

**ANALISIS MANAJEMEN MEDIA PENYIARAN
INDONESIANA.TV DI ERA KONVERGENSI MEDIA**



SKRIPSI

**Diajukan kepada Fakultas Dakwah dan Komunikasi Universitas Islam
Negeri Sunan Kalijaga Yogyakarta untuk Memenuhi Sebagian Syarat-
Syarat Memperoleh Gelar Sarjana Strata 1**

Oleh:

Nabila Muthmainnah Al-Faiza

NIM 21102010049

Pembimbing:

Nitra Galih Imansari, M.Sos

NIP 19940915 202012 2 008

**PROGRAM STUDI KOMUNIKASI DAN PENYIARAN ISLAM
FAKULTAS DAKWAH DAN KOMUNIKASI
UIN SUNAN KALIJAGA YOGYAKARTA**

2025

LEMBAR PENGESAHAN



KEMENTERIAN AGAMA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SUNAN KALIJAGA
FAKULTAS DAKWAH DAN KOMUNIKASI
Jl. Marsda Adisucipto Telp. (0274) 515856 Fax. (0274) 552230 Yogyakarta 55281

PENGESAHAN TUGAS AKHIR

Nomor : B-719/Un.02/DD/PP.00.9/06/2025

Tugas Akhir dengan judul : ANALISIS MANAJEMEN MEDIA PENYIARAN INDONESIA.TV DI ERA KONVERGENSI MEDIA

yang dipersiapkan dan disusun oleh:

Nama : NABILA MUTHMAINNAH AL-FAIZA
Nomor Induk Mahasiswa : 21102010049
Telah diujikan pada : Rabu, 07 Mei 2025
Nilai ujian Tugas Akhir : A-

dinyatakan telah diterima oleh Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta

TIM UJIAN TUGAS AKHIR



Ketua Sidang
Nitra Galih Imansari, M.Sos.
SIGNED

Valid ID: 684bb96f14f45



Penguji I
Dra. Anisah Indriati, M.Si
SIGNED

Valid ID: 684buc23b5e77



Penguji II
Muhamad Lutfi Habibi, M.A.
SIGNED

Valid ID: 6847c1c7b63f1



Yogyakarta, 07 Mei 2025
UIN Sunan Kalijaga
Dekan Fakultas Dakwah dan Komunikasi
Prof. Dr. Arif Maftuhin, M.Ag., M.A.I.S.
SIGNED

Valid ID: 684f8c3ab4bcf

SURAT PERSETUJUAN SKRIPSI



KEMENTERIAN AGAMA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SUNAN KALIJAGA
FAKULTAS DAKWAH DAN KOMUNIKASI
Jl. Marsda Adisucipto Telp. (0274) 515856 Yogyakarta 55281

SURAT PERSETUJUAN SKRIPSI

Kepada:
Yth. Dekan Fakultas Dakwah dan Komunikasi
UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta
Di Yogyakarta

Assalamualaikum wr.wb.

Setelah membaca, meneliti, memberikan petunjuk dan mengoreksi serta mengadakan perbaikan seperlunya, maka saya selaku pembimbing berpendapat bahwa skripsi Saudara:

Nama : Nabila Muthmainnah Al Faiza
NIM : 21102010049
Jurusan : Komunikasi dan Penyiaran Islam
Judul Skripsi : Analisis Manajemen Media Penyiaran Indonesiana.TV di Era Konvergensi Media

Telah dapat diajukan dan didaftarkan kepada Fakultas Dakwah dan Komunikasi Jurusan/Program Studi Komunikasi dan Penyiaran Islam (KPI) UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Strata Satu (S1) dalam bidang Komunikasi dan Penyiaran Islam.

Dengan ini kami berharap agar skripsi tersebut dapat segera dimunaqsyahkan. Atas perhatiannya kami ucapkan terimakasih.

Wassalamu'alaikum wr.wb.

Yogyakarta, 30 April 2025

Mengetahui,

Ketua Program Studi,

Saptoni, M.A.

NIP. 19730221 199903 1 002

Dosen Pembimbing,

Nitra Galih Imansari

NIP. 19940915 202012 2 008

SURAT PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI

SURAT PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI

Yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Nabila Muthmainnah Al-Faiza

NIM : 21102010049

Program Studi : Komunikasi dan Penyiaran Islam

Fakultas : Dakwah dan Komunikasi

Menyatakan dengan sesungguhnya, bahwa skripsi saya yang berjudul: *Analisis Manajemen Media Penyiaran Indonesiana.TV di Era Konvergensi Media* adalah hasil karya pribadi dan sepanjang pengetahuan penulis tidak berisi materi yang dipublikasikan atau ditulis oleh orang lain, kecuali bagian-bagian tertentu yang penulis ambil sebagai acuan.

Apabila terbukti pernyataan ini tidak benar, maka sepenuhnya menjadi tanggungjawab penulis.

Yogyakarta, 30 April 2025

Yang menyatakan,



Nabila Muthmainnah Al-Faiza

NIM. 21102010049

STATE ISLAMIC UNIVERSITY
SUNAN KALIJAGA
YOGYAKARTA

SURAT PERNYATAAN MEMAKAI JILBAB

SURAT PERNYATAAN MEMAKAI JILBAB

Yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Nabila Muthmainnah Al-Faiza

NIM : 21102010049

Program Studi : Komunikasi dan Penyiaran Islam

Fakultas : Dakwah dan Komunikasi

Dengan ini menyatakan bahwa pasfoto yang disertakan pada ijazah saya memakai Kerudung/Jilbab adalah atas kemauan saya sendiri dan segala konsekuensi/risiko yang dapat timbul dikemudian hari adalah tanggung jawab saya.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenar-benarnya.

Yogyakarta, 30 April 2025

Yang menyatakan,



Nabila Muthmainnah Al-Faiza

NIM. 21102010049

STATE ISLAMIC UNIVERSITY
SUNAN KALIJAGA
YOGYAKARTA

MOTTO

“And remember your Lord when you forget”

18:24

“Tak ada yang tahu, kapan kau mencapai tuju.”

Besok Mungkin Kita Sampai – Hindia

“Kan ada masa kau meragukan diri. Kan datang waktu kau menjadi berani.”

Tak Apa Akui Lelah – Banda Neira



STATE ISLAMIC UNIVERSITY
SUNAN KALIJAGA
YOGYAKARTA

KATA PENGANTAR

Alhamdulillahirobbil 'aalamiin, puji syukur penulis panjatkan ke hadirat Allah swt. atas segala nikmat, rahmat, serta karunia-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi dengan judul “Analisis Manajemen Media Penyiaran Indonesiana.TV di Era Konvergensi Media.” Shalawat serta salam semoga selalu tercurahkan kepada baginda kita Nabi Muhammad saw. semoga kelak penulis dan seluruh umat muslim mendapatkan syafaatnya kelak di *yaumul qiyamah*.

Ombak pasang surut tidak pernah hilang dari diri penulis sejak awal penyusunan skripsi. Rasa tidak percaya diri, ingin menyerah, dan waktu-waktu yang dihabiskan untuk menyelesaikan satu tugas akhir ini bukan menjadi hambatan bagi penulis untuk kalah sebelum berperang. Semua ini tentunya tidak terlepas dari do'a, dukungan, dan bantuan berbagai pihak yang telah membantu penulis dalam melewati rintangan tak berujung. Oleh karena itu, penulis ingin mengucapkan terimakasih kepada:

1. Rektor UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta, Prof. Noorhaidi, M.A, M.Phil, Ph.D.
2. Dekan Fakultas Dakwah dan Komunikasi, Prof. Dr. Arif Maftuhin, M.Ag., M.A.I.S.
3. Ketua Program Studi Komunikasi dan Penyiaran Islam, Saptoni, M.A.
4. Dosen Pembimbing Skripsi, Nitra Galih Imansari, M.Sos
5. Dosen Pembimbing Akademik, Muhamad Lutfi Habibi, M.A.

6. Seluruh dosen dan staff Fakultas Dakwah dan Komunikasi, terkhusus di Program Studi Komunikasi dan Penyiaran Islam.
7. Kedua orang tua penulis, Bapak Ade Sariman dan Ibu Nurainun yang selalu memberikan semangat untuk segera menyelesaikan rangkaian studi ini. Mereka yang selalu mendukung dan memaklumi atas keterbatasan penulis dalam menyusun tugas akhir.
8. Ibu Dian Setyawati selaku narahubung penulis dengan pihak narasumber dari Indonesiana.TV yang telah mengulurkan tangan untuk membantu segala proses pengumpulan data yang penulis butuhkan.
9. Ibu Heni Wiradimaja, Mas Nurtyas Aji, dan Bapak Syahreza Yusuf selaku narasumber pada penelitian kali ini.
10. Teman-teman Program Studi Komunikasi dan Penyiaran Islam angkatan 2021. Terimakasih telah menemani masa-masa perkuliahan penulis, terlebih ketika masa *hybrid* diawal semester 2.
11. Seluruh crew SUKA TV dari generasi 12 sampai generasi 17. Terimakasih sudah memberikan banyak ilmu dan pelajaran dalam dunia pertelevisian. Terimakasih sudah menjadi tempat bertumbuh dengan beragam warna dan rupa manusia didalamnya.
12. Teman-teman Kabinet Arkatama sebagai zona nyaman bagi penulis dan beberapa yang lainnya. Terimakasih sudah menjadi tempat pulang dan alasan yang tepat untuk bertahan, terlebih kepada teman-teman BPH; Imarul, Zizu dan Mhaw.

13. Program Jogja Recommended, terkhusus kepada Nala, Sasmita, Ucen, dan Iyaaz. Terimakasih karena sudah memberikan kesan hangat bagi penulis selama berada di program ini. Semoga kalian tetap punya api yang sama seperti saat itu.
14. Anggota dari grup kecil bernama hd-high definition, Himma dan Tazkia. Terimakasih sudah menjadi teman sambat, curhat, dan selalu ambisius di setiap semester.
15. Teman-teman KKN 237 Temanggung Bermakna yang saat ini sudah berganti nama menjadi Sobat Makna. Terimakasih untuk (mantan) ketua, chef kesayangan, tim dokumentasi, narahubung, serta bagian-bagian kecil lain yang tidak bisa penulis sebutkan namun selalu menjadi *support system* satu sama lain.
16. Teman-teman dari Kawan Berjalan. Terimakasih karena sudah hadir ditengah keruwetan dan huru-hara dalam penyusunan draft ini. Seperti dalam lirik lagu Tumbuh dan Menjadi, *“Aku, kita, dan juta lainnya. Kan lampau apapun yang didepan mata”*, semoga kita juga bisa bertahan untuk menghadapi segala rintangan nantinya.
17. Ruang Literasi Kaliurang, tempat yang penulis kunjungi selama hampir 2 minggu untuk menyelesaikan keseluruhan draft ini.
18. Serta orang-orang yang tidak bisa penulis sebutkan satu persatu namun selalu memberikan dukungannya kepada penulis.
19. *Thank yourself for saving you.*

Yogyakarta, 30 April 2025

Nabila Muthmainnah Al-Faiza
NIM. 21102010049

ABSTRAK

Nabila Muthmainnah Al-Faiza., NIM 21102010049, Skripsi; Analisis Manajemen Media Penyiaran Indonesiana.TV di Era Konvergensi Media. Program Studi Komunikasi dan Penyiaran Islam. Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga Yogyakarta. 2025.

Transformasi teknologi digital membuka peluang baru dalam dunia industri media. Peningkatan kualitas baik dari segi produksi maupun hasil, menjadi poin tambahan bagi media penyiaran untuk menarik lebih banyak audiens. Keberhasilan Indonesiana.TV sebagai televisi digital terlihat dari segi pengelolaan manajemen yang tepat. Terlebih di era konvergensi media yang mendukung integrasi konten antar platform. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengelolaan manajemen media penyiaran Indonesiana.TV di era konvergensi media. Penelitian ini menggunakan teori manajemen media dan konvergensi media dengan metode penelitian kualitatif dan teknik pengumpulan data berupa observasi, wawancara, dan dokumentasi. Hasil penelitian menunjukkan bahwa Indonesiana.TV menerapkan empat fungsi manajemen, yaitu perencanaan, pengorganisasian, pengarahan, dan pengawasan pada pengelolaan medianya. Selain itu, penerapan lima jenis konvergensi, seperti konvergensi kepemilikan, konvergensi taktis, konvergensi struktural, konvergensi pengumpulan informasi, dan konvergensi bercerita juga terlihat sejak awal Indonesiana.TV dibentuk.

Kata Kunci: Manajemen Media, Digital, Konvergensi, Indonesiana.TV

STATE ISLAMIC UNIVERSITY
SUNAN KALIJAGA
YOGYAKARTA

ABSTRACT

Nabila Muthmainnah Al-Faiza., NIM 21102010049, Research; Analysis of Indonesiana.TV Broadcasting Media Management in the Era of Media Convergence, Communication and Islamic Broadcasting Study Program, Sunan Kalijaga State Islamic University, Yogyakarta, 2025.

The transformation of digital technology opens up new opportunities in the media industry. Improving quality in terms of both production and results, is an additional point for broadcast media to attract more audiences. The success of Indonesiana.TV as a digital television can be seen in terms of proper management. Especially in the era of media convergence that supports content integration between platforms. This study aims to determine the management of Indonesiana.TV broadcast media management in the era of media convergence. This study uses media management and media convergence theory with qualitative research methods and data collection techniques in the form of observation, interviews, and documentation. The results of the study show that Indonesiana.TV applies four management functions, namely planning, organizing, directing, and supervising in its media management. In addition, the application of five types of convergence, such as ownership convergence, tactical convergence, structural convergence, information gathering convergence, and storytelling convergence has also been seen since the beginning of Indonesiana.TV's formation.

Keywords: Media Management, Digital, Convergence, Indonesiana.TV

STATE ISLAMIC UNIVERSITY
SUNAN KALIJAGA
YOGYAKARTA

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
LEMBAR PENGESAHAN	ii
SURAT PERSETUJUAN SKRIPSI.....	iii
SURAT PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI	iv
SURAT PERNYATAAN MEMAKAI JILBAB	v
MOTTO	vi
KATA PENGANTAR.....	vii
ABSTRAK	x
ABSTRACT	xi
DAFTAR ISI.....	xii
DAFTAR GAMBAR.....	xiv
BAB I PENDAHULUAN.....	1
A. Latar Belakang	1
B. Rumusan Masalah	8
C. Batasan Masalah.....	9
D. Tujuan Penelitian.....	9
E. Manfaat Penelitian.....	9
F. Kajian Pustaka.....	9
G. Kerangka Teori.....	16
1. Manajemen Media Televisi	16
2. Konvergensi Media	21
3. Industri Televisi Digital.....	25
H. Metode Penelitian.....	29
1. Jenis Penelitian	29
2. Waktu dan Tempat Penelitian	29
3. Subjek dan Objek Penelitian	30
4. Sumber Data	30
5. Teknik Pengumpulan Data	31
6. Teknik Analisis Data	33
7. Teknik Keabsahan Data.....	36

I. Sistematika Pembahasan	37
BAB II GAMBARAN UMUM KANAL INDONESIA.TV.....	38
A. Profil Kanal Indonesia.TV	38
B. Visi Misi Indonesia.TV	39
C. Logo Indonesia.TV	40
D. Struktur Organisasi Indonesia.TV	41
E. Saluran/Kanal Indonesia.TV	42
F. Program Indonesia.TV	48
BAB III MANAJEMEN MEDIA SIARAN DAN PENERAPAN KONVERGENSI MEDIA INDONESIA.TV	51
A. Hasil Penelitian	51
1. Manajemen Media Siaran Indonesia.TV	51
2. Penerapan Konvergensi Media pada Indonesia.TV	61
B. Pembahasan	69
BAB IV PENUTUP	84
A. Kesimpulan	84
B. Saran	86
DAFTAR PUSTAKA	88
LAMPIRAN	91

STATE ISLAMIC UNIVERSITY
SUNAN KALIJAGA
YOGYAKARTA

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. 1 Siklus Analisis Data Penelitian Kualitatif Model Alir	34
Gambar 1. 2 Siklus Analisis Data Penelitian Kualitatif Model Interaktif.....	34
Gambar 2. 1 Logo Indonesiana.TV	40
Gambar 2. 2 Struktur Organisasi Indonesiana.TV	42
Gambar 2. 3 Website Indonesiana.TV	42
Gambar 2. 4 Halaman Facebook Indonesiana.TV	43
Gambar 2. 5 Laman Instagram Indonesiana.TV	44
Gambar 2. 6 Laman X Indonesiana.TV	45
Gambar 2. 7 Laman Tiktok Indonesiana.TV	46
Gambar 2. 8 Laman Youtube Indonesiana.TV	47
Gambar 2. 9 Tampilan awal aplikasi mobile Indonesiana.TV	48
Gambar 3. 1 Tampilan live streaming Indonesiana.TV, 2025	63
Gambar 3. 2 Tampilan dua konten yang menggambarkan konvergensi bercerita	69

STATE ISLAMIC UNIVERSITY
SUNAN KALIJAGA
YOGYAKARTA

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Migrasi media konvensional ke digital secara perlahan dirasakan oleh masyarakat Indonesia. Sebagai negara terdampak dari globalisasi, digitalisasi menjadi poin utama sebagai langkah untuk pemerataan akses informasi. Terlebih lagi dalam era perkembangan teknologi yang menawarkan berbagai efektifitas serta efisiensi, membuat media massa mengikuti arus adopsi teknologi digital. Salah satunya adalah televisi yang dimulai pada tahun 1990-an ketika Jepang memperkenalkan sistem televisi definisi tinggi (HDTV) dan mendorong Amerika untuk mengikuti jejak sistem tersebut.¹ Peralihan sistem dari analog ke digital ini memberikan layanan yang lebih baik dengan kualitas gambar yang lebih tajam juga suara yang lebih jernih di seluruh wilayah.

Secara teknis, televisi digital memberikan sejumlah keuntungan bagi penggunaannya, salah satunya adalah tersedianya layanan siaran tambahan yang bersifat interaktif seperti internet.² Tidak hanya diuntungkan dari segi kualitas, penggabungan televisi dan internet juga akan membuka kemungkinan untuk pelayanan-pelayanan baru, seperti penyediaan link antara program dokumenter dengan ensiklopedia online, akses kepada arsip digital untuk memperoleh informasi-informasi tambahan bagi program-

¹ <https://kpi.go.id/umum> (diakses pada 15 Januari 2025).

² Dinara Maya Julijanti, "Dinamika Digitalisasi dan Konvergensi Media Televisi di Indonesia", *Jurnal Observasi*, Vol. 10 No. 2 (2012), hlm. 97.

program berita dan *current affairs*, membuat link antara program drama atau komedi dengan situs-situs internet yang dibuat oleh para penggemar program tersebut, bahkan fasilitas *streaming* video termasuk *film on demand* dan siaran langsung melalui internet.³

Digitalisasi penyiaran di Indonesia telah diterapkan sejak November 2022 setelah disahkannya Undang-Undang No. 11 Tahun 2020 tentang Cipta Kerja pada pasal 60A ayat 1 yang berbunyi: penyelenggaraan penyiaran dilaksanakan dengan mengikuti perkembangan teknologi termasuk migrasi penyiaran dari teknologi analog ke teknologi digital.⁴ Dengan diberlakukannya digitalisasi ini, membuka peluang baru dalam bidang hiburan bagi beberapa industri media, seperti platform *streaming* video melalui website, aplikasi, maupun Youtube. Terlebih dengan adanya peningkatan kualitas yang lebih baik dalam hal kemudahan akses maupun video dan audio yang lebih jernih, membuat platform digital lebih disukai oleh masyarakat.

Digitalisasi penyiaran televisi telah mempengaruhi berbagai aspek termasuk dalam segi produksi, distribusi, dan konsumsi konten.⁵ Dengan memanfaatkan sistem teknologi yang baru, proses produksi program, *editing* atau penyuntingan gambar, *recording* atau perekaman, serta penyimpanan data telah menggunakan teknologi digital. Sistem ini tentu

³ Dinara Maya Julijanti, *op.cit.*, hlm. 97.

⁴ UU No. 11 tahun 2020 tentang Cipta Kerja.

⁵ Allif Putra Rinidji dan Dasrun Hidayat, "Perubahan Perilaku Masyarakat dalam Menghadapi Transformasi Digital dalam Penyiaran Televisi (Studi Kasus Mengenai Kebiasaan Baru Masyarakat di Desa Cingcin dalam Menyikapi Digitalisasi Penyiaran Televisi)", *Jurnal Professional*, Vol. 11 No.1 (2024), hlm. 168.

saja tidak hanya menguntungkan penonton tetapi juga mempermudah industri televisi dalam hal pekerjaan. Revolusi teknologi yang terjadi terus menerus dan berkembang pesat menyebabkan media berkonvergensi dan terciptanya saluran media baru atau platform media yang lebih beragam.⁶

Dengan hadirnya media baru ini, ada beberapa perubahan yang terjadi di tatanan masyarakat, terutama yang berkaitan dengan cara masyarakat dalam berkomunikasi dan memperoleh informasi melalui media. Berbagai bentuk media baru seperti internet, website, media sosial, portal, blog, *search engine*, *e-commerce*, dan *e-mail* membuat seseorang dapat terhubung antara satu dengan yang lain di berbagai belahan dunia, terlebih lagi dalam langkah untuk memperoleh informasi. Lahirnya media baru ini membuat beberapa media harus bisa menyesuaikan kontennya dengan format digital berbasis internet serta penyesuaian terhadap perubahan masyarakat dalam mengakses konten siaran yang dilakukan dengan mengikuti arus konvergensi media.

Konvergensi media diartikan sebagai penggabungan berbagai bentuk media tradisional (*old media*) dengan media baru (*new media*) yang berbasis komputer dan internet sehingga melahirkan media dengan format, struktur, maupun kultur yang baru.⁷ Konvergensi ini mengacu pada situasi dimana beberapa sistem media hidup berdampingan dan konten media mengalir

⁶ Nurrahmah, *Konvergensi Media Konvensional ke Digital (Studi pada Harian Ujungpandang Ekspres)*, (Makassar: UIN Alauddin, 2017), hlm. 2.

⁷ Gushevinalti, Panji Suminar, dan Heri Sunaryanto, Transformasi Karakteristik Komunikasi di Era Konvergensi Media, *Jurnal Bricolage*, Vol. 6 No. 1 (2020), hlm. 85.

dengan lancar di antara mereka.⁸ Dengan kata lain, makna konvergensi mencakup perilaku migrasi khalayak media yang akan pergi ke mana saja untuk mencari jenis pengalaman hiburan yang diinginkan.⁹ Fenomena konvergensi media ini sudah diterapkan oleh beberapa media seperti Tempo yang meluncurkan majalah digital dengan nama Tempo Interaktif (sekarang Tempo.co) pada tahun 1995, Republika yang meluncurkan versi *online*-nya dengan nama Republika Online (Republika.co.id) pada tahun 1995, dan Kompas yang turut meluncurkan bentuk digitalnya dengan nama Kompas Digital.¹⁰

Dalam ruang lingkup tata kelola penyiaran di Indonesia, beberapa televisi nasional sudah mulai menambah strategi penyiaran mereka dengan mengikuti transformasi teknologi analog ke digital, seperti yang dilakukan oleh LPP TVRI Nasional Jakarta dengan cara siaran *multiplatform* melalui terrestrial, satelit, kabel, dan internet. Lalu, peluncuran situs berita *online* oleh Metro TV serta fasilitas *live streaming* di metroTVnews.com. Dan penerapan *multiplatform* oleh RCTI melalui berbagai saluran mulai dari *Free to Air* (konvensional), *streaming* di RCTI+ serta di aplikasi Tokopedia, website, Youtube dan Me Tube Channel, Facebook, Twitter, dan Instagram.¹¹ Selain itu, RCTI+ juga digunakan sebagai platform *streaming*

⁸ Annissa Derviana, Rana Akbari Fitriawan, “Konvergensi Pada Media Massa (Studi Deskriptif Kualitatif Mengenai Konvergensi Media di Republika)”, dalam *Prosiding Comnews 2019*, (Tangerang, Universitas Multimedia Nusantara, 2019), hlm. 405, <https://proceeding.umn.ac.id/index.php/COMNEWS/article/view/1113/770>

⁹ Ibid.

¹⁰ Dandi, *Manajemen Pengelolaan Konten Media Penyiaran di Era Konvergensi Media (Studi Kasus pada TVMU)*, Skripsi (Yogyakarta: Universitas Islam Indonesia, 2022), hlm 3.

¹¹ Ibid., hlm 39-40.

milik MNC Media dengan konten dari empat televisi lain yaitu, RCTI, MNCTV, GTV, dan iNews. Dilain sisi, proses konvergensi yang dilakukan oleh industri media ini berdampak pada peningkatan kualitas konten, meluasnya jangkauan audiens melalui berbagai saluran, serta meningkatkan kualitas pengalaman pengguna dengan akses berbagai platform. Dengan persaingan yang cukup ketat ini, maka media harus bisa mengatur bagaimana strategi yang tepat dalam menjangkau lebih banyak audiens.

Adanya teknologi baru dalam industri media penyiaran televisi memberikan dampak pada penyesuaian manajemen siaran yang berlaku. Mulai dari pengelolaan konten hingga penentuan segmentasi audiens menjadi poin utama yang perlu dipertimbangkan oleh lembaga penyiaran. Pada stasiun televisi, manajemen siaran ini digunakan sebagai alat untuk bersaing antar lembaga siaran, karena keberhasilan media penyiaran tergantung dengan tiga pilar utama, yaitu program, pemasaran, dan teknik.¹² Hal tersebut menunjukkan bahwa, tidak hanya media penyiaran seperti televisi saja yang bersaing di era konvergensi media saat ini, tetapi juga media *online* turut menjadi pesaing lain dalam menghasilkan konten berkualitas.

Beberapa penelitian telah membahas tentang konvergensi dan transformasi media dalam ranah jurnalistik seperti pada artikel; “Analisis Konvergensi Media Seatoday Channel untuk Memenuhi Kebutuhan

¹² Morissan, M.A, *Manajemen Media Penyiaran: Strategi Mengelola Radio & Televisi*, (Jakarta: Prenadamedia Group, 2008), hlm. 134.

Informasi di Era Digital” yang ditulis oleh Danang Soeminto mengenai penerapan digitalisasi multimedia dengan membagikan kembali konten-konten berita yang sudah tayang di televisi melalui platform lain dengan durasi yang lebih pendek sehingga bisa menjangkau lebih banyak audiens. Namun, sangat sedikit kajian tentang konvergensi dan transformasi media dalam ranah televisi digital seperti dengan aspek yang peneliti pilih dalam penelitian ini. Beberapa penelitian tersebut dibahas pada artikel; “Transformasi NET TV: Penggunaan NETVerse dalam Era Konvergensi Media” yang ditulis oleh Novita Sari dan Muh. Ruslan Ramli mengenai kemunculan layanan *streaming* berupa *platform* NETVerse sebagai strategi baru bagi NET TV untuk bersaing di era konvergensi media.¹³ Selain itu, pembahasan mengenai manajemen media penyiaran dipaparkan dalam artikel; “Analisis Manajemen Media Penyiaran Batik TV Pekalongan di Era Konvergensi Media” yang ditulis oleh Prisca Devina Dwijayani mengenai perubahan konten analog menjadi konten digital serta manajemen yang dilakukan agar tetap mendapatkan pendapatan dari media sosial.¹⁴

Untuk menambah kajian mengenai konvergensi media dalam sudut pandang televisi, maka peneliti akan memilih Indonesiana.TV sebagai objek pada penelitian kali ini. Indonesiana.TV menjadi salah satu dari sekian banyak platform digital yang berkembang di era digitalisasi sekaligus konvergensi media. Platform ini dikelola oleh Balai Media Kebudayaan di

¹³ Novita Sari dan Muh. Ruslan Ramli, Transformasi NET TV: Penggunaan NETVerse dalam Era Konvergensi Media, Jurnal Ilmu Komunikasi, Vol. 9 No. 4 (2024).

¹⁴ Prisca Devina Dwijayani, Analisis Manajemen Media Penyiaran Batik TV Pekalongan di Era Konvergensi Media, Jurnal Lektur, Vol. 2 No. 2 (2019).

bawah naungan Kemendikbudristek dan menjadi televisi kebudayaan pertama di Indonesia yang menggunakan teknologi *Internet Protocol Television* (IPTV) dengan beberapa fitur unggulan di antaranya *Video on Demand* (VOD), *TV on Demand*, *pause and rewind TV*, dan lainnya. Fitur-fitur tersebut memungkinkan penggunanya untuk mengakses berbagai konten melalui *streaming* tanpa terikat dengan jadwal tayang program tersebut seperti TV terrestrial.

Pemilihan Indonesiana.TV sebagai objek dalam penelitian kali ini karena perbedaan yang dimiliki Indonesiana.TV dengan TV konvensional pada umumnya. Indonesiana.TV memulai proses pertamanya dengan menjadi platform multi kanal TV Digital dan fokus pada layanan *streaming* melalui website <https://indonesiana.tv>. Selain bisa diakses melalui website, konten Indonesiana.TV juga bisa dilihat melalui siaran televisi di jaringan Indihome pada saluran 113 (SD) dan 916 (HD)¹⁵ serta pada aplikasi Indonesiana.TV. Proses konvergensi yang dilakukan oleh Indonesiana.TV juga terlihat pada integrasi antar konten yang dimiliki dengan berbagai platform seperti jaringan televisi lokal, tayangan hiburan yang terdapat di kereta ataupun pesawat, serta antar sosial media Indonesiana.TV. Dengan adanya inovasi model siaran ini, maka akan memberikan dampak pada manajemen media siaran yang berlaku. Penyesuaian terhadap pengelolaan konten media maupun produksi program acara dilakukan untuk mempertahankan eksistensi media tersebut, sehingga diperlukan analisis

¹⁵ <https://indonesiana.tv/faq> (diakses pada 19 Desember 2024).

mengenai manajemen media siaran yang tepat untuk digunakan di era konvergensi media saat ini.

Oleh karena itu, peneliti ingin memahami bagaimana Indonesiana.TV melakukan pengelolaan manajemen media siaran di era konvergensi media dengan melakukan observasi dan wawancara kepada Koordinator Umum, Periset dan Penulis Konten, serta *Programming* dan *Digital Platform* dari Indonesiana.TV. Penelitian ini menggunakan teori Manajemen Media dari Morissan, teori tersebut akan membahas secara sistematis bagaimana pengelolaan sebuah media mencakup struktur manajemen operasional maupun keputusan strategis dalam menghadapi tantangan era digital baik dari segi perencanaan, pengorganisasian, pengarahan, dan pengawasan. Penelitian ini juga menggunakan teori Konvergensi Media dari Rich Gordon, teori ini digunakan untuk menganalisis proses integrasi konten yang dilakukan oleh Indonesiana.TV untuk menjangkau lebih banyak audiens.

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah disebutkan, maka rumusan masalah yang akan dikaji dalam penelitian ini adalah bagaimana pengelolaan manajemen media penyiaran Indonesiana.TV di era konvergensi media?

C. Batasan Masalah

Agar penelitian ini lebih fokus dan terarah, maka penelitian ini dibatasi pada manajemen media yang digunakan oleh Indonesiana.TV dalam rentang tahun 2021-2024.

D. Tujuan Penelitian

Tujuan dari penelitian ini, yaitu untuk mendeskripsikan pengelolaan manajemen media penyiaran Indonesiana.TV di era konvergensi media.

E. Manfaat Penelitian

Diharapkan hasil dari penelitian ini dapat menambah wawasan dan pengetahuan baik itu bagi mahasiswa maupun orang yang terlibat dalam dunia media dan *broadcasting*, agar dapat mengetahui dan memahami pengelolaan manajemen media penyiaran di era konvergensi media.

F. Kajian Pustaka

Dalam suatu penelitian diperlukan dukungan hasil penelitian yang telah ada sebelumnya yang berkaitan dengan penelitian tersebut. Setelah melakukan penelusuran terhadap hasil-hasil penelitian terdahulu yang relevan dengan permasalahan yang akan dikaji, maka dapat dipaparkan dari hasil-hasil penelitian sebelumnya adalah sebagai berikut:

Penelitian pertama ditulis oleh Novita Sari dan Muh. Ruslan Ramli (2024) berjudul *Transformasi NET TV: Penggunaan NETVerse dalam Era Konvergensi Media*¹⁶. Penelitian ini bertujuan untuk menjelaskan

¹⁶ Novita Sari dan Muh. Ruslan Ramli, *op.cit.*

bagaimana NET TV menggunakan NETVerse dalam proses transformasinya menghadapi era konvergensi media. Penelitian ini menggunakan metode deskriptif kualitatif. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa melalui teori konvergensi media Henry Jenkins, NET TV mampu mengimplementasikan NETVerse untuk menghadapi konvergensi media saat ini dengan 4 cara, yaitu (1) membuat konten original khusus tayang di NETVerse, (2) meningkatkan interaktifitas dan keterlibatan pengguna, (3) melakukan kolaborasi dan kemitraan, dan (4) membuat *library* program NET TV. Penelitian ini menghasilkan bahwa dari segi ekonomi, NETVerse mampu memberikan nilai tambah bagi sponsor untuk menghasilkan *income* perusahaan. Dari segi konvergensi organik, NETVerse mampu menciptakan kontribusi pengguna secara efektif. Konvergensi budaya diterapkan NETVerse dengan mengadopsi konten luar untuk mendorong pertukaran budaya global. Kemudian dari segi konvergensi teknologi, NETVerse memberikan pengalaman yang berbeda bagi pengguna dengan memberikan fitur permainan interaktif. Kendala yang dihadapi termasuk persaingan sengit di pasar digital, kesulitan menentukan identitas dengan konten yang terbatas, masalah teknis dan umpan balik pengguna serta modal yang besar untuk produksi konten digital.

Terdapat beberapa kesamaan antara penelitian yang dilakukan oleh Novita Sari dan Muh. Ruslan Ramli tersebut dengan penelitian yang penulis lakukan. Keduanya sama-sama membahas tentang fenomena konvergensi yang terjadi di media televisi, khususnya pada penggunaan aplikasi digital.

Kesamaan lainnya terletak pada metode penelitian yang dilakukan, yaitu dengan menggunakan metode penelitian kualitatif. Perbedaannya terletak pada objek penelitian, yang mana objek pada penelitian tersebut adalah aplikasi digital NETVerse yang digunakan dalam transformasi NET TV untuk menghadapi era konvergensi media sementara objek penelitian penulis adalah manajemen media penyiaran Indonesiana.TV di era konvergensi media.

Penelitian kedua ditulis oleh Danang Soeminto (2023) berjudul Analisis Konvergensi Media Seatoday Channel untuk Memenuhi Informasi di Era Digital¹⁷. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana analisis konvergensi media yang dilakukan oleh Seatoday Channel untuk memenuhi kebutuhan informasi yang sudah beralih ke media digital. Penelitian ini menggunakan metode deskriptif dengan pendekatan kualitatif. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa Seatoday Channel melakukan konvergensi media untuk memenuhi kebutuhan informasi pemirsa atau audiens yang sudah bertransformasi ke media digital. Beberapa jenis konvergensi yang diterapkan oleh Seatoday Channel di antaranya: konvergensi struktural, konvergensi *newsroom*, konvergensi pengumpulan informasi, dan konvergensi *news gathering*. Dari penerapan tersebut, Seatoday Channel mendapatkan banyak keuntungan dari segi efisiensi,

¹⁷ Danang Soeminto, *Analisis Konvergensi Media Seatoday Channel untuk Memenuhi Kebutuhan Informasi di Era Digital*, Jurnal Action Research Literate, Vol. 7 No. 10 (2023).

efektivitas, dan kreativitas dalam produksi konten serta distribusi dan pengiriman informasi berita bisa dilakukan dengan cepat.

Kesamaan antara penelitian yang dilakukan oleh Danang Soeminto dengan penelitian yang penulis lakukan, terletak pada penerapan konvergensinya yang menggunakan media baru, seperti aplikasi Seatoday TV, website, dan sosial media lainnya. Kesamaan lainnya terlihat pada metode penelitian yang dilakukan, yaitu metode penelitian kualitatif. Perbedaan dengan penelitian yang dilakukan oleh penulis justru terletak pada objek penelitian, yaitu proses konvergensi jurnalistik yang dilakukan oleh Sea Today sementara penulis meneliti tentang manajemen media pada Indonesiana.TV.

Penelitian ketiga ditulis oleh Prisca Devina Dwijayani (2019) berjudul Analisis Manajemen Media Penyiaran Batik TV Pekalongan di Era Konvergensi Media ¹⁸. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui manajemen media penyiaran Batik TV Pekalongan sebagai televisi lokal milik pemerintah di era konvergensi media. Penelitian ini menggunakan metode deskriptif dengan pendekatan kualitatif. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa terjadi beberapa perubahan dalam manajemen media penyiaran di era konvergensi media diantaranya komunikasi lebih banyak dilakukan melalui media untuk berkoordinasi. Komunikasi yang terjadi tidak hanya satu arah tapi dua arah. Selain itu, teknologi membantu dalam pengelolaan pesan sebelum disiarkan. Media sosial memberikan banyak

¹⁸ Prisca Devina Dwijayani, *op.cit.*

pengaruh dalam penyebaran pesan. Dari sisi konten, terjadi perubahan dari konten analog menjadi konten digital, sehingga dapat dikonsumsi oleh berbagai pihak. Sedangkan dari sisi ekonomi, pendapatan tidak hanya diperoleh dari iklan, namun pendapatan juga diperoleh melalui media sosial. Strategi manajemen media dalam kerangka konvergensi media belum optimal karena belum ada sistem yang baik dan keterbatasan kemampuan sumber daya manusia.

Dari penelitian yang dilakukan oleh Prisca Devina, terdapat beberapa kesamaan dengan penelitian yang penulis lakukan, yaitu pada pembahasan mengenai manajemen media penyiaran di era konvergensi media. Selain itu, terdapat kesamaan pada metode penelitian yang digunakan, yaitu metode penelitian kualitatif. Perbedaan antara penelitian ini dengan yang penulis lakukan terdapat pada objek penelitian yang membahas mengenai televisi lokal, yaitu Batik TV Pekalongan sementara penulis membahas tentang televisi digital nasional, yaitu Indonesiana.TV.

Penelitian keempat ditulis oleh Annissa Derviana dan Rana Akbari Fitriawan (2019) berjudul Konvergensi Pada Media Massa (Studi Deskriptif Kualitatif Mengenai Konvergensi Media di Republika)¹⁹. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pelaksanaan konvergensi yang dilakukan media Republika berdasarkan lima dimensi Rich Gordon (2003), yaitu konvergensi kepemilikan, konvergensi taktik, konvergensi struktur, konvergensi peliputan informasi, dan konvergensi penyajian atau

¹⁹ Annissa Derviana, Rana Akbari Fitriawan, *op.cit.*

pengisahan cerita. Penelitian ini menggunakan metode penelitian kualitatif dengan paradigma konstruktivis dengan jenis penelitian deskriptif-kualitatif. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa Republika melakukan konvergensi karena terjadinya transformasi teknologi yang mendorong media untuk masuk ke ranah digital. Ledakan transformasi digital membuat terjadinya perubahan konsumsi informasi di masyarakat. Sebagai media yang ingin terus menjaga eksistensinya, Republika membaca perubahan tersebut dimana masyarakat saat ini menginginkan informasi yang serba cepat. Tuntutan industri membuat Republika tidak hanya menjadikan tulisan sebagai konten unggulan, Republika juga harus mendistribusikan informasi ke dalam berbagai format.

Kesamaan penelitian yang dilakukan oleh Annissa Derviana dan Rana Akbari dengan penelitian yang penulis lakukan adalah pada pembahasan mengenai proses konvergensi yang terjadi pada media massa. Kesamaan lainnya terletak pada penggunaan teori konvergensi media oleh Rich Gordon. Perbedaan dengan penelitian yang penulis lakukan terletak pada objek penelitian yang digunakan, yaitu penelitian ini menggunakan media Republika serta penggunaan paradigma konstruktivisme yang tidak penulis gunakan.

Penelitian kelima ditulis oleh Dandi (2022) berjudul Manajemen Pengelolaan Konten Media Penyiaran di Era Konvergensi Media (Studi Kasus pada TVMU) ²⁰. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui

²⁰ Dandi, *op.cit.*

bagaimana manajemen pengelolaan konten media penyiaran, serta apa saja kendala yang dihadapi manajemen media penyiaran di era konvergensi media. Penelitian ini menggunakan paradigma konstruktivisme, dengan metode penelitian kualitatif dan pendekatan studi kasus. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa manajemen pengelolaan konten di TVMU meliputi empat fungsi, pertama perencanaan, kedua pengorganisasian meliputi pembagian departemen dan pembagian kerja, ketiga pengarahan dan memberikan pengaruh yang terdiri dari motivasi, komunikasi, kepemimpinan dan pelatihan, serta keempat pengawasan. Selain itu, perkembangan teknologi tidak lagi menjadi tantangan bagi TVMU tetapi telah menjadi peluang dalam menambah pemasukan bagi manajemen TVMU. Hal itu dilakukan dengan langkah *digital present* melalui layanan *Over The Top* (OTT). TVMU juga menerapkan konsep *multimedia*, *multichannel*, dan *multiplatform* dalam menyebarkan konten siaran.

Pada penelitian yang dilakukan oleh Dandi, terdapat beberapa kesamaan dengan penelitian yang penulis lakukan, yaitu keduanya sama-sama membahas mengenai manajemen media penyiaran di televisi, terlebih setelah kemunculan media baru (*new media*). Kesamaan lainnya terletak pada metode penelitian yang digunakan, yaitu metode penelitian kualitatif. Selain itu, penggunaan teori konvergensi media dari Rich Gordon dan konsep manajemen media penyiaran oleh Morissan juga menjadi kesamaan pada kedua penelitian ini. Perbedaannya, terletak pada objek penelitian yang

digunakan, yang mana penelitian ini menggunakan TVMU sebagai televisi swasta nasional.

G. Kerangka Teori

1. Manajemen Media Televisi

Stoner mengartikan manajemen sebagai proses perencanaan, pengorganisasian, pengarahan, dan pengawasan usaha-usaha para anggota organisasi dan penggunaan sumber daya organisasi lainnya agar mencapai tujuan organisasi yang telah ditetapkan.²¹ Menurut Mondy (1983), manajemen adalah proses perencanaan pengorganisasian, memengaruhi dan pengawasan untuk mencapai tujuan organisasi melalui koordinasi penggunaan sumber daya manusia dan materi.²² Dari dua definisi tersebut, dapat disimpulkan bahwa manajemen merupakan sebuah cara yang dilakukan oleh organisasi untuk mencapai tujuan bersama dengan beberapa fungsi, yaitu:

- a. Perencanaan (*Planning*). Disebut sebagai kegiatan penentuan tujuan (*objectives*) media penyiaran serta mempersiapkan rencana dan strategi yang akan digunakan untuk mencapai tujuan tersebut.²³ Dalam tahap ini, sebuah keputusan harus segera ditetapkan dengan beberapa pertimbangan kondisi yang kemungkinan akan terjadi ketika pelaksanaan. Di lembaga

²¹ Morissan, M.A, *op.cit.*, hlm. 135-136.

²² Ibid., 136.

²³ Ibid., 138.

penyiaran, tahap perencanaan yang bisa dilakukan meliputi²⁴:

(1) membuat keputusan mengenai sasaran dan tujuan program penyiaran, (2) melakukan identifikasi dan sasaran (target) audiens, (3) menetapkan kebijakan atau aturan untuk menentukan strategi yang akan dipilih, serta (4) memutuskan strategi yang akan digunakan.

- b. Pengorganisasian (*Organizing*). Merupakan proses penyusunan struktur organisasi yang sesuai dengan tujuan organisasi, sumber daya yang dimiliki, dan lingkungan yang melingkupinya.²⁵ Hal ini dilakukan dengan tujuan untuk mempermudah manajer melakukan pengawasan yang lebih efektif dan menentukan sumber daya yang dibutuhkan untuk setiap kegiatan.²⁶ Oleh karena itu, pembagian tugas diberikan sesuai dengan kemampuan atau bidang masing-masing. Dalam lembaga penyiaran, tidak ada ketentuan khusus mengenai struktural organisasi. Hal tersebut tergantung dengan skala kegiatan namun pada umumnya, terdiri atas empat bagian, yaitu²⁷: (1) Teknik, (2) Program, yang dibagi lagi menjadi pemberitaan dan produksi, (3) Pemasaran, serta (4)

²⁴ Morissan, M.A, *op.cit.*, hlm. 144.

²⁵ *Ibid.*, 150.

²⁶ Susilowati dan Rossy S, Pelaksanaan Fungsi Manajemen Perkantoran POAC (*Planning, Organizing, Actuating, Controlling*) untuk Meningkatkan Efektivitas Kerja Pada Bagian Teknik di PT PLN (Persero) ULP Rayon Bangil, *Jurnal Vok@sindo*, Vol 8, No. 1 (2020), hlm. 80.

²⁷ Morissan, M.A, *op.cit.*, hlm. 156.

Administrasi. Keempat bagian tersebut berada dibawah tanggungjawab manager umum.

- c. Pengarahan/Pergerakan (*Actuating*). Setelah dua fungsi sebelumnya dilakukan, maka selanjutnya seorang manajer atau pemimpin akan memberikan arahan untuk bekerja dan melaksanakan tanggung jawab agar mencapai tujuan perusahaan. Kegiatan pengarahan ini mencakup empat kegiatan penting, yaitu pemberian motivasi, komunikasi, kepemimpinan, dan pelatihan.²⁸ Dalam lembaga penyiaran, kemampuan berkomunikasi yang baik sangat dibutuhkan demi kelancaran operasional. Didukung dengan tiga poin lainnya, manajer umum harus memastikan bahwa kegiatan tersebut akan dapat memberikan kontribusi kepada karyawan agar mereka dapat bekerja secara lebih efektif sehingga secara tidak langsung ikut membantu stasiun penyiaran dalam mencapai tujuannya.²⁹
- d. Pengawasan (*Controlling*). Fungsi terakhir pada manajemen adalah pengawasan yaitu proses untuk mengetahui apakah tujuan-tujuan organisasi atau perusahaan sudah tercapai atau belum.³⁰ Seorang manajer harus memastikan pekerjaan yang dilakukan oleh karyawan sesuai dengan yang sudah direncanakan. Dengan adanya fungsi pengawasan, maka akan

²⁸ Morissan, M.A, *op.cit.*, hlm. 162.

²⁹ Ibid., 166-167.

³⁰ Morissan, M.A, *op.cit.*, hlm. 167.

membantu penilaian terhadap perencanaan, pengorganisasian, serta pengarahan yang dilakukan sebelumnya telah efektif atau belum. Di lembaga penyiaran, pengawasan dilakukan berdasarkan hasil kerja atau kinerja yang dapat diukur, contohnya adalah jumlah dan komposisi audiens yang menonton atau mendengarkan program stasiun penyiaran dapat diukur dan diketahui melalui laporan riset rating.³¹

Sedangkan, pengertian media secara bahasa adalah alat (sarana) komunikasi seperti koran, majalah, radio, televisi, film, poster, dan spanduk³² yang digunakan untuk menyebarluaskan pesan atau informasi kepada masyarakat. Dalam buku Teori dan Riset Media Siber (2016), Nasrullah menjabarkan bahwa media tidak mesti bersifat massa, sebab secara historis *term* media itu sendiri muncul dari sesuatu yang menjadi agen atau perantara dalam penyampaian pesan.³³

Sehingga, dapat diartikan bahwa manajemen media harus memberikan pengetahuan tentang pengelolaan media (baik itu media tradisional seperti koran, majalah, televisi, dan radio maupun media *online*), dengan menggunakan prinsip-prinsip dan seluruh proses manajemennya secara utuh yang meliputi berbagai fungsi manajemen yaitu perencanaan (*planning*), pengorganisasian (*organizing*),

³¹ Morissan, M.A, *op.cit.*, hlm. 168.

³² <https://kbbi.web.id/media> (diakses pada 15 Desember 2024).

³³ Muhammad Ikhwan, *Manajemen Media Kontemporer: Mengelola Media Cetak, Penyiaran, dan Digital*, (Jakarta: Kencana, 2022), hlm. 12.

memengaruhi (*influencing*), dan pengawasan (*controlling*).³⁴ Dalam arti lain menyebutkan bahwa manajemen media adalah sebuah ilmu yang mempelajari bagaimana pengelolaan media dengan prinsip-prinsip dan seluruh proses manajemennya dilakukan, baik terhadap media sebagai industri yang bersifat komersial maupun sosial.³⁵

Secara spesifik, manajemen media membahas mengenai strategi perusahaan dalam mengelola bisnis media yang meliputi pengkajian sejumlah persoalan yang mencakup fungsi manajemen, *leadership*, produksi *content*, *marketing*, manajemen SDM, manajemen teknologi, budaya organisasi, dan lain sebagainya.³⁶ Dijelaskan oleh Adiputra (dalam Siregar, 2010) bahwa manajemen media tidak hanya mempelajari keterampilan dalam memproduksi media namun aspek menyeluruh dari media yang berkaitan dengan aspek produksi sekaligus konteks dari sebuah media beroperasi.³⁷

Dalam ranah televisi, manajemen media digunakan sebagai cara atau strategi untuk mengelola hasil konten ataupun rancangan produksi sehingga televisi bisa menjadi media yang tepat dalam penyebaran informasi. Pengelolaan manajemen ini berkaitan dengan pembagian struktural organisasi dalam televisi yang tidak memiliki standar baku, melainkan disesuaikan dengan kebutuhan setiap

³⁴ Muhammad Ikhwan, *op.cit.*, hlm. 14.

³⁵ Amir Effendi Siregar, *Potret Manajemen Media di Indonesia*, (Yogyakarta: Total Media, 2010), hlm. 269.

³⁶ Muhammad Ikhwan, *op.cit.*, hlm. 15.

³⁷ Amir Effendi Siregar, *op.cit.*, hlm. 269-270.

perusahaan. Terdapat tiga bidang atau divisi yang menjadi *core business* dalam perusahaan televisi, yaitu bidang produksi program, pemberitaan (*news*), dan pemasaran (*marketing*).³⁸

2. Konvergensi Media

Sebagai isu yang sering dibahas dalam bisnis media, konvergensi memiliki kaitan dengan digitalisasi dan transformasi media. Konvergensi media disebut sebagai perkembangan media lama yang bertransformasi menjadi media baru (digital) dan menjadi satu kesatuan platform berbasis internet.³⁹ Dalam definisi lain, konvergensi media merupakan fenomena bergabungnya berbagai media yang sebelumnya dianggap berbeda dan terpisah yang meliputi media cetak maupun media elektronik menjadi satu ke dalam sebuah media tunggal.⁴⁰

Konvergensi harus dipahami sebagai proses teknologi yang menyatukan beberapa fungsi media dalam perangkat yang sama.⁴¹

Dengan adanya konvergensi, maka aliran konten yang terdapat di berbagai platform dapat saling bekerja sama antara berbagai industri media. Konvergensi tidak akan menyebabkan media lama tergantikan sepenuhnya oleh media baru. Berbagai bentuk media itu akan saling

³⁸ Muhammad Ikhwan, *op.cit.*, hlm. 140.

³⁹ Dr. Jokhanan Kristiyono, *Konvergensi Media: Transformasi Media Komunikasi di Era Digital pada Masyarakat Berjejaring*, (Jakarta: Kencana, 2022), hlm. 19.

⁴⁰ Nadya Khennis Rozana, Konvergensi Media Dakwah di Indonesia (Studi Kasus pada TV9 Nusantara), *Jurnal Ilmiah Indonesia*, Vol. 7, No. 11 (2022), hlm. 16857.

⁴¹ Muhammad Ikhwan, *op.cit.*, hlm. 222.

melengkapi, sesuai dengan perkembangan teknologi.⁴² Kemampuan tersebut memberikan kebebasan pada audiens untuk bermigrasi dan memilih jenis platform serta pengalaman hiburan yang diinginkan.

Konvergensi dapat terjadi karena didukung oleh unsur 3C, yaitu *computing*, *communication* dan *content*.⁴³ *Computing* (industri komputer dan teknologi informasi) berfungsi sebagai penyedia, pengolah, penyaji data dan informasi, *communication* (infrastruktur dan jaringan telekomunikasi) berfungsi menyediakan jaringan koneksi melalui kabel atau satelit agar komputer bisa saling terhubung, dan *content* (isi materi/konten) berfungsi menyediakan isi untuk kebutuhan internet seperti berita, informasi, perdagangan atau *games*.⁴⁴

Ketika *computing* bersatu dengan *content*, maka akan menghasilkan DVD yang berisi media seperti film, drama series, materi pembelajaran dan lain sebagainya yang bisa dipasarkan kepada konsumen; ketika *computing* bersatu dengan *communication*, maka akan menghasilkan telepon seluler; ketika *communication* bersatu dengan *content*, maka akan menghasilkan siaran untuk TV kabel; dan ketika *computing*, *communication*, dan *content* bergabung maka akan menghasilkan internet.⁴⁵

⁴² Muhammad Ikhwan, *op.cit.*, hlm. 223.

⁴³ Henry Jenkins, *Convergence Culture*, (New York: New York University Press, 2006).

⁴⁴ Muhammad Ikhwan, *op.cit.*, hlm. 224.

⁴⁵ Ibid.

Menurut Rich Gordon, ada lima bentuk konvergensi, diantaranya:

- a. Konvergensi kepemilikan (*ownership convergence*). Jenis konvergensi ini terkait dengan pengelolaan dalam satu usaha media besar yang mendorong *cross promotion* dan *content sharing* di antara media cetak, *online*, TV dalam satu unit usaha.⁴⁶ Dalam kata lain, konvergensi kepemilikan mengacu pada kepemilikan perusahaan media besar atas beberapa jenis media, seperti sebuah perusahaan media yang menjadi induk dari media cetak, media online, dan media penyiaran.⁴⁷
- b. Konvergensi taktis (*tactical convergence*). Pada jenis ini berkaitan dengan pembagian konten dan cara media-media yang berbeda saling bekerja sama untuk memperoleh keuntungan.
- c. Konvergensi struktural (*structural convergence*). Jenis konvergensi ini dikaitkan dengan perubahan dalam pengumpulan dan distribusi berita.⁴⁸ Dalam kata lain, konvergensi ini membutuhkan *redesign* pembagian kerja dan strukturisasi organisasi di tiap media yang sudah menjadi bagian dari konvergensi.⁴⁹

⁴⁶ Muhammad Ikhwan, *op.cit.*, 226.

⁴⁷ Nadya Khennis Rozana, Konvergensi Media Dakwah di Indonesia (Studi Kasus pada TV9 Nusantara), *Jurnal Ilmiah Indonesia*, Vol. 7, No. 11 (2022), hlm. 16857.

⁴⁸ Muhammad Ikhwan, *op.cit.*, hlm. 227.

⁴⁹ Nadya Khennis Rozana, *op.cit.*, hlm. 16857.

- d. Konvergensi pengumpulan informasi (*information-gathering convergence*). Pada jenis konvergensi ini, perusahaan menginginkan pekerjaannya untuk memiliki banyak keterampilan atau keahlian dalam membuat konten untuk berbagai platform. Sehingga, karyawan atau pekerja diharapkan dapat mengumpulkan, mengolah dan menyajikan data ke platform cetak, televisi, maupun online.⁵⁰
- e. Konvergensi bercerita (*storytelling or presentation convergence*). Merupakan bentuk konvergensi yang menuntut keterampilan karyawan media dalam mengemas informasi sesuai dengan segmen pasar media yang bersangkutan dan dilengkapi dengan foto, video, maupun grafis.⁵¹

Konvergensi media dapat disebut sebagai perubahan penggunaan media yang disesuaikan dengan kebutuhan audiens. Beberapa gagasan umum yang dirujuk oleh istilah konvergensi ini antara lain konten *streaming* di berbagai platform media, kolaborasi di industri media yang berbeda, mengembangkan struktur pendanaan baru media yang berada di antara media lama dan media baru, serta perilaku pembaca media yang menginginkan informasi untuk menambah pengetahuan, pengalaman, dan hiburan.⁵²

⁵⁰ Nadya Khennis Rozana, *op.cit.*, hlm. 16857.

⁵¹ Ibid.

⁵² Millatul Mardhiyyah, Konvergensi Media (Analisis Transformasi Media Konvensional dalam Perspektif Ekonomi Kritis), *Jurnal An-Nida*, Vol. 15, No. 2 (2023), hlm. 135.

3. Industri Televisi Digital

Televisi merupakan sistem penyiaran gambar yang disertai dengan bunyi (suara) melalui kabel atau melalui angkasa dengan menggunakan alat yang mengubah cahaya (gambar) dan bunyi (suara) menjadi gelombang listrik dan mengubahnya kembali menjadi berkas cahaya yang dapat dilihat dan bunyi yang dapat didengar.⁵³ Dalam arti lain disebutkan bahwa televisi merupakan media komunikasi yang terkenal sebagai penerima siaran gambar bergerak dengan suara baik itu hitam putih atau berwarna.⁵⁴

Pada perkembangannya, siaran televisi di Indonesia secara perlahan mulai merambah ke ranah digital. Secara teknis, perbedaan TV digital terletak pada penggunaan frekuensi yang lebih efisien dibandingkan dengan TV analog. Hal ini terlihat dari jumlah angka frekuensi yang lebih minim pada TV digital. Pada sistem penyiaran TV digital, penggunaan modulasi sinyal digital dan sistem kompresi akan menghadirkan kualitas gambar yang lebih bersih serta suara yang lebih jernih dibandingkan dengan siaran analog. Manfaat lainnya dengan penyiaran TV digital adalah adanya integrasi dengan layanan multimedia lainnya serta integrasi dengan layanan interaktif seperti *Video on Demand* (VOD), *Pay per View* (PPV), bahkan layanan komunikasi dua arah seperti *teleconference*.⁵⁵

⁵³ <https://kbbi.kemdikbud.go.id/entri/televisi> (diakses pada 22 Januari 2025)

⁵⁴ Muhammad Afdhal Annuri, 2023, *Manajemen Penyiaran Kompas TV Riau dalam Menghadapi Persaingan di Era Digital*, UIN Sultan Syarif Kasim Riau, hlm. 23.

⁵⁵ Muhammad Ikhwani, *op.cit.*, hlm. 181.

Secara umum, kelebihan TV digital bisa digambarkan sebagai berikut:⁵⁶

- a. Memiliki sinyal yang lebih stabil dikarenakan TV digital tidak memerlukan pemancar televisi. Pada TV analog, semakin jauh dengan lokasi stasiun pemancar televisi, maka sinyal penyiaran akan semakin melemah dan gambar yang ditampilkan semakin buruk.
- b. Terdapat dua status penyiaran TV digital, yaitu terima (1) atau tidak (0). Artinya, apabila perangkat penerima siaran digital dapat menangkap sinyal, maka program siaran akan diterima. Sebaliknya, jika sinyal tidak diterima maka gambar-suara tidak muncul.
- c. Kualitas suara dan gambar yang lebih jernih. Perbedaan yang paling kontras antara TV analog dan digital adalah tidak akan ditemui gambar yang berbayang atau *noise* (bintik-bintik semut) pada layar televisi.

Hadirnya sistem siaran digital tidak hanya memberikan dampak positif pada industri televisi melainkan juga pada penikmat siaran televisi. Secara perlahan, adanya sistem digital juga memberikan kesempatan pada industri televisi untuk mengembangkan siarannya menggunakan platform *streaming*. Seiring dengan hal tersebut, layanan berbasis *live streaming* dan *news reporting* juga memiliki

⁵⁶ Ibid.

peluang untuk berkembang bahkan bisa bersaing dengan konten hiburan yang saat ini sudah mendominasi.⁵⁷

Melihat lebih jauh, saat ini sejumlah perusahaan berbasis media sudah mulai mengembangkan TV *streaming* berbasis web dan juga aplikasi. Di lain sisi, pertumbuhan industri *streaming* yang cepat memberikan beberapa pilihan model bisnis platform *streaming*, diantaranya:⁵⁸

- a. *Subscriber Video on Demand* (SVOD) merupakan model bisnis dengan memperoleh pendapatan dari biaya langganan para penontonnya, seperti Netflix dan Disney+. Pada model bisnis ini, pelanggan cukup membayar harga langganan setiap bulan dan dia bisa menonton seluruh konten yang ada dalam aplikasi *streaming* tersebut.
- b. *Advertising Video on Demand* (AVOD) merupakan model bisnis yang mengandalkan iklan untuk menjalankan operasionalnya, sementara konten yang disajikan gratis untuk ditonton. Contoh media yang menggunakan model AVOD ini adalah Youtube.
- c. *Broadcasting Video on Demand* (BVOD) merupakan model bisnis yang dilakukan oleh televisi terrestrial dengan menayangkan konten yang sama melalui media *streaming*. Pada

⁵⁷ Irwan Setyawan, *Masa Depan Industri Televisi*, (Jakarta: Gramedia Pustaka Utama, 2023), hlm. 64.

⁵⁸ Ibid., hlm. 87-90.

model ini, kehadiran aplikasi *streaming* biasanya hanya sebagai servis buat penontonnya. Sehingga perusahaan hanya mencari pendapatan dari iklan di televisi dan tayangan di *streaming* bersifat gratis. Contohnya seperti yang dilakukan oleh MNC dengan RCTI+.

- d. *Transactional Video on Demand* (TVOD) merupakan model bisnis yang dilakukan dengan menjual konten secara satuan sehingga pelanggan hanya membayar untuk konten yang ingin ditonton saja. Contohnya terdapat pada aplikasi Apple TV dan juga We TV.

Dengan berbagai model bisnis *streaming* tersebut, berbagai industri televisi juga platform digital saling bersaing untuk bisa mendapatkan lebih banyak keuntungan terlebih lagi untuk menarik minat audiens dalam menikmati konten yang diberikan. Hal yang perlu dipahami bahwa siaran televisi terrestrial digital berbeda dengan layanan *streaming* maupun televisi kabel berlangganan. Pada siaran televisi terrestrial digital, tayangan yang diberikan itu gratis atau *free to air* karena sudah menggunakan frekuensi digital. Sedangkan layanan *streaming* maupun televisi kabel berlangganan hanya bisa diakses dengan cara berlangganan dan membayar ataupun dinikmati melalui gawai berbasis internet.

H. Metode Penelitian

1. Jenis Penelitian

Pada penelitian ini, peneliti memilih jenis penelitian kualitatif. Penelitian kualitatif merupakan penelitian untuk mengeksplorasi dan memahami makna yang oleh sejumlah individu atau kelompok orang dianggap berasal dari masalah sosial atau kemanusiaan.⁵⁹ Dalam definisi lain menyebutkan bahwa penelitian kualitatif adalah prosedur penelitian yang menghasilkan data deskriptif berupa kata-kata tertulis atau lisan dari orang-orang dan perilaku yang dapat diamati.⁶⁰ Alasan peneliti menggunakan penelitian kualitatif adalah untuk mengetahui bagaimana pengelolaan manajemen media penyiaran Indonesiana.TV di era konvergensi media dari data primer yang dikumpulkan, yakni wawancara peneliti dengan tim terkait.

2. Waktu dan Tempat Penelitian

Penelitian ini dilaksanakan di Kantor Indonesiana.TV yang berlokasi di Kota Jakarta Pusat, Jakarta. Dengan waktu penelitian berlangsung dari tanggal 16 Januari 2025 – 16 Februari 2025.

⁵⁹ John W. Creswell, *Research Design (Pendekatan Kualitatif, Kuantitatif, dan Mixed)*, (Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 2011), hlm. 6.

⁶⁰ Dr. H. Zuchri Abdussamad, S.I.K., M.Si, *Metode Penelitian Kualitatif*, (Sulawesi: CV. Syakir Media Press, 2021), hlm. 30.

3. Subjek dan Objek Penelitian

Subjek penelitian merupakan orang, informan, atau pun partisipan yang mewakili suatu kelompok tertentu.⁶¹ Dalam penelitian ini, yang menjadi subjek penelitian adalah Koordinator Umum, Periset dan Penulis Substansi Konten, dan *Programming* dan *Digital Platform* di kanal Indonesiana.TV. Sedangkan objek penelitian merupakan situasi sosial yang ingin diketahui “apa yang terjadi” di dalamnya dengan dilakukan pengamatan secara mendalam oleh peneliti pada aktivitas (*activity*) orang-orang (*actors*) yang ada pada tempat (*place*) tertentu.⁶² Pada penelitian kali ini, objek penelitiannya adalah manajemen media penyiaran Indonesiana.TV di era konvergensi media.

4. Sumber Data

Dalam penelitian ini, ada dua jenis sumber data yang digunakan, yakni:

a. Data Primer

Data primer merupakan sumber data yang diperoleh secara langsung melalui informan yang menjadi subjek dari penelitian ini. Data yang dihasilkan berupa teks hasil wawancara secara langsung dengan 3 informan, yaitu Heni

⁶¹ Yudin Citriadin, *Metode Penelitian Kualitatif: Suatu Pendekatan Dasar*, (Mataram: Sanabil, 2020), hlm. 44.

⁶² Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan Kombinasi (Mixed Methods)*, (Bandung: Alfabeta, 2013), hlm. 215.

Wiradimaja sebagai Koordinator Umum Indonesiana.TV, Nurtyas Aji sebagai Periset dan Penulis Substansi Konten Indonesiana.TV, dan Syahreza Yusuf sebagai *Programming* dan *Digital Platform* Indonesiana.TV.

b. Data Sekunder

Data sekunder merupakan sumber data yang diperoleh peneliti sebagai pelengkap sumber data primer. Data ini berupa data-data yang sudah tersedia dan dapat diperoleh oleh peneliti dengan cara membaca, melihat, atau mendengarkan.⁶³ Untuk sumber data sekunder, peneliti akan mengumpulkan arsip dokumen tertulis yang dimiliki oleh tim Indonesiana.TV sebagai data pendukung pada penelitian kali ini.

5. Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data merupakan bagian dari metode yang di dalamnya terdapat cara dan prosedur dalam melakukan penelitian.⁶⁴

Pada setiap jenis penelitian menggunakan teknik pengumpulan data yang berbeda, yang disesuaikan dengan kebutuhan peneliti. Sehingga, peneliti wajib untuk mengetahui dan memahami teknik yang sesuai dengan kebutuhannya. Pada penelitian ini, peneliti menggunakan

⁶³ Jonathan Sarwono, *Metode Penelitian Kualitatif Kuantitatif*, (Yogyakarta: Graha Ilmu, 2006), hlm. 209.

⁶⁴ Dr. Agus Triyono, M.Si, *Metode Penelitian Komunikasi Kualitatif*, (Yogyakarta: Bintang Pustaka Madani, 2021), hlm. 82.

teknik pengumpulan data dengan cara observasi, wawancara, dan dokumentasi.

a. Observasi

Memiliki arti lain yaitu pengamatan. Pada teknik ini, memungkinkan peneliti untuk mengamati secara langsung keadaan yang terjadi di lapangan, sehingga peneliti mampu memahami situasi dan kondisi serta menghindari adanya kekeliruan data. Observasi yang dilakukan yaitu observasi partisipasi pasif di mana peneliti tidak terlibat secara langsung dengan aktifitas yang dilakukan oleh subjek penelitian.

b. Wawancara

Wawancara merupakan teknik mendapatkan data melalui proses interview dengan narasumber atau informan melalui berbagai pertanyaan. Arti lain dari wawancara adalah suatu teknik pengumpulan data untuk mendapatkan informasi yang digali dari sumber data langsung melalui percakapan atau tanya jawab.⁶⁵ Dalam penelitian ini, peneliti akan mengumpulkan data dengan mewawancarai Koordinator Umum Indonesiana.TV, Periset dan Penulis Substansi Konten Indonesiana.TV, dan *Programming* dan Digital Platform Indonesiana.TV untuk mendapatkan informasi mengenai pengelolaan manajemen siaran pada kanal Indonesiana.TV.

⁶⁵ Dr. Agus Triyono, M.Si, *op.cit.*, hlm. 82.

c. Dokumentasi

Merupakan teknik pengumpulan terakhir yang digunakan sebagai sarana penambah nilai informasi yang dibutuhkan oleh peneliti. Pada teknik ini, peneliti akan mempelajari dokumen-dokumen yang bersangkutan dengan kanal Indonesiana.TV. Dokumen tersebut dapat berupa teks materi, naskah, video-video program, serta data-data lain mengenai pengelolaan manajemen siaran pada kanal Indonesiana.TV.

6. Teknik Analisis Data

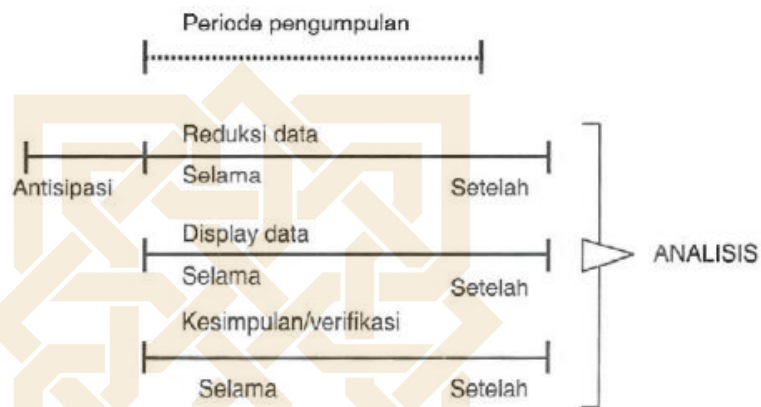
Pada penelitian kualitatif, data-data diperoleh dari berbagai sumber dengan menggunakan teknik pengumpulan data yang bermacam-macam dan dilakukan secara terus menerus yang menyebabkan ada banyak variasi data yang terkumpul.⁶⁶ Dengan banyaknya data yang terkumpul, maka diperlukan analisis data untuk mendukung kesimpulan atau teori.

Analisis data diartikan sebagai proses mencari dan menyusun secara sistematis data yang diperoleh dari hasil wawancara, catatan lapangan dan bahan-bahan lain sehingga dapat mudah difahami dan temuannya dapat diinformasikan kepada orang lain.⁶⁷ Pada penelitian kualitatif, analisis data yang dilakukan bersifat induktif, dilakukan secara interaktif dan berlangsung secara terus menerus

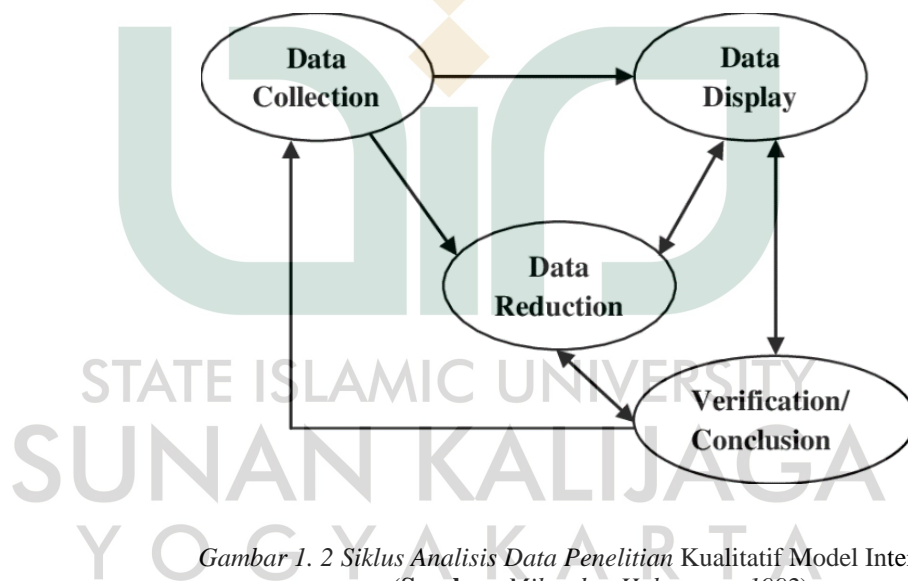
⁶⁶ Sugiyono, *op.cit.*, hlm. 243.

⁶⁷ Ibid., hlm. 244.

sampai datanya sudah jenuh. Terdapat dua model analisis data menurut Miles and Huberman (1992) yang ditunjukkan pada gambar berikut.



Gambar 1. 1 Siklus Analisis Data Penelitian Kualitatif Model Alir
(Sumber: Miles dan Huberman, 1992)



Gambar 1. 2 Siklus Analisis Data Penelitian Kualitatif Model Interaktif
(Sumber: Miles dan Huberman, 1992)

a. Reduksi Data

Diartikan sebagai proses mengolah data dari lapangan dengan memilah dan memilih serta menyederhanakan data dengan merangkum yang penting-penting sesuai dengan fokus

masalah penelitian.⁶⁸ Dengan demikian, data yang telah direduksi akan memberikan gambaran yang lebih jelas dan mempermudah peneliti untuk melakukan pengumpulan data selanjutnya.⁶⁹ Dalam penelitian ini, peneliti akan mengumpulkan data yang berkaitan dengan pengelolaan manajemen siaran pada kanal Indonesiana.TV.

b. Penyajian Data

Dalam penelitian kualitatif, penyajian data dilakukan dalam bentuk uraian singkat, bahan, hubungan antar kategori, *flowchart* dan sejenisnya dengan teks yang bersifat naratif.⁷⁰ Penyajian data tersebut dilakukan untuk menemukan pola-pola yang bermakna serta memberikan kemungkinan adanya penarikan kesimpulan dan pemberian tindakan. Dengan *mendisplaykan* data, maka laporan yang sudah direduksi dapat tergambar konteks data secara keseluruhan dan memudahkan peneliti untuk memahami serta merencanakan langkah kerja selanjutnya berdasarkan data tersebut.

c. Penarikan Kesimpulan

Verifikasi data dilakukan sejak awal terhadap data-data yang telah diperoleh namun masih bersifat sementara. Tetapi, jika basis data di lapangan terbukti valid dan konsisten, maka

⁶⁸ Uhar Suharsaputra, *Metode Penelitian: Kuantitatif, Kualitatif, dan Tindakan*, (Bandung: Refika, 2012), hlm. 218.

⁶⁹ Sugiyono, *op.cit.*, hlm. 247.

⁷⁰ Ibid., 249.

kesimpulan tersebut merupakan kesimpulan yang kredibel. Dalam hal ini, kesimpulan harus diverifikasi selama penelitian masih berlangsung.

7. Teknik Keabsahan Data

Dalam penelitian kualitatif, kriteria utama terhadap data hasil penelitian adalah valid, reliabel, dan objektif. Validitas data diartikan sebagai derajat ketepatan antara data yang terjadi pada objek penelitian dengan data yang dilaporkan oleh peneliti.⁷¹ Reliabilitas berkenaan dengan derajat konsistensi dan stabilitas data atau temuan.⁷² Sedangkan, objektivitas berkenaan dengan derajat kesepakatan atau “*interpersonal agreement*” antar banyak orang terhadap suatu data.⁷³

Untuk menguji keabsahan data, maka peneliti akan menggunakan uji kredibilitas pada data-data yang diperoleh dengan meningkatkan ketekunan. Dapat diartikan bahwa peneliti melakukan pengamatan secara lebih cermat dan berkesinambungan. Dengan cara ini, maka kepastian data dan urutan peristiwa akan dapat direkam secara pasti dan sistematis.⁷⁴ Untuk meningkatkan ketekunan, peneliti dapat membaca berbagai referensi buku maupun hasil penelitian atau dokumentasi terkait dengan temuan yang

⁷¹ Sugiyono, *op.cit.*, hlm. 267.

⁷² Ibid.

⁷³ Ibid.

⁷⁴ Ibid., 272.

diteliti, sehingga wawasan peneliti akan semakin luas dan dapat digunakan untuk memeriksa data yang ditemukan apakah benar atau tidak.⁷⁵

I. Sistematika Pembahasan

Sistematika pembahasan dibutuhkan untuk mempermudah pemahaman dan penyusunan skripsi. Pada penelitian kali ini, berikut sistematika pembahasan yang akan dilakukan:

BAB I: Pendahuluan. Pada bab ini membahas mengenai pendahuluan yang terdiri dari latar belakang, rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, kajian pustaka, kajian teori, dan metode penelitian.

BAB II: Gambaran Umum. Pada bab ini membahas mengenai gambaran umum objek yang akan diteliti. Pada penelitian kali ini objek yang akan diteliti adalah pengelolaan manajemen siaran pada kanal Indonesiana.TV.

BAB III: Hasil dan Pembahasan. Pada bab ini membahas mengenai laporan hasil penelitian berdasarkan data yang telah diperoleh melalui sumber data terkait yang kemudian akan dilakukan pensinkronan antara teori dan kenyataan di lapangan.

BAB IV: Penutup. Pada bab ini membahas mengenai tahapan terakhir dalam penelitian yang berisi mengenai kesimpulan dari hasil penelitian yang disesuaikan dengan rumusan masalah serta berisi saran yang membangun guna penelitian selanjutnya.

⁷⁵ Sugiyono, *op.cit.*, hlm. 272.

BAB IV

PENUTUP

A. Kesimpulan

Indonesiana.TV merupakan salah satu media penyiaran di bawah naungan Kementerian Kebudayaan Republik Indonesia yang dibentuk sejak tahun 2021. Sebagai pustaka budaya, Indonesiana.TV fokus pada pengembangan platform digital agar bisa diakses dengan mudah oleh masyarakat Indonesia. Pemilihan media digital ini sekaligus menjadi langkah bagi Indonesiana.TV agar tetap bisa berkembang di era transformasi dan konvergensi media. Ada lima bentuk konvergensi media menurut Rich Gordon yang sudah diterapkan oleh Indonesiana.TV, yaitu 1) konvergensi kepemilikan terlihat pada bentuk promosi silang yang dilakukan oleh unit-unit kerja dibawah naungan Kemendikbudristek seperti Dirjen Kebudayaan, Direktorat Perfilman Musik dan Media, Balai Media Kebudayaan, serta Indonesiana.TV, 2) konvergensi taktis terlihat pada proses kerjasama dan pemanfaatan media sosial sebagai alat promosi, serta pendistribusian konten selain melalui website maupun aplikasi, 3) konvergensi struktural terlihat pada perubahan struktur setelah adanya penambahan Unit Pelaksana Tugas Bernama Balai Media Kebudayaan, 4) konvergensi pengumpulan informasi terlihat pada proses pengumpulan dan pengelolaan berbagai konten yang pernah diproduksi serta pendistribusian konten-konten tersebut ke berbagai platform sesuai dengan format kontennya, dan 5) konvergensi bercerita terlihat pada integrasi konten

promosi di sosial media maupun yang telah diunggah melalui channel Youtube Indonesiana.TV.

Dengan kondisi persaingan antar media digital yang cukup pesat, maka sebuah lembaga penyiaran harus bisa merencanakan manajemen media yang tepat. Manajemen yang dijalankan oleh Indonesiana.TV berfungsi untuk mempersiapkan rencana yang harus dilakukan agar bisa mencapai tujuan yang telah ditetapkan. Selain itu, fungsi lainnya adalah untuk mengatur, mengarahkan, dan mengawasi proses kegiatan dari Indonesiana.TV. Terdapat empat fungsi manajemen menurut Morissan, yaitu perencanaan, pengorganisasian, pengarahan, dan pengawasan.

Pada perencanaan, Indonesiana.TV menjadi siaran berbasis digital dengan pengembangan platform pada layanan *Over the Top*, *Video on Demand*, dan menjalin kerja sama dengan mitra siar seperti jaringan TV kabel maupun TV lokal untuk memperluas distribusi konten Indonesiana.TV.

Dalam hal pengorganisasian, Indonesiana.TV membagi tanggung jawab sesuai dengan lingkup kerja masing-masing bidang, terlebih pada pengelolaan platform yang mereka miliki. Ada dua bidang yang terlibat dalam pengelolaan platform, yaitu bidang komunikasi yang fokus pada pengembangan konten-konten di sosial media dan bidang programming yang fokus pada pola siaran di website, aplikasi, dan juga televisi.

Fungsi pengarahan terlihat pada pemberlakuan SOP sebelum memasuki tahap pra produksi. Hal ini untuk mengarahkan tim produksi agar

membuat dan merencanakan program sesuai dengan target audiens. Lalu, pada fungsi pengawasan, Indonesiana.TV melakukan proses evaluasi dengan memantau audiens melalui *data traffic* setiap periode tertentu.

B. Saran

1. Untuk Praktisi

Industri media dan perkembangan teknologi digital akan semakin masif kedepannya, membuat persaingan antar media menjadi lebih kompetitif. Dengan tantangan tersebut, media harus bisa menarik atensi audiens dengan memberikan segmentasi program sesuai dengan preferensi yang dibutuhkan. Disarankan bagi pihak Indonesiana.TV untuk membuat konten promosi program secara aktif agar bisa menarik lebih banyak audiens dan mengenalkan Indonesiana.TV ke beragam khalayak.

2. Untuk Penelitian selanjutnya.

Penelitian yang dilakukan oleh penulis terbatas pada pengelolaan manajemen yang terjadi pada rentang tahun 2021-2024. Eksistensi Indonesiana.TV dan juga media digital lainnya akan terus berkembang seiring dengan meluasnya transformasi dan teknologi. Peneliti berharap agar kedepannya penelitian ini dapat dikembangkan lebih mendalam dengan teori yang bervariasi dan objek yang berbeda. Hadirnya penelitian ini diharapkan dapat menjadi referensi bagi peneliti selanjutnya terlebih mengenai manajemen media penyiaran pada televisi digital. Selain itu, peneliti juga berharap agar terdapat penelitian

lanjutan yang membahas dari segi sudut pandang audiens atau penonton.



DAFTAR PUSTAKA

- Abdussamad, Zuchri. 2021. *Metode Penelitian Kualitatif*. Sulawesi: CV. Syakir Media Press.
- Agnes, dkk. 2024. *Strategi Pemasaran Media Sosial: Membangun Keterlibatan dan Jangkauan*. Padang: Tazaka Innovatix Labs.
- Annuri, M. Afdhal. 2023. Manajemen Penyiaran Kompas TV Riau dalam Menghadapi Persaingan di Era Digital. *Skripsi*. Riau: UIN Sultan Syarif Kasim.
- Citriadin, Yudin. 2020. *Metode Penelitian Kualitatif: Suatu Pendekatan Dasar*. Mataram: Sanabil.
- Creswell, J. 2011. *Research Design (Pendekatan Kualitatif, Kuantitatif, dan Mixed)*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.
- Dandi. 2022. Manajemen Pengelolaan Konten Media Penyiaran di Era Konvergensi Media (Studi Kasus pada TVMU). *Skripsi*. Yogyakarta: Universitas Islam Indonesia.
- Derviana, Annissa dan Fitriawan, Rana Akbari. 2019. Konvergensi pada Media Massa (Studi Deskriptif Kualitatif Mengenai Konvergensi Media di Republika). *Prosiding: Conference on Communication and News Media Studies*. 1.
- Devina Dwijayani, P. 2019. Analisis Manajemen Media Penyiaran Batik TV Pekalongan di Era Konvergensi Media. *Jurnal Lektur*. 2(2).
- Gushevinalti, dkk. 2020. Transformasi Karakteristik Komunikasi di Era Konvergensi Media. *Jurnal Bricolage*. 6(1).
- Ikhwan, Muhammad. 2022. *Manajemen Media Kontemporer: Mengelola Media Cetak, Penyiaran, dan Digital*. Jakarta: Kencana.
- Indonesia. 2017. *Undang-Undang No. 5 Tahun 2017 tentang Pemajuan Kebudayaan*.
- Indonesia. 2020. *Undang-Undang No. 11 Tahun 2020 tentang Cipta Kerja*.

Indonesiana.TV. FAQ. <https://Indonesiana.TV/faq> (diakses pada 19 Des)..

Jenkins, Henry. 2006. *Convergence Culture*. New York: New York University Press.

Kamud Besar Bahasa Indonesia. Media. <https://kbbi.web.id/media> (diakses pada 15 Des 2024).

Kamus Besar Bahasa Indonesia. Televisi. <https://kbbi.kemdikbud.go.id/entri/televisi> (diakses pada 22 Januari 2025)

Khennis Rozana, N. 2022. Konvergensi Media Dakwah di Indonesia (Studi Kasus pada TV9 Nusantara). *Jurnal Ilmiah Indonesia*. 7(11).

Komisi Penyiaran Indonesia. Umum. <https://kpi.go.id/umum> (diakses pada 15 Jan 2025).

Kristiyono, J. 2022. *Konvergensi Media: Transformasi Media Komunikasi di Era Digital pada Masyarakat Berjejaring*. Jakarta: Kencana.

Mardhiyyah, Millatul. 2023. Konvergensi Media (Analisis Transformasi Media Konvensional dalam Perspektif Ekonomi Kritis). *Jurnal An-Nida*. 15(2).

Maya Julijanti, D. 2012. Dinamika Digitalisasi dan Konvergensi Media Televisi di Indonesia. *Jurnal Observasi*. 10(2).

Morissan. 2008. *Manajemen Media Penyiaran: Strategi Mengelola Radio & Televisi*. Jakarta: Prenadamedia Group.

Nurrahmah. 2017. *Konvergensi Media Konvensional ke Digital (Studi pada Harian Ujungpandang Ekspres)*. Makassar: UIN Alauddin.

Rinidji, Allif Putra dan Hidayat, Dasrun. 2024. Perubahan Perilaku Masyarakat dalam Menghadapi Transformasi Digital dalam Penyiaran Televisi (Studi Kasus Mengenai Kebiasaan Baru Masyarakat di Desa Cingcin dalam Menyikapi Digitalisasi Penyiaran Televisi. *Jurnal Professional*. 11(1).

Sari, Novita dan Ruslan Ramli, M. 2024. Transformasi NET TV: Penggunaan NETVerse dalam Era Konvergensi Media. *Jurnal Ilmu Komunikasi*. 9(4).

Sarwono, Jonathan. 2006. *Metode Penelitian Kualitatif Kuantitatif*. Yogyakarta: Graha Ilmu.

- Setyawan, Irwan. 2023. *Masa Depan Industri Televisi*. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama.
- Siregar, Amir Effendi. 2010. *Potret Manajemen Media di Indonesia*. Yogyakarta: Total Media.
- Subawa dan Widhiasthini. 2019. *Waralaba 4.0: Isu, Tren dan Evolusi Bisnis Waralaba di Era Digital*. Bali: Nilacakra.
- Sugiyono. 2013. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan Kombinasi (Mixed Methods)*. Bandung: Alfabeta.
- Suharsaputra, Uhar. 2012. *Metode Penelitian: Kuantitatif, Kualitatif, dan Tindakan*. Bandung: Refika.
- Susilowati dan Rossy. 2020. Pelaksanaan Fungsi Manajemen Perkantoran POAC (*Planning, Organizing, Actuating, Controlling*) untuk Meningkatkan Efektivitas Kerja Pada Bagian Teknik di PT PLN (Persero) ULP Rayon Bangil. *Jurnal Vok@sindo*. 8(1).
- Triyono, Agus. 2021. *Metode Penelitian Komunikasi Kualitatif*. Yogyakarta: Bintang Pustaka Madani.
- Wibisono, Irawan. 2024. *Manajemen Redaksi dalam Konvergensi Media*. Banyumas: Anggota IKAPI

STATE ISLAMIC UNIVERSITY
SUNAN KALIJAGA
YOGYAKARTA