

***Media Convergence in the Television Industry
(Case Study of Emtek as Official Broadcaster of
the 2022 World Cup)***

**Konvergensi Media Dalam Industri Televisi
(Studi Kasus Emtek Sebagai *Official Broadcaster* Piala Dunia
2022)**

Teguh Setiawan Imam Santoso¹, Leonardus Aryo²

teguh.setiawan@atvi.ac.id. leonardus.aryo@trisakti.ac.id.

¹ Akademi Televisi Indonesia,

² Universitas Trisakti

Abstract:

This research aims to explain the channels used and the implementation of convergence dimensions in broadcasting the 2022 World Cup. The method used in this research is the literature literature method with a qualitative research approach. The research results show that Emtek as the broadcast rights holder for the 2022 World Cup has implemented the concept of convergence effectively, and combined technology and media on various platforms to provide a comprehensive experience to the audience.

Keyword: *Convergence, World Cup, Dimensions of Convergence, Multiplatform*

Abstrak:

Penelitian ini bertujuan menjelaskan kanal kanal yang digunakan dan implementasi dimensi-dimensi konvergensi pada penayangan Piala Dunia 2022 . Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode kepustakaan literatur dengan pendekatan penelitian kualitatif. Hasil penelitian menunjukkan bahwa Emtek selaku pemegang hak siar Piala Dunia 2022 telah mengimplementasikan konsep konvergensi secara efektif, dan menggabungkan teknologi dan media dalam berbagai platform untuk memberikan pengalaman yang komprehensif kepada penonton.

Kata Kunci: konvergensi, piala dunia, dimensi konvergensi, *multiplatform*

1. Pendahuluan

Kemajuan teknologi yang pesat sekarang ini telah memberikan andil yang besar bagi perkembangan dunia komunikasi. Kehadiran internet membawa dampak yang besar terhadap komunikasi dan perkembangan media. Hal ini akhirnya melahirkan fenomena baru berpadunya teknologi komputer dan internet yang begitu interaktif bercampur dengan teknologi komunikasi konvensional yang begitu masif membuat pola komunikasi masyarakat juga berubah. Fenomena inilah yang disebut sebagai proses konvergensi, di mana hadirnya beragam media yang menggabungkan teknologi komunikasi baru dengan teknologi komunikasi tradisional yang dalam konteks ini adalah konvergensi media. Menurut Henry Jenkins (2006) konvergensi

media adalah “Aliran konten di *platform* beberapa media, kerjasama antara industri beberapa media, dan perilaku migrasi khalayak media”.

Sedang menurut Ian Van Dijk dalam Nasrullah (2016) konvergensi media berarti “integrasi dari tiga aspek yakni telekomunikasi, data komunikasi dan komunikasi massa dalam medium”. Konvergensi media pada dasarnya merupakan sebuah strategi yang harus dilakukan oleh industri media dalam kaitannya dengan era digital. Keberadaan konvergensi media berfungsi sebagai penyatu dari berbagai layanan teknologi komunikasi serta informasi yang ada.

Perkembangan teknologi yang sangat pesat mempengaruhi masyarakat dalam memenuhi kebutuhan hiburan dan informasi. Sekarang ini orang jika ingin menonton program kesayangannya tidak lagi harus di depan televisi dengan layar yang besar, melainkan dapat melalui gadget miliknya. Melihat hal tersebut menjadikan persaingan di industri media sangat ketat. Media penyiaran karenanya harus segera merespon perubahan teknologi tersebut jika tidak ingin ditinggalkan pemirsanya, diantaranya melakukan konvergensi media dengan memanfaatkan teknologi internet.

Konvergensi dan digitalisasi perlahan membuat perubahan model bisnis media dan mengubah cara bagaimana industri media bekerja. Era konvergensi media memaksa para pelaku usaha media mempersiapkan kanal medianya dalam bentuk multi platform. Bentuk multi platform nantinya akan melampaui media konvensional. Yaitu dengan terintegrasinya industri penyedia konten dengan industri telekomunikasi yang menciptakan media multi platform berbasis teknologi.

Penerapan konvergensi media banyak dilakukan oleh perusahaan-perusahaan media, baik di dunia maupun di Indonesia. Salah satu contohnya adalah di Amerika Serikat saat perusahaan Tampa News Center, yang berada di bawah grup media raksasa General Media. Perusahaan ini menerapkan konvergensi dengan menggabungkan tiga perusahaan yang berbeda yaitu surat kabar Tampa Tribune, Situs web *local Tampa Bay Online* (TBO.com) dan lembaga penyiaran WFLA.TV yang berafiliasi dengan jaringan NBC. Mereka melakukan model konvergensi tiga media yang berbeda koran, internet dan televisi. Pemanfaatan konvergensi media yang dilakukan oleh media-media besar di dunia, lambat laun juga menjalar ke Indonesia.

