



INNOVATIVE: Journal Of Social Science Research

Volume 4 Nomor 3 Tahun 2024 Page 9238-9252

E-ISSN 2807-4238 and P-ISSN 2807-4246

Website: <https://j-innovative.org/index.php/Innovative>

## Kontinum Konvergensi Dalam Komersialisasi Surat Kabar Radar Tegal

Haikel Rizki Alfiansyah<sup>1✉</sup>, Rahmawati Zulfiningrum<sup>2</sup>

Ilmu Komunikasi Universitas Dian Nuswantoro

Email: [haikelrizki@gmail.com](mailto:haikelrizki@gmail.com)<sup>1✉</sup>

### Abstrak

Fungsi jurnalistik menjadi semakin penting di zaman modern ini, terutama mengingat betapa pesatnya perkembangan teknologi dan betapa mudahnya mengakses berita secara online saat ini. Pers perlu berperan berguna memberi (*to inform*), pendidik (*to Educate*), dan entertainer (*to entertain*). Pers juga merupakan permainan untuk menjadikan barang-barang yang diinginkan serta dibutuhkan oleh khalayak umum sebagai sasaran perhatian penikmatnya selain pemberitaan. Kelemahan teknologi tradisional adalah perlunya komunikasi interaktif yang memungkinkan individu berbagi sesuatu secara instan, yang juga merupakan salah satu landasan berkembangnya tren konvergensi. Sebagai hasil dari konvergensi media, konsumen memiliki akses terhadap pilihan media yang lebih beragam. Koran lokal Radar Tegal telah menerapkan konvergensi media dalam proses produksi dan distribusi berita, Media yang telah terkonvergen bukan saja berpengaruh pada perkembangan teknologinya saja namun juga berpengaruh terhadap besarnya kepentingan ekonomi politik dalam penerapan konvergensi. Penelitian ini membahas konvergensi media Radar Tegal sebagai pemanfaatan penyebaran informasi melalui sosial media yang menggunakan metode kualitatif dengan pendekatan netnografi. Metode ini digunakan untuk memahami secara utuh realitas lapangan sulit diukur tetapi memiliki uraian deskriptif. Teknik data yang dipergunakan dalam penelitian ini dikerjakan melewati prosesi mengumpulkan data dan fakta di lapangan, selanjutnya data tersebut direduksi dan berupa uraian atau penjelasan yang menyeluruh sesuai dengan pokok masalah, data tersebut disajikan. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa harian Radar Tegal sendiri memiliki beberapa tujuan melakukan konvergensi media. Menyebarkan berita secara lebih luas, surat kabar merupakan bagian dari pers. Radar Tegal surat kabar yang melakukan konvergensi media dengan membuat portal berita online, 3 media besar yang paling banyak memiliki pengikut adalah Instagram, Website dan Youtube dengan tujuan penyebaran berita secara aktual dan cepat. Berdasarkan penelitian yang telah dilakukan di PT Wahana Semesta Multimedia (harian Radar Tegal) maka dapat ditarik kesimpulan bahwa harian Radar Tegal melakukan Konvergensi media model kontinum yang berperan sebagai pemanfaatan

penyebaran informasi dan komersial.

Kata kunci: *Konvergensi kontinum, Sosial media, Informasi, Koran.*

#### Abstract

The function of journalism has become increasingly important in modern times, especially considering the rapid development of technology and how easy it is to access news online today. The press needs to play a useful role in providing (to inform), educator (to educate), and entertainer (to entertain). The press is also a game to make items that are desired and needed by the general public as a target of audience attention in addition to news. The need for interactivity of communication that allows people to share things without the characteristic delay is what is the weak point of conventional technology and conversely one of the bases for the development of the convergence trend. Media convergence makes audiences have more media choices with increasingly diverse content. Radar Tegal local newspaper has applied media convergence in the process of news production and distribution, converged media not only affects the development of technology but also affects the magnitude of political economy interests in the application of convergence. This research discusses Radar Tegal media convergence as a utilization of information dissemination through social media using qualitative methods with a netnography approach. This method is used to fully understand the field reality that is difficult to measure but has descriptive description. The data technique used in this research was done through a procession of collecting data and facts in the field, then the data was reduced and in the form of a thorough description or explanation in accordance with the subject matter, the data was presented. The result of this research shows that Radar Tegal daily itself has several objectives to do media convergence. Disseminating news more widely, newspapers are part of the press. Radar Tegal newspaper that conducts media convergence by creating an online news portal, the 3 major media that have the most followers are Instagram, Website and Youtube with the aim of disseminating news actually and quickly. Based on the research that has been done at PT Wahana Semesta Multimedia (harian Radar Tegal), it can be concluded that Radar Tegal daily conducts a continuum model media convergence that acts as a utilization of information dissemination. On the utilization of media convergence, the application of continuum model in daily Radar Tegal is often in line with the media. Keywords: *Continum convergation, Social media, Information, Newspaper.*

#### PENDAHULUAN

Fungsi jurnalistik menjadi semakin penting di zaman modern ini, terutama mengingat betapa pesatnya perkembangan teknologi dan betapa mudahnya mengakses berita secara online saat ini. Pers perlu berperan berguna memberi (*to inform*), pendidik (*to Educate*), dan entertainer (*to entertain*). Pers juga merupakan permainan untuk menjadikan barang-barang yang diinginkan serta dibutuhkan oleh khalayak umum sebagai sasaran perhatian penikmatnya selain pemberitaan. Media konvensional merupakan wadah komunikasi massa

dapat dilakukan dengan tiga jaringan media, yaitu media cetak adalah majalah sebagai media massa serta koran, media digital seperti radio dan televisi elektronik dan media online atau digital serupa website dan portal berita. (Khadziq, 2016)

Internet merupakan berbagai kumpulan jaringan dengan berbagai tingkat kemajuan teknologi yang memudahkan kebutuhan atau kegiatan harian khalayak umum dalam berbagai hal saat ini. Media online sama halnya juga dengan media siber adalah media yang ditampilkan pada sebuah website. Setelah media cetak dan elektronik, media generasi ketiga adalah istilah yang digunakan untuk menggambarkan media online. Hampir semua media elektronik, maupun media cetak, kini mengandalkan media online untuk menyajikan dan menyebarkan kabar baik. Istilah "media sosial" mengacu pada pemanfaatan teknologi online dari aplikasi untuk berbagi pendapat serta mendirikan hubungan. (Farah Adila et al., 2021) .

Merujuk pada survey yang dilakukan Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia (APJII) pada 2022 penggunaan Internet di Indonesia naik dari 175 Juta Menjadi 220 Juta. Jaringan internet. Berdasarkan kajian terbaru APJII, saat ini sudah mencapai 77 persen. Pandemi Covid-19 berdampak signifikan terhadap peningkatan pengguna dan penggunaan internet di Indonesia. Sosial menjadi unggul dalam kehidupan khalayak umum saat ini. Media sosial telah memberikan dampak yang luas pada kehidupan masyarakat. Memang semestinya sosial media akan berpengaruh dalam tatacara kerja waratawan saat ini.(Roza, 2019)

Bangkrutnya media cetak yang dibuktikan dengan bergesernya format online tidak lepas dari kemajuan teknologi komunikasi serta informasi beubah sudut pandang pembaca (*readers*). Kemajuan teknologi, baik perangkat konvensional maupun perangkat berat, memudahkan khalayak dalam mengakses informasi melalui media online (*internet*). Dengan tersedianya smartphone, informasi kini tersedia bagi siapa saja yang memiliki akses internet atau media sosial, tidak hanya anggota keluarga. Ketersediaan teknologi tablet dan smartphone memungkinkan digitalisasi media tradisional.(Taslimahudin et al., 2022) Suara, video, teks, dan gambar semuanya dapat dipadukan dalam bentuk komunikasi antarpribadi yang melibatkan perantara perangkat keras seperti komputer, seperti yang dilakukan di *Twitter, Facebook, YouTube*, dan platform lainnya. (Virdaus, 2021)

Aspek lain dari krisis media adalah awal dari kehancuran industri surat kabar. Surat kabar harus meningkatkan penyebaran berita mereka ke media online karena blog dan media online lebih dipercaya oleh generasi muda. Tidak mengherankan jika semakin banyak media cetak nasional yang tersedia secara online, karena media ini akan berfungsi sebagai platform untuk memberikan komentar publik. Perlunya rencana konvergensi media dari

media cetak ke media digital muncul dari kenyataan bahwa media cetak tidak mati tetapi membutuhkan pendampingan untuk tetap eksis. (Wahyuni et al., 2020)

Masyarakat sangat aktif terhadap pemanfaatan kemajuan teknologi dan informasi yang mengalami perkembangan pesat saat ini dengan menciptakan karya-karya baru dan berkomunikasi dengan memanfaatkan kecanggihan teknologi dan informasi yang berkembang di era sekarang ini, yang tidak dapat dipungkiri. Saat ini, cepat karena kecanggihan teknologi dan informasi saat ini, masyarakat dapat mengakses semua informasi di internet, dan masyarakat dapat berkomunikasi dengan orang lain melalui aplikasi seperti *Instagram*, *Youtube*, dan *Website*, yang sangat memudahkan publik akses informasi dan komunikasi. Keberadaan teknologi dan informasi sangat bermanfaat bagi masyarakat, oleh karena itu kemajuan dalam bidang-bidang yang bermanfaat bagi masyarakat juga mempermudah individu untuk mengakses ilmu pengetahuan.

Keberadaan media massa konvensional saat ini sedang tergeser oleh media online. Smartphone memudahkan masyarakat untuk mengakses media online. Maka tidak heran jika maraknya pengguna media online dan media sosial turut mendorong kemajuan teknologi smartphone. Smartphone memungkinkan orang untuk mengakses media online dan media sosial dari mana saja, kapan saja. Setiap orang tidak lagi harus bekerja keras untuk mendapatkan berita; berita kini dapat ditemukan dengan sangat mudah melalui media sosial, utamanya Instagram, yang sekarang diminati dan dijalankan oleh sosial. Banyak fenomena media massa yang telah ditemukan di era modern ini, terlebih khususnya media online yang menggunakan Instagram sebagai media penyebarannya.

Tren sosial baru didorong oleh kemajuan teknologi di era digital kontemporer. Diversifikasi konsumsi media merupakan salah satu kemajuan terkini dalam teknologi digital; Pergeseran budaya konsumsi media juga mengikuti kemajuan era digital yang terus berkembang. Era digital dan global yang kita jalani saat ini sebagian besar disebabkan oleh internet. Banyak situs web dengan beragam maksud, visi, dan sasaran telah menjamur, sehingga menimbulkan pertanyaan krusial mengenai kegunaan teknologi. Dengan berkembangnya teknologi digital, segalanya menjadi lebih mudah dilakukan. Sudah menjadi hal biasa untuk menggunakan berbagai media yang memadukan teknologi massa baru dan tradisional untuk komunikasi. Banyak penyebab yang menyebabkan fenomena ini, seperti pesatnya kemajuan teknologi digital dan pergeseran budaya membaca. Persaingan media semakin ketat sebagai akibat dari kebangkitan media tradisional dan penetrasi dunia digital. Ditambah dengan prediksi lain bahwa teknologi media berbasis digital akan menggantikan media tradisional, termasuk media cetak.

Akibat ekspansi dan perkembangan tersebut, perusahaan media nasional seperti

Kompas (Daily, Kompas TV, Kompas.com), Tempo Media (Majalah, Harian, tempo.co, Tempo TV), Republika (Daily, Republika.co.id), Media Indonesia (Harian, Metro TV, Metrotv.com), dan Seputar Indonesia (Harian, Sindo.com, RCTI) adalah beberapa contoh yang mulai melakukan konvergensi sejak tahun 1999. Sejak tahun 2017, Radar Tegal terlibat dalam konvergensi media . Pasar mendorong konvergensi di media nasional karena mengharapkan efisiensi.

Pesatnya peningkatan pengguna internet, pengguna Facebook dan Instagram, serