebagai pendukung dari penerapan konvergensi yaitu faktor manajemen yang memang sudah di rencanakan untuk melakukan konvergensi dan yang kedua yaitu faktor kebutuhan khalayak pada saat ini yang sudah banyak berpindah ke media sosial.

Perkembangan teknologi saat ini juga tidak menutup kemungkinan menjadi salah satu faktor pendukung terjadinya konvergensi media pada program podcast rumah cerita ini. Program podcast yang sedang tren dan pemanfaatan multi platform pun menjadi faktor pendukung penerapan konvergensi pada program podcast rumah cerita juga.

## **KESIMPULAN**

Strategi konvergensi teknologi yang dilakukan pada program podcast rumah cerita yaitu dengan mendistribusikan konten podcast rumah cerita pada *multi platform* yang di miliki TV9. Pada strategi konvergensi organik yang mencakup proses produksi podcast rumah cerita, dengan satu kali produksi konten podcast rumah cerita mampu menghasilkan tayangan yang kualitasnya bisa di gunakan

untuk tayang di *multi platform* TV9. Podcast rumah cerita sudah melakukan strategi konvergensi ekonomi, yaitu dengan di tayangkannya di *multi platform* TV9 podcast rumah cerita ini sudah mendapatkan iklan meskipun hasilnya masih kecil. Akan tetapi program podcast rumah cerita di yakini kedepannya akan menghasilkan perkembangan ekonomi yang sangat signifikan dan dapat di andalkan karena merupakan salah satu menu baru TV9 yang menerapkan konvergensi media, meskipun tergolong baru tapi peminatnya sudah banyak. Dalam penerapan strategi konvergensi budaya program podcast rumah cerita telah menerapkan konvergensi budaya dengan memenuhi kebutuhan *audiens* yang sudah mulai berubah budaya menontonnya yang dulu hanya di platform televisi saja namun saat ini sudah berpindah ke *multi platform* internet sehingga TV9 menyajikan program podcast rumah cerita untuk memenuhi kebutuhan perubahan budaya masyarakat, tidak hanya itu namun TV9 menuntut karyawannya agar mengubah budaya yang awalnya satu karyawan satu keahlian namun melalui program podcast rumah cerita seorang karyawan di tuntut untuk menjadi *multitasking*. Program podcast rumah cerita juga sudah menerapkan strategi konvergensi secara global dimana pembuatan podcast rumah cerita memang pengaruh dari luar yang hari ini sedang tren di Indonesia.

## DAFTAR PUSTAKA

- Arikunto Suharsimi, *Prosedur Penelitian: Suatu Pendekatan Praktik* (Jakarta: PT Asdi Mahastya, 2013)
- Bob Franklin et.al., *Key Concepts in Journalism Studies* (New Delhi : Sage Publication India Pvt Ltd, 2005)
- Berry R. (2106b). Podcasting : *Considering the evolution of the medium and its association with the word 'Radio'*. *Radio Jurnal : Internasional Studies in Broadcasting in Audio Media*.
- Burn T. M. (2007). *The forecast for podcast : sunny skies but not necessarily with clear visibility* .
- Harliantara, *On Air to Online Pengantar Penyiaran Radio* (Jakarta Selatan : Broadcastmagz Publisher, 2016)
- J. Moleong, Lexy, *Metodologi Penelitian Kualitatif* (Bandung: PT Remaja Rosdakarya, 2014)
- Rakhmat, Jalaluddin, *Metode Penelitian Komunikasi* (Bandung : SimbiosisRekatama

Media,2019) Fidler, Roger, *Mediamorfosis* (Yogyakarta : Lintasbuku, 2003)

Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D* (Bandung :Alfabeta, 2016)

Supriyanto, *Pengantar Jurnalisme Konvergentif* (Yogyakarta : PT Pustaka Baru, 2020)

Llinares, D., Fox, N., & Berry, R. (2018). *Podcasting: New aural cultures anddigital media*. Springer

[https://Link.Andi\\_ Hasil Report we are social](https://Link.Andi_Hasil_Report_we_are_social), di akses pada Rabu, 13 Juli2022  
Pukul 10.00 WIB