BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Kemajuan teknologi di dunia komunikasi dan informasi memberikan kontribusi serta manfaat besar bagi masyarakat. Kemajuan ini mendorong terjadinya perpindahan audiens dari media konvensional ke media digital. Perpindahan tersebut menjadikan fenomena ini tidak dapat dihindari, seiring dengan perubahan pola konsumsi informasi masyarakat yang mengarah ke era digital (Fajarini et al., 2025, pp. 551–552). Dalam hal ini, perpindahan arus audiens yang berahli ke media digital memberikan indikasi bahwa masyarakat telah kurang bersimpatik ke media konvensional.

Metro TV, sebagai stasiun televisi konvensional di Indonesia, mengadapi permasalahan serius berupa penurunan audiens pada siaran televisi konvensional akibat tingginya migrasi audiens ke platform digital dan media sosial, di mana data Nielsen menampilkan adanya penurunan rating secara bertahap pada slot *prime time* sejak beberapa tahun terakhir. APJII (2024), memperlihatkan bahwa kondisi tersebut diperburuk dengan tingginya penetrasi internet di Indonesia yang mencapai 221 juta pengguna di 2024, mendorong konsumsi *on – demand* membuat konten *hard news* Metro TV tidak dapat bersaing dengan berita instan di media sosial.

Dilansir dari similarweb (2025), menunjukkan bahwa website metrotvnews.com mencatat traffic bulanan yang terbatas dengan ranking global bekisar 28.000 an sejak Februari 2026. Hal ini menandakan bahwa tantangan dalam menarik audiens digital secara maksimal walaupun terdapat peningkatan sekitar 24%. Media sosial, instagram @metrotv memiliki pengikut 2,2 JT followers dengan 84 ribu postingan, sementara Facebook @metrotv mencapai 4,8 juta likes, tetapi engagement relatif rendah untuk konten *hard news* konvensional yang belum keseluruhan di adaptasi ke format lebih interaktif. Hal ini menunjukkan ketidaksesuaian antara konten siaran linear Metro TV dengan preferensi audiens muda, yang lebih memilih akses yang cepat serta via mobile dan algoritma media sosial. Permasalah tersebut memaksa media Metro TV untuk menggunakan strategi konvergensi 3M untuk menerapkan *multimedia, multichannel,* dan *multiplatform* guna menarik kembali audiens yang berahli ke platform digital.

Perpindahan tersebut juga menunjukkan bahwa masyarakat lebih memilih media digital dibandingkan media lama. Perkembangan media tersebut penting untuk dikaji karena banyak dari audiens menganggap bahwa media digital lebih menarik dan praktis (Safitri et al, 2024, p. 1). Melihat perubahan tersebut, wajar untuk media massa terus menyesuaikan diri dan menghadirkan informasi dalam berbagai format agar tetap relevan sebagai sumber utama bagi masyarakat (Alfatih et al., 2024).

Perpindahan dari pola konsumsi pasif menjadi aktif, partisipatif, dan berbasis algoritma telah menggeser dominasi media konvensional dalam struktur komunikasi publik atau penyebar informasi. Hal tersebut menambah menurunnya minat audiens untuk mengkonsumsi informasi melalui media konvensional. Mayoritas masyarakat saat ini mengakses informasi melalui internet dan media sosial, yang dimana akses informasi dapat dilakukan secara *real-time*, *interaktif*, dan dapat disesuaikan dengan kebutuhan pribadi audiens.

Meskipun perubahan media di pengaruhi oleh kemajuan teknologi, televisi tetap mempertahankan relevansinya sebagai media konvensional yang populer di masyarakat (Mukti, 2023). Survei Nielsen menunjukkan bahwa televisi masih menjadi media paling diminati di Indonesia karena keunggulan audio & visualnya (Sari M. K., 2015). Kondisi tersebut membuat masyarakat memanfaatkan televisi sebagai media informasi yang utama. Televisi tetap memiliki tempat tersendiri di kalangan audiens tertentu, meskipun harus bersaing dengan kecepatan dan fleksibilitas media digital.

Mukti, 2023, p. 3, mengatakan bahwa perkembangan zaman saat ini mempengaruhi minat masyarakat untuk menonton televisi. Kemajuan teknologi digital membuat media konvensional tertinggal karena format digital menawarkan akses yang lebih cepat dan fleksibel. Munculnya internet mengubah cara hidup manusia, termasuk memproduksi dan mengkonsumsi berita (Hutomo, 2020, p. 31). Hal tersebut menjadikan

audiens dapat membaca berita di mana dan kapan saja tanpa adanya batasan, bahkan secara gratis.

Pesatnya perkembangan teknologi media mengubah cara manusia berinteraksi dan mencari informasi, yang menjadi ciri utama transformasi masyarakat informasi (Muqsith, 2021). Internet mendorong terjadinya konvergensi pada media televisi. Digitalisasi tidak hanya memengaruhi proses jurnalistik, melainkan juga pola konsumsi audiens, kebiasaan aktivitas, hubungan dengan media, penyebaran informasi, serta literasi media (Safitri et al., 2024).

Haqqu (2020, p. 16), menegaskan bahwa konvergensi dianggap sebagai proses perusahaan media yang awalnya berfokus pada satu platform (seperti cetak, radio, televisi atau *online*), berkembang menjadi konglomerat multiplatform media. Konteks pertelevisian, berarti mendistribusikan dan mempromosikan konten dengan menggunakan platform digital seperti media sosial, website, aplikasi seluler (Yusnata et al., 2023). Dalam hal ini, televisi tidak lagi bergantung pada siaran linear semata, melainkan ikut bergerak mengikuti perilaku audiens digital.

Perubahan teknologi digital, termasuk pada media sosial, membuat peralihan media analog ke platform digital menjadi lebih singkat, memaksa media massa untuk beradaptasi dengan kebutuhan zaman yang sangat cepat (Hakim, 2019). Perubahan teknologi mendorong Metro TV untuk merubah proses penyebarkan konten informasi yang sesuai dengan perubahan zaman. Fenomena tersebut membuat interaksi dan pertukaran informasi antar

individu menjadi lebih mudah, membawa umat manusia menuju peradaban global yang terus maju.

Henry Jenkins (2006), menjelaskan bahwa dalam teori konvergensi media, individu dapat menggabungkan berbagai sumber media untuk memperoleh pemahaman lebih mendalam mengenai hubungan antar media, baik melalui media konvensional maupun digital (Audinovic, 2021). Konvergensi tidak hanya menyatukan teknologi, tetapi juga mencerminkan kompleksitas dan keterkaitan pola konsumsi media. Konvergensi media menurut Jenkins (2006, p. 3), Aliran sebuah konten yang kemudian disebarluaskan di berbagai platform media. Oleh karena itu, Metro TV perlu untuk mengikuti perkembangan zaman dan menerapkan konvergensi dalam strateginya.

Dilansir dari Kumparan.com (2024), Konvergensi media menghasilkan dampak positif dan negatif. Dampak positifnya mencakup kemudahan mengakses informasi, meningkatnya interaktivitas, efisiensi waktu dan biaya, terbukannya peluang inovasi, jangkauan lebih luas, peningkatan kreativitas. Namun, terdapat dampak negatif seperti informasi berlebihan, penyebaran informasi palsu, ketergantungan teknologi, isu privasi dan keamanan data, ketimpangan digital, penurunan konsumsi media tradisional, distraksi dan multitasking yang berlebihan.

Penelitian yang dilakukan *The Reuters Digital News* tahun 2021 Newman et al. (2021) menjelaskan pengguna media cetak sebesar 20% dari 276 juta penduduk Indonesia, Sementara untuk pengguna televisi sebesar

58%, dan pengguna media online menjadi pengguna terbanyak yakni sebesar 89%. Tingginya penggunaan media sosial di masyarakat menimbulkan pentingnya transformasi media ke arah digital (Saragih, 2024). Transformasi diperlukan oleh Metro TV untuk mengubah media konvensional ke digital agar tetap bertahan.

Penelitian yang dilakukan oleh Suciska & Gunawibawa (2020) menemukan bahwa para *digital natives*, pengguna internet atau media sosial, lebih tertarik pada media online dari pada media konvensional. Pergeseran pola konsumen ke konten *on demand* semakin mempertegas perlunya strategi konvergensi bersifat inovatif yang mampu menjembatani media konvensional sesuai kebutuhan audiens modern (Sari & Ramli, 2024). Bergesernya pola konsumsi audiens ke konten *on demand* menjadikan Metro TV perlu menciptakan konten yang bersifat cepat sesuai dengan karakteristik audiens di era sekarang.

Batubara (2019), menyatakan bahwa teknologi informasi dan komunikasi yang mudah diakses memungkinkan setiap orang untuk terhubung dengan jutaan perangkat komputer di seluruh dunia, termasuk berinteraksi melalui media sosial (Bur et al., 2023, p. 190). Arventina mengatakan bahwa media sosial kemudian menjadi media baru yang memberikan berbagai manfaat, seperti ruang untuk menerima dan memberikan informasi serta melepas lelah dari keseharian rutinitas (Bur et al., 2023, p. 190). Chris Brogan (2010), menjelaskan bahwa media sosial adalah seperangkat alat komunikasi dan kolaborasi baru yang membuka

peluang interaksi yang awalnya tidak tersedia bagi orang umum (Ambar, 2017).

Henry Jenkins berpendapat dalam *Participatory Media Culture* di mana budaya media baru memungkinkan audiens berperan sebagai konsumen dan produsen media. Metro TV perlu menambahkan konten di media sosial sebagai strategi mempertahankan konten *hard news*. Dalam *Participatory Media Culture* masyarakat secara lebih mudah mampu merespon dan memberikan kontribusi pesan kepada media (Ambar, 2017).

Deuze & McQuail (2020), mengatakan bahwa munculnya media baru memaksa banyak media konvensional untuk segera merubah formatnya, menyesuaikan dengan kontruksi sosial yang telah dibangun oleh media konvensional (Saragih, 2024, p. 2). Saragih (2024, p. 2), mengatakan bahwa transformasi ke arah digital perlu melibatkan adanya perpaduan antara konten, komputasi, dan komunikasi (3C).

Fidler (2003, pp. 38-44), menyebutkan bahwa prinsip mediamorfosis mencakup tiga konsep: koevolusi yang menekankan perubahan, konvergensi sebagai penciptaan baru, serta kompleksitas yang menunjukkan bahwa perubahan sering dimulai dengan kekacauan sebelum menghasilkan sistem yang sesuai serta transformatif (Saragih, 2024, p. 2). Metro TV sebagai media lama memerlukan transformasi secara cepat sesuai dengan perkembangan teknologi dan perubahan pola konsumsi audiens. Dilansir dari Kumparan.com (2024), berita digital merupakan media *online*

yang menyajikan informasi peristiwa melalui internet tanpa menggunakan kertas seperti media cetak.

Penelitian yang dilakukan oleh Salsabila et al (2020, pp. 350–351), Media televisi memanfaatkan perkembangan teknologi komunikasi untuk memperluas pasar yang dapat memenuhi kebutuhan konsumen dengan menggabungkan berbagai media menjadi satu bentuk platform media. Ananda (2023, p. 6), Konvergensi media merubah industri dan social pada media, Perubahan social terjadi pada pekerja media yang bekerja secara multitasking. Dengan konvergensi media menjadikan staf produksi perlu mengemas dua media sekaligus. Oleh karena itu, Metro TV sendiri perlu memaksimalkan jurnalis lapangan dalam membuat sebuah konten berita secara multitasking.

Penelitian ini berfokus pada strategi konvergensi media konvensional ke era digital seiring perubahan pola konsumsi informasi masyarakat. Adapun penelitian terkait transformasi media konvensional ke era platform digital. Pertama penelitian yang dilakukan oleh (Sari & Ramli, 2024) berjudul Transformasi Net TV: Penggunaan Netverse dalam era konvergensi media, menyoroti mengenai perubahan pola konsumsi informasi masyarakat yang menggunakan Netverse sebagai media informasi. Dalam penelitian ini dapat disimpulkan bahwa Netverse mampu memberikan nilai tambah bagi sponsor guna menghasilkan *income* perusahaan.

Selanjutnya, penelitian yang dilakukan oleh (Firdaus & Panuju, 2022) yang berjudul Strategi Konvergensi Media Pada Media Lokal Radar Bromo, yang menyoroti mengenai bagaimana Radar Bromo, sebagai media lokal di wilayah Pasuruan & Probolinggo, merespons tantangan digitalisasi media melalui penerapan strategi konvergensi media. Transformasi yang dilakukan untuk mempertahankan eksistensi media cetak di tengah pergeseran konsumsi informasi masyarakat yang kini lebih mengandalkan platform digital. Penelitian ini menyimpulkan bahwa Radar Bromo menerapkan strategi 3M, yakni *Multimedia, Multichannel,* dan *Multiplatform*, serta didukung dengan model konvergensi berupa konvergensi *newsroom, content* dan *newsgathering*.

Penelitian terakhir yang dilakukan oleh (Yusnata et al., 2023), yang berjudul Strategi Palembang Ekspres (PALPRES) dalam Konvergensi Media, yang menyoroti mengenai strategi konvergensi media yang dilakukan oleh surat kabar harian Palembang Ekspres (palpres) dalam merespons transformasi industri media di era digital. Penelitian ini berfokus pada bagaimana palpres beradaptasi terhadap perkembangan teknologi komunikasi dengan mengintegrasikan media cetak dalam platform digital, termasuk melalui website berita, media sosial, serta koran hybrid.

Kesimpulan penelitian ini ditemukan bahwa palpres menerapkan strategi konvergensi media melalui, pembuatan portal berita online di palpres.disway.id, pengembangan koran hybrid digital melalui palpres.bacakoran.co, optimalisasi distribusi konten melalui media sosial

seperti Intagram, Facebook, Youtube, dan TikTok, dan tetap mempertahankan kode etik jurnalistik meskipun platform distribusinya berubah.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan identifikasi masalah di atas, peneliti merumuskan masalah sebagai berikut:

Bagaimana strategi konvergensi media yang dilakukan Metro TV dalam mempertahankan konten *hard news* melalui strategi 3M (*Multimedia*, *Multichannel*, *Multiplatform*)?

1.3 Tujuan Penelitian

Penelitian ini bertujuan untuk mengeksplorasi strategi konvergensi pada media konvensional Metro TV, yang secara spesifik bertujuan untuk:

Mendeskripsikan strategi konvergensi Metro TV dalam mempertahankan konten *Hard News* melalui strategi 3M (*Multimedia*, *Multichannel*, *Multiplatform*).

1.4 Manfaat Penelitian

Berdasarkan tujuan penelitian diatas, maka penelitian ini diharapkan mempunyai manfaat dalam ilmu komunikasi baik secara langsung maupun tidak langsung. Adapun manfaat penelitian ini adalah sebagai berikut:

1.4.1 Manfaat teoritis

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi terhadap pengembangan di bidang Ilmu Komunikasi, khususnya terkait dengan

konsep transformasi media konvensional. Selain itu, penelitian ini juga dapat menjadi referensi akademik bagi studi mengenai transformasi digital dalam mengikuti tren digital.

1.4.2 Manfaat praktis

1. Bagi PT Media Televisi Indonesia (Metro TV)

   Memberikan rekomendasi untuk meningkatkan strategi konvergensi media dalam mengikuti tren digital. Membantu mengidentifikasi kendala dalam proses transformasi ke platform digital.

2. Bagi Akademisi dan Peneliti

   Menjadi referensi bagi penelitian lebih lanjut mengenai transformasi media konvensional. Mengembangkan pemahaman mengenai peran transformasi media di era digital dalam mempertahankan konten *hard news* di media konvensional.