Konvergensi juga dilakukan di Indonesia terutama beberapa grup pemilik media besar yang mengelola stasiun televisi. Grup Media Nusantara Citra (MNC) memiliki 3 stasiun tv nasional, 3 televisi berbayar, 14 stasiun tv lokal, 22 jaringan stasiun radio yang tersebar di seluruh Indonesia, termasuk juga koran Seputar Indonesia. Kelompok Kompas Gramedia

memiliki surat kabar terkemuka, kemudian mengambil alih surat kabar Tribun Grup. Tahun 2011 Kompas membuat stasiun televisi dengan nama Kompas TV. Grup surat kabar terkemuka Jawa Pos dengan jaringannya Jawa Pos News Networ (JPPN) juga memasuki bisnis media tv dengan mengakuisisi 20 stasiun tv lokal. Grup Viva dengan TV One, ANTV dan Viva.com nya, Trans Corp membawahi Trans TV, Trans7, Detik.com dan CNN. Terakhir yang tidak kalah besarnya adalah Emtek Grup dengan dua stasiun tv nasionalnya SCTV dan Indosiar, Moji serta beberapa portal portal news lainnya.

Konvergensi media membuka peluang bagi media dalam mengembangkan bisnisnya melalui media online. Konvergensi juga membuat jangkauan audiens yang lebih besar dan luas sehingga sangat efektif dalam meningkatkan iklan. Sejalan dengan hal tersebut Ishadi (2008) juga mengatakan bahwa bersamaan dengan perpindahan media dari media tradisional ke media internet, pasar iklan otomatis akan bergerak ke internet (*new media*). Tak aneh, jika produksi informasi di Indonesia kini sudah bergerak dengan menggunakan jaringan (*network*) secara online.

Menurut Dimmick dan Rothenbuhler dalam Haryati (2012) bahwa terdapat tiga sumber kehidupan industri media yaitu *capital* (iklan), *type of content* (jenis isi media) dan *type of audience* (jenis khalayak). Nielsen merilis pertumbuhan belanja iklan tahun 2022, yaitu naik 7% atau mencapai Rp135 triliun dari tahun sebelumnya. Porsi belanja terbesar di tahun 2022 masih didominasi oleh televisi sebesar 79.2 % tumbuh lebih dari 8 persen dengan total belanja iklan mencapai Rp107,5 triliun (bisnis.com). Masih menurut riset Nielsen mencatat bahwa program olahraga terutama sepak bola menjadi program yang paling banyak ditonton. Hal ini menunjukkan bahwa acara olahraga tetap menjanjikan untuk menghasilkan keuntungan bagi stasiun tv. Sehingga banyak stasiun tv berlomba untuk membeli hak siar berbagai even olahraga.

Beberapa stasiun televisi di Indonesia pernah memiliki hak siar even olahraga. Transmedia menjadi pemilik hak siar FIFA World Cup 2018, RCTI memiliki hak siar Piala AFF dan Trans 7 membeli hak siar Moto GP, MNC memiliki hak siar eksklusif SEA Games 2023 dan terakhir yang baru selesai gegap gempitanya adalah Piala Dunia Sepakbola 2022 yang dibeli hak siarnya oleh Emtek Grup.

Emtek Group adalah perusahaan jaringan media, konten dan sosial terbesar di Indonesia. Emtek Group mengoperasikan empat saluran televisi free to air (SCTV, Indosiar, Moji, dan Mentari), televisi berbayar (Nexmedia). Emtek selaku pemegang hak siar telah menyiarkan banyak pertandingan secara langsung melalui media-media yang berada di bawah naungan EMTEK Group, khususnya *platform* TV satelit atau *direct to home* (DTH). Melalui

dua *channel* khususnya yakni Champion Tv dan World Cup, Nex Parabola yang menjadi pemegang hak siar tunggal akan menayangkan 64 pertandingan piala dunia secara *live*.

EMTEK Group akan menyiarkan semua pertandingan Piala Dunia Qatar 2022 sejak babak kualifikasi. Jadwal siarannya akan diteruskan kepada empat stasiun TV di bawah naungannya secara gratis, yakni Indosiar, SCTV, Moji, dan Mentari. Menayangkan sebuah even olahraga seperti Piala dunia ini adalah sebuah kebanggaan tersendiri bagi sebuah stasiun televisi. Meski harga lisensinya tergolong mahal, Piala Dunia 2022 ini memiliki *value* yang besar di mata masyarakat. Apalagi rakyat Indonesia terkenal memiliki animo tinggi terhadap acara-acara olahraga internasional yang diselenggarakan di Indonesia (Sutanto-Liputan6.com).

Secara umum sebuah even olahraga tidak akan menjadi menarik tanpa kehadiran awak media untuk mencatatkan, menggambarkan bahkan menyajikan audio visual agar dapat di saksikan oleh masyarakat. Sebab secara khusus media massa dan olahraga memiliki hubungan resiprokal atau saling mempengaruhi dan saling bergantung atas kesuksesan secara komersial serta popularitas masing masing (Coakley:2012). Peristiwa olahraga menyimpan potensi keuntungan yang menggiurkan di dalamnya. Para produsen tentu saja rela menghabiskan biaya yang besar untuk memasang iklan dalam even olahraga. Mereka sadar bahwa even tersebut pasti akan di tonton oleh jutaan pemirsa sehingga sangat efektif untuk meningkatkan penjualan. Kondisi demikian disadari betul oleh pemilik media, sehingga mereka berlomba lomba untuk mendapatkan hak siarnya.

Menurut Jurgen Habermas dalam Usman (2009) menyebut media sebagai institusi sosial politik sekaligus sebagai institusi ekonomi. Sebagai intitusi sosial politik, media berupaya menjembatani publik dalam menyampaikan aspirasi sosial politik mereka terhadap penguasa dan kekuasaan. Sebagai institusi ekonomi media bekerja berdasarkan rasionalitas ekonomi dan bisnis, yakni mencari keuntungan.

Iklan merupakan pemasukan yang utama bagi media dalam sistem regulasi yang berlaku di Indonesia. Tingkat persaingan yang begitu ketat memaksa industri media melakukan penetrasi pasar seluas mungkin dengan harapan dapat meningkatkan perluasan jangkauan dan penonton yang lebih banyak. Sehingga diharapkan dapat memperoleh kue iklan lebih besar yang pada akhirnya adalah keuntungan.

Berbagai strategi pun dilakukan para pelaku industri media dengan melakukan inovasi dan adaptasi dengan kemajuan teknologi. Konvergensi media adalah bentuk kebijakan institusi dalam memproduksi dan mendistribusikan pesan di tengah persaingan industri media. Transformasi menuju konvergensi media ini juga dapat di maknai sebagai bentuk reaksi

sekaligusantisipasi atas kecenderungan berbagai pakar yang mengatakan media televisi akan punah.

Emtek yang terpilih sebagai pemegang hak siar dalam menayangkan Piala Dunia 2022 tentunya berusaha agar tayangan tersebut dapat dinikmati oleh seluruh masyarakat. EMTEK menggunakan seluruh platform yang dimiliki oleh perusahaan mulai dari *free to air*, *direct to home*, hingga *over the top* (OTT) melalui Vidio. Beberapa platform lain yang akan digunakan di antaranya adalah SCTV, Indosiar, O Channel, dan Mentari TV serta Nex Parabola.

2. Kajian Teori

2.1. Teori Konvergensi Media

Henry Jenkins dalam bukunya *Convergence Culture: Where Old and New Media Collide* pada tahun 2006 memperkenalkan sebuah teori konvergensi media. Dalam teori tersebut dikatakan bahwa teknologi baru membawa media yang berbeda secara bersamaan untuk menjalankan fungsi baru, sehingga media baru tersebut perlu mendefinisikan ulang lingkungan medianya. Jenkins juga menyatakan bahwa konvergensi media merupakan proses yang terjadi sesuai dengan perkembangan budaya masyarakat. Konvergensi media bukan hanya sekedar pergeseran teknologi atau proses teknologi, namun juga termasuk pergeseran dalam paradigma industri, budaya, dan sosial yang mendorong konsumen untuk mencari informasi baru.

Adanya konvergensi media membuat beberapa perusahaan melakukan konsolidasi, ekspansi, diversifikasi, dan konsentrasi kepemilikan dengan cara merger, akuisisi, atau kerjasama strategis lain untuk memperkuat perusahaan atau membentuk entitas bisnis yang baru. Perusahaan yang awalnya memiliki unit bisnis berbeda, memutuskan bekerja sama dan berkolaborasi. Konvergensi media juga membuat layanan produk media membentuk mata rantai multimedia. Berbagai konten media nantinya akan berbasis digital dan terintegrasi dalam satu *device* (alat). Sehingga secara logika bisnis perusahaan media tidak hanya fokus pada satu jenis media saja (*single media*), namun harus mengubahnya menjadi bisnis yang mengarah kepada media *multi platform*.

2.2. Dimensi Dimensi Konvergensi

Berbicara tentang konvergensi, tentu kita juga akan membicarakan tentang dimensi-dimensi yang ada di dalamnya. Dailey et al (2005) dan Gordon (2003) mengusulkan dimensi

kontinum, yaitu konsep konvergensi kontinum mendefinisikan lima tahap konvergensi media yaitu *cross-promotion* (promosi silang), *cloning* (pengulangan atau penyalinan), *coopetition* (kolaborasi), *content sharing* (pembagian konten), *full convergence* (konvergensi). Sedangkan Gordon (2003), menjelaskan adanya lima dimensi konvergensi media, yakni kepemilikan, taktik, struktur, pengumpulan informasi, dan presentasi. Terdapat perbedaan dari dua dimensi di atas, dimensi *Dailey et al* menggambarkan secara ilustratif mengenai perkembangan sebuah proses menuju keadaan konvergensi, sedangkan Gordon membaginya menjadi beberapa dimensi yang berbeda. Hal ini membuat kita harus menganalisis lagi sejauh mana cakupan dari konvergensi, dikarenakan banyaknya definisi yang berbeda beda dari konvergensi. Grant (2010) kemudian mengkombinasikan dua dimensi konvergensi tersebut dan membagi istilah konvergensi ke dalam lima dimensi, yakni (1) konvergensi teknologi, (2) konten multimedia, (3) kepemilikan, (4) kolaborasi, dan (5) koordinasi. Dimensi inilah yang menjadi acuan analisis dalam penelitian ini.

Rumusan masalah dalam penelitian ini adalah bagaimana Implementasi Konvergensi Media Dalam Industri Televisi, pada saat Emtek Grup sebagai Media Official Broadcaster Piala Dunia 2022?. Tujuan penelitian (1) Menjelaskan kanal kanal yang digunakan dalam penayangan Piala Dunia 2022. (2) Menjelaskan bagaimana Implementasi Dimensi Dimensi Konvergensi pada saat Emtek sebagai *Media Official Broadcaster* Piala Dunia 2022.

3. Metode Penelitian

Jenis penelitian yang digunakan yaitu penelitian kepustakaan atau studi literatur dimana peneliti mengandalkan berbagai literatur untuk memperoleh data penelitian dan menggunakan pendekatan kualitatif karena data yang dihasilkan berupa kata atau deskripsi. Penelitian kepustakaan atau penelitian literatur adalah penelitian yang tempat kajiannya adalah pustaka atau literatur. Pada penelitian ini, penelitian dilakukan dengan memanfaatkan kajian-kajian yang mana serupa atau berhubungan.

4. Hasil dan Pembahasan

Konvergensi merupakan tuntutan jaman sebagai konsekuensi atas kemajuan teknologi. Hasil penelitian menunjukkan bahwa EMTEK telah melakukan konvergensi dengan memanfaatkan teknologi bahkan sebelum berlangsungnya Piala Dunia 2022. Konvergensi

teknologi terlihat dengan banyaknya pengembangan kanal-kanal media digital di bawah Emtek Grup. Emtek telah memiliki portofolio utama bisnis yakni media dan digital. Surya Citra Media (SCM) adalah sub-holding dari divisi media Emtek dan memiliki beberapa anak usaha yang bergerak di bidang penyiaran dan bisnis konten.



Gambar 1: Sinergi Antara KMK dan KLN
Sumber : www.emtek.co.id

Surya Citra Media (SCM) adalah sub-*holding* dari divisi media Emtek dan memiliki beberapa anak usaha yang bergerak di bidang penyiaran dan bisnis konten. Indosiar, SCTV, dan Moji merupakan tv free to air yang berada dibawah bendera SCM. Sedangkan untuk konten Vidio dan PT Kapan Lagi Dot Com Networks (KLY). Ketika memegang hak siar atau menjadi *Official Broadcaster* Piala Dunia 2022, EMTEK semakin mengembangkan konvergensi teknologinya. EMTEK menyiarkan pertandingan Piala Dunia 2022 dari *free to air* (FTA) melalui SCTV, Indosiar, Moji, dan Mentari TV, *direct to home* Nex Parabola hingga *over the top* (OTT) melalui Vidio.

Vidio.com juga menyiarkan secara streaming seluruh pertandingan. Vidio merupakan satu-satunya kanal untuk menonton seluruh pertandingan Piala Dunia 2022 secara lengkap, termasuk delapan pertandingan eksklusif. Selain menyaksikan pertandingan, fans sepak bola juga bisa mendapatkan berita-berita terbaru di platform berita online milik EMTEK Group di bawah KLY, seperti Bola.com, Bola.net, Liputan6.com, Merdeka.com, Kapanlagi.com, Fimela.com, Dream.co, dan Brilio.net.

Konvergensi yang dilakukan Emtek selama berlangsungnya Piala Dunia dengan memperbanyak kanal-kanal khusus tersebut sehingga memberikan kemudahan kepada

penonton untuk memilih siaran pertandingan. Sinergi antara FTA dan kanal digital yang disediakan, semakin memberi alternatif bagi para penikmat sepakbola. Penggemar olahraga sangat diuntungkan dengan adanya konvergensi teknologi ini karena dapat menyaksikan semua pertandingan tanpa terkendala waktu dan tempat.

Konvergensi teknologi yang dilakukan tersebut juga membawa dampak melonjaknya penonton pertandingan Piala Dunia 2022. Penelitian ini memperoleh data meningkatnya pengguna aktif untuk konten olahraga pada platform Vidio sebesar 280 persen berkat Piala Dunia. SCMA juga mencatat peningkatan signifikan 389 persen untuk total pengguna harian, kunjungan situs, hingga durasi untuk platform sepakbola lainnya. Selain Vidio, platform sepakbola yang dihadirkan oleh SCMA mencakup situs Bolanet dan Bola.com. Pertumbuhan *Total User*, *Daily User*, *Total Visit* dan *Total Duration* [meningkat] hingga 389 persen di Bolanet dan Bola.com (market.bisnis.com).

Dari segi konten, konvergensi media mengacu pada kemampuan untuk menampilkan berbagai macam format konten media tidak hanya melalui satu media saja. Konten Multimedia merupakan salah satu implikasi dalam konvergensi media. Maka untuk mengisi kanal kanal yang sangat banyak tersebut, konten yang dibuat harus mendukung dalam berbagai platform yang ada.

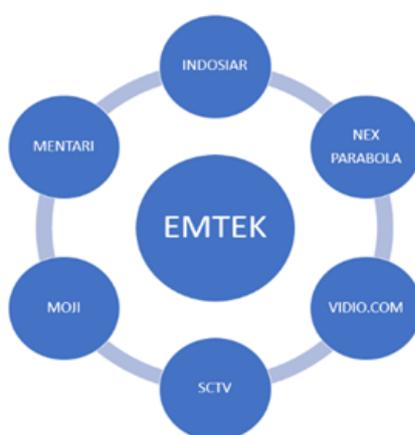
Tentang strategi penyediaan konten, Emtek juga melakukan *sharing* konten antara media *Free To Air* dengan kanal digital. Dalam liputan pertandingan Asian Games yang dilakukan oleh tim produksi yang berasal dari FTA, selain di tayangkan untuk televisi FTA dapat juga digunakan untuk mengisi konten konten di kanal digital. Materi tersebut dapat juga di olah, di *repackging* dan kemudian ditayangkan lagi dalam bentuk durasi yang lebih singkat. Sebaliknya materi yang ada di kanal digital dapat digunakan juga oleh FTA untuk kepentingan berita.

Penerapan *sharing* konten juga dilakukan di kanal digital. Jika sebelumnya masing masing portal untuk kebutuhan kontennya, baik video, foto, maupun grafis di kelola sendiri. Saat ini semua kebutuhan konten multimedia di Kapanlagi Youniverse (KLY) di layani secara terpadu dalam satu divisi *multimedia productions*. Layanan multimedia yang terpadu ini memudahkan antar kanal dalam mengisi konten dan menjadikan pusat data untuk kebutuhan multimedia.

Kerjasama dan bertukar informasi antar divisi dalam proses produksi juga dapat menghasilkan konten yang dapat digunakan untuk tayang di semua kanal. Konten dapat di kemas ulang sesuai dengan karakteristik dari masing masing kanal. Keuntungan dalam hal ini adalah bahwa hanya dibutuhkan satu materi yang kemudian dapat digunakan untuk berbagai

materi siaran diberbagai kanal. Tentunya pelaksanaan sharing konten ini akan membuat efisien dalam hal *budgeting*.

Dalam hal berbagi siaran sesuai dengan peraturan yang di tetapkan FIFA hak siar dapat dilakukan melalui platform mediana antara lain stasiun televisi SCTV, Indosiar, Champions TV, Moji, Mentari TV, dan Vidio. Piala Dunia 2022 juga ditayangkan lewat Nex Parabola. Emtek juga bekerjasama dengan Telkom melalui anak usahanya IndiHome dan platform Vidio, pelanggan IndiHome mendapatkan kejutan spesial untuk dapat mengakses seluruh pertandingan piala dunia langsung melalui aplikasi Vidio yang tersedia pada Indihome Apps Store, dengan terlebih dahulu mengaktifkan paket menonton “*FIFA World Cup Qatar 2022*” yang telah tersedia.



Gambar 2 : Alur Siaran Piala Dunia 2022
Sumber: Ilustrasi Peneliti

Sebagai komitmen Emtek untuk kepentingan nasional sekaligus agar seluruh masyarakat dapat menikmatinya maka EMTEK melalui partnernya PT Klik Teknologi Indonesia melakukan Kerjasama dengan Lembaga Penyiaran Publik (LPP) RRI menjadi satu-satunya radio yang memegang lisensi hak siar Piala Dunia 2022. RRI memiliki jangkauan sampai ke pelosok diharapkan seluruh masyarakat Indonesia dapat mengikuti pertandingan melalui radio.

Terlihat bahwa Emtek sebagai sebuah perusahaan besar di bidang media. sebenarnya dapat menyelenggarakan siaran Piala Dunia 2022. Namun dengan berbagai pertimbangan di atas Emtek tetap melakukan kolaborasi dengan perusahaan lain.

Implementasi Dimensi Dimensi Konvergensi

Konvergensi media adalah sebuah keniscayaan, apalagi bagi sebuah perusahaan media sebesar Emtek. Inti dari bisnis Emtek

adalah pada media, baik itu media televisi seperti SCTV, Indosiar, dan Moji maupun bisnis di bidang digital lainnya. Sebagai sebuah media maka sumber pendapatan utama berasal dari iklan, dan sekarang ini sekitar 15 % sudah bergeser ke media berplatform digital. Oleh karena itu untuk meraih itu semua maka konvergensi media harus di lakukan.

Konvergensi media memiliki beragam definisi seperti banyaknya organisasi yang mencoba untuk mendefinisikan atau mempraktikkannya. Konvergensi media bertujuan untuk menyediakan konten yang diperlukan pengguna, dengan format dan melalui cara yang dapat diterima pengguna. Berbicara tentang konvergensi tentunya tidak terlepas dari dimensi dimensi yang menyertainya. Lima Dimensi Konvergensi Media menurut August E Grant yakni konvergensi teknologi, konten multimedia, kepemilikan, kolaborasi, dan koordinasi.

a) Konvergensi Teknologi

Definisi dari istilah konvergensi banyak berfokus kepada teknologinya. Burnett dan Marshall (2003), misalnya mengatakan “*the impact of the web defines convergence as the blending of the media, telecommunications and computer industries, and the coming together of all forms of mediated communication in digital form*”. Grant menyebutkan dua perkembangan teknologi spesifik yang sangat penting bagi konvergensi media, yakni teknologi digital (*analog-digital*) dan jaringan komputer.

Implementasi konvergensi teknologi di Emtek sudah berjalan dengan sempurna. PT Elang Mahkota Teknologi (Emtek) telah mengembangkan platform video yang terintegrasi yang bernama Vidio.com. Semua konten yang dimiliki Emtek baik berupa video maupun live streaming dimigrasi langsung ke Vidio. Youtube digunakan hanya untuk distribusi saja yang kemudian mengarahkan pengguna untuk mengunjungi langsung Vidio.com. Kehadiran Vidio.com nantinya diharapkan menjadi platform video nomor satu di Indonesia menggantikan Youtube.

Emtek melalui KMK juga mengakuisisi PT Kapanlagi Network (KLN). kemitraan strategis antara KMK dan KLN akan mengokohkan posisi situs media elektroniknya (Liputan6.com, Bola.com, Bintang.com) melalui penambahan situs-situs di bawah KLN seperti: Kapanlagi.com, Merdeka.com, Bola.net, Vemale.com, Fimela.com, Brilio.net, Famous.id, dan Dream.co.id. Sinergi ini menghasilkan perusahaan digital terbesar dengan nama Kapanlagi *Youniverse* (KLY).

Secara dimensi teknologi Emtex sebenarnya telah melakukan sejak lama bahkan sebelum menjadi pemilik hak siar. Namun implementasinya lebih di tingkatkan dengan memaksimalkan teknologi yang sudah di miliki melalui berbagai anak usahanya.

b) Konten Multimedia

Konsep konvergensi terkait dengan multimedia, secara umum dapat dijelaskan dengan menyatunya berbagai layanan dan teknologi komunikasi dan informasi. Dengan adanya konvergensi menghilangkan berbagai sekat penghalang yang sebelumnya memisahkan. Pemisahan antara layanan dan teknologi informasi dan komunikasi menurut sejumlah dimensi: antara aplikasi dengan aplikasi, antara industri dan industri, serta antara produsen dan konsumen.

Dari sejumlah literatur, ada perbedaan tentang tahapan-tahapan yang harus dilalui oleh perusahaan media, dari tahap tak ada konvergensi sama sekali, ke arah tahap konvergensi penuh. Namun, semuanya mengasumsikan cepat atau lambat, seluruh organisasi media akan bergerak ke tahapan, di mana integrasi dari bagian-bagian yang berbeda dalam proses pembuatan berita (*news making process*) bisa tercapai.

Multimedia adalah membuat dan menyediakan informasi atau konten dalam berbagai format, seperti teks, foto, grafik, audio dan video. Sistem produksi yang menggabungkan antara teks, foto, gambar, grafik, video menjadi model utama. Bentuk ini dikategorikan sebagai *multimedia*. Dengan penguatan *multimedia* ini, audiens akan semakin tertarik dan kebutuhan akan informasinya semakin terpenuhi karena dengan sekali buka, maka sejumlah tipe informasi akan tersaji.

Multichannel adalah menggunakan dan memaksimalkan berbagai metode dan kanal distribusi informasi, baik melalui fisik maupun nonfisik (digital). Sistem distribusi dipersonifikasikan ke dalam *multichannel* lebih mengacu pada banyaknya kanal untuk mendistribusikan informasi. Sementara *platform* audiens mengkonsumsi informasi juga beragam. Ini didukung dengan banyaknya alat untuk mengkonsumsi. Konsumen sekarang menuntut sesuatu yang banyak dari sebuah berita, yaitu akurasi, lengkap dan *Multiplatform* adalah menggunakan berbagai *tools* dan perangkat untuk mengakses informasi. Misalnya komputer, *smartphone*, tablet, dan televisi. *Multiplatform* ini memberikan keleluasaan konsumen untuk menikmati produk informasi melalui berbagai perangkat yang dimilikinya.

Dimensi konten multimedia mengacu kemampuan Emtex dalam menyiarkan konten konten selama Piala Dunia 2022 berlangsung melalui berbagai format dan kanal yang

dimilikinya. Tidak hanya melalui televisi FTA, tayangan semua pertandingan juga bisa ditonton melalui kanal digital seperti di vidio.com , Sekarang ini orang bukan hanya sekedar menikmati menonton acara, tetapi juga menonton sambil melakukan komunikasi. Beberapa acara seperti Liga Dangdut, D Akademi bahkan di produksi bukan hanya untuk *TV screen* tapi juga *mobile screen* TV.

Sinergi juga dilakukan antara FTA dan kanal digital dalam hal sharing konten. Satu materi promo sebuah pertandingan bisa digunakan untuk lintas platform, baik itu media digital maupun media mainstream. Materinya disesuaikan dengan karakter medianya, misalnya materi untuk digital tentu durasinya lebih singkat. Semua materi yang sudah tayang di TV kemudian dibuat summary, diolah, direpackaging dan kemudian disiarkan lagi. Sebaliknya jika TV FTA butuh untuk berita maka materi bisa diambil dari Vidio.com. Dalam hal membuat konten produksi pun sudah harus dipikirkan, bahwa semua tayangan selain untuk FTA nantinya juga akan tayang di digital. Sehingga dalam tahap perencanaan juga sudah dipikirkan konsep masing masing.

Emtek juga mendirikan Indonesia Entertainmen Production (IEP) sebuah rumah produksi yang dapat memproduksi sebuah program yang akan ditayangkan baik melalui Indosiar maupun SCTV, bahkan di tayang ulang di kanal digitalnya. Saat pelaksanaan Piala Dunia 2022, Tim IEP juga bekerja untuk semua media di bawah grup Emtek.

Penerapan *sharing* konten juga dilakukan di kanal media online. Sebelumnya masing masing vertikal seperti Kapanlagi.com dan Liputan6.com untuk kebutuhan kontennya di buat oleh divisi multimedia sendiri. Untuk memudahkan dalam kordinasi saat ini semua kebutuhan di KLY dilayani oleh sebuah multimedia productions. Ini memungkinkan perusahaan untuk mengurangi biaya tenaga kerja, administratif, dan material, serta boleh menggunakan konten yang sama untuk berbagai saluran.

Implementasi dimensi konten multimedia dalam rangka Piala Dunia 2022 kemarin jelas dilakukan oleh Emtek. Para penonton dapat menikmati tayangan pertandingan secara multiplatform. Selain melalui TV FTA juga dapat melalui berbagai kanal digital yang ada. Bahkan format programnya juga sudah di sesuaikan, baik konsep maupun durasinya.

c) Kepemilikan

Dimensi lainnya dari konvergensi media ialah mengenai kepemilikan (*ownership*). Konvergensi memungkinkan terjadinya kepemilikan dua atau lebih media dalam melayani satu kesatuan pasar yang sama. Isu inilah yang sangat dekat dengan kondisi industri media di

Indonesia, dimana kepemilikan terhadap dua atau lebih jenis media sangat dimungkinkan. Mengerucutnya kepemilikan dari beberapa media menjadi di bawah naungan satu pihak pemilik, menjadi salah satu dari lima dimensi konvergensi media. Fenomena ini biasa disebut dengan *cross ownership* (kepemilikan silang)

Kepemilikan silang atau *cross-ownership* ini berawal dari tindakan merger dan akuisisi yang dilakukan pihak media yang mempunyai modal lebih besar kepada media yang sedang dilanda krisis dengan alasan umumnya adalah untuk menyelamatkan media tersebut agar tetap bertahan dan beroperasi. Namun tentunya setelah dilakukan proses merger dan akuisisi, kepemilikan dan manajemennya menjadi berubah dan disesuaikan dengan pihak yang membeli saham media yang lemah tersebut.

Kepemilikan silang (*Cross Ownership*) yang merupakan dimensi ke tiga dari dimensi konvergensi Grant, juga sudah diterapkan di Emtek. SCTV, Indosiar, dan Moji merupakan televisi *Free To Air* yang di miliki oleh grup Emtek. Ekspansi bisnis terus dilakukan Emtek dengan mengembangkan portal konten digital (*online publishing*) melalui anak perusahaan Emtek yang berinvestasi di PT Kapanlagi Dot Com Networks. Emtek juga ekspansi ke bidang konten yang termasuk Sinemart dan Screenplay Film, lini media digital yang termasuk KLY, Liputan6.com, Bukalapak, iflix, tix.id, dan sejumlah perusahaan. Semua bisa bersinergi dan saling mendukung.

Menurut Gilang Iskandar kepemilikan silang yang terkait dengan konvergensi dilakukan untuk efisiensi. Satu orang berkontribusi dalam berbagai platform. Kemudian jika berbicara tentang kue iklan di digital, maka dengan melakukan ekspansi ke berbagai unit usaha digital maka iklan untuk kanal digital juga dapat diraih. *Cross Ownership* di era konvergensi memang tidak dapat dihindari. Sangat memungkinkan sebuah grup memiliki TV, radio, dan surat kabar sepanjang secara bisnis menguntungkan.

Sebenarnya implementasi dimensi kepemilikan ini tidak terkait langsung dengan penyelenggaraan Piala Dunia 2022. Ekspansi dilakukan bukan dalam rangka sebagai Official Broadcaster, namun lebih pada sisi perluasan usaha. Apalagi bila bicara tentang kue iklan, dengan adanya digital ada dugaan kue iklannya akan berpindah. Sehingga untuk memastikan iklannya tetap di miliki maka juga harus beralih ke media digital, atau mengakuisisi usaha digital yang sudah ada.

Namun kepemilikan silang ini memudahkan bagi Emtek untuk melakukan koordinasi. Pembagian penayangan pertandingan dan pengaturan jam tayang merupakan strategi Emtek dalam menyiarkan Piala Dunia 2022. Sharing konten antara TV FTA dan kanal digital juga dilakukan sebagai salah satu bentuk kebijakan dalam efisiensi anggaran. Kepemilikan yang

sama beberapa media juga memberikan kemudahan dalam menentukan harga iklan. Untuk menarik iklan agar semakin meningkat di tawarkan dalam bentuk paket untuk sejumlah platform media.

d) Kolaborasi

Dalam dimensi kolaborasi ini, media dapat berbagi konten dengan media lainnya. Sesuai dengan ciri dari konvergensi media, yakni *sharing contents* (berbagi konten), media-media dapat melakukan kolaborasi dengan berbagi konten satu dan lainnya. Berbeda dengan dimensi kepemilikan, kolaborasi hanya merupakan kerja sama yang dalam kegiatannya hanya bertukar konten saja antara media satu dan media lainnya. Hal ini dimaksudkan agar adanya promosi silang yang dapat memberikan keuntungan kepada kedua belah pihak media yang melakukan kolaborasi.

Dewasa ini, kebanyakan organisasi media besar cenderung melakukan kolaborasi atau kerjasama dengan sesama media besar lainnya dibanding melihat hal tersebut sebagai ancaman atau kompetitor. Dalam menyiarkan Piala Dunia 2022 ini, Emtek juga menjalin kerjasama dengan berbagai pihak diluar grup. Kerjasama dengan Telkom dan RRI dimaksudkan agar seluruh tayangan dapat ikut dinikmati oleh seluruh masyarakat Indonesia. Seluruh pertandingan dapat di dengarkan melalui RRI.

Kolaborasi kerjasama dengan media media lokal juga dilakukan. Berbeda dengan media besar, media lokal mempunyai kesulitan untuk migrasi ke digital. Secara bisnis kemampuan media lokal juga terbatas, sehingga diupayakan kerjasama terutama dengan media yang berbasis cetak dan memiliki konten video.

e) Koordinasi

Dimensi konvergensi terakhir dari Grant adalah dimensi koordinasi. Koordinasi lebih kepada sinergi kedalam satu *Holding Company*. Koordinasi meliputi pengoptimalan sumber daya manusia dan peralatan (August E Grant). Kalau dalam kolaborasi kerjasamanya pada media besar namun koordinasi lebih ke arah sinergi misalnya berbagi konten, personil atau SDM. Ini seringkali dilakukan justru antara media besar dengan media kecil/lokal. Motivasi utamanya bukan sekedar pada ekonomi namun untuk mencapai visibilitas yang lebih besar melalui promosi silang atau untuk mengakses sumber daya yang tidak tersedia.

Pembentukan anak usaha bernama PT Indonesia Entertainmen Produksi (IEP) merupakan salah satu upaya Emtek untuk memenuhi kebutuhan, baik itu konten maupun

Sumber Daya Manusia (SDM). IEP disamping bekerja untuk internal grup, tetapi juga untuk memenuhi kebutuhan eksternal. Misalnya pada cara PON ke XVI di Palembang sebagai pemilik hak siarnya adalah MNC Grup, namun dalam produksinya juga melibatkan SDM dari IEP.

Jika merujuk pada dimensi dimensi konvergensi yang dikemukakan oleh August E. Grant, maka dapat di pahami bahwa Emtek selaku pemilik hak siar Piala Dunia 2022 telah mengimplementasikan hampir semua bentuk dimensi konvergensi. Baik itu konvergensi teknologi, dimensi konten multimedia, dimensi kepemilikan, dimensi kolaborasi, dan dimensi koordinasi.

5. Kesimpulan

Emtek, sebagai perusahaan media dan digital, berhasil mengimplementasikan konsep konvergensi secara efektif, terutama selama penyelenggaraan Piala Dunia 2022. Emtek telah menggabungkan teknologi dan media dalam berbagai platform untuk memberikan pengalaman yang komprehensif kepada penonton. Beberapa aspek utama yang mencerminkan konvergensi dalam konteks ini melibatkan: pemanfaatan teknologi, diversifikasi kanal media, sinergi konten, kerjasama dan kolaborasi, dan Emtek telah mengimplementasikan dan menerapkan hampir semua dimensi konvergensi media menurut August E. Grant, seperti konvergensi teknologi, konten multimedia, kepemilikan, kolaborasi, dan koordinasi.

6. Daftar Pustaka

Buku

- Dedy Mulyana, (2004), *Metodologi Penelitian Kualitatif*, Bandung: PT Remaja Rosdakarya,
- Grant, A. d. (2010). *Understanding Media Convergence: The State of The Field*.New York:
- Jenkins, Henry. (2006). *Convergence Culture, Where Old and New Media Collide*. New York University.
- Gracie, Lawson-Borders. (2006). *Media Organizations and Convergence: Case Studies of Media Convergence Pioneers*.USA: Lawrence Erlbaum Associates..
- McQuail's, D. (2001). *Mass Communication Theory. 4th edition*. London: SAGE Publications.
- Moleong, Lexy J. (2013). *Metode Penelitian Kualitatif*. Edisi Revisi.Bandung : PT. Remaja Rosdakarya.
- Nasrullah, Rulli. (2014), *Teori dan Riset Media Siber (Cybermedia)*.Jakarta: Kencana Prenadamedia Group
- Rachmat Kriyantono, *Teknik Praktis Riset Komunikasi*, Prenada media grup, Jakarta 2010.

Sugiyono. (2012), *Memahami Penelitian Kualitatif*. Alfabeta. Bandung.

Artikel Jurnal

Haryati, (2012), *Ekologi media di Era konvergensi*, BPPKI, Bandung.

Hasan dan Satria, (2009), *Kapitalisme, Organisasi Media dan Jurnalis: Perspektif Ekonomi Politik Media*

Julijanti, (2012), *Dinamika Digitalisasi dan Konvergensi Media televise di Indonesia*, Universitas Trunojoyo, Madura, .hal 94

Muhammad Dicka Ma'arif Alyatalathaf, "Spasialisasi dan Praktik Monopoli Emtek Group".
Jurnal ASPIKOM, Volume 3 Nomor 5, Juli 2018

Quinn, Stephen, (2004), *Convergence : The Journal Research Into New Media Technologies*.
London: Sage Publication Inc. Vol. 10

Ramón Salaverria dkk, (2012), *Media Convergence*,
https://www.researchgate.net/publication/268810058_Media_convergence

Yehuda Albert, "Konvergensi media "satu gadget untuk banyak media" Albert's Journal, Surya
University, 23 September 2015.

Kammen, C., & Wilson, A.H. (2012). Monuments. In *Encyclopedia of local history*. (pp. 363-
364) Lanham, MD: AltaMira Press.

Internet

Indrasari (2023, Pebruari 28) Alasan SCM Rela Bayar Mahal Demi Beli Lisensi Piala Dunia
U-20 2023 (diakses tanggal 4 Desember 2023)

Indra Gunawan (2022, Pebruari 22) Belanja Iklan Semester I/2022 Tembus Rp135 Triliun, TV
Mendominasi <https://market.bisnis.com/read/20221207/192/1606117/emtk-dan-scma-panen-piala-dunia-pengguna-vidio-naik-280-persen> (diakses tanggal 3 Desember 2023)

Putra Yoedo (2022. Desember 7) EMTK dan SCMA Panen Piala Dunia, Pengguna Vidio Naik
280 Persen <https://market.bisnis.com/read/20221207/192/1606117/emtk-dan-scma-panen-piala-dunia-pengguna-vidio-naik-280-persen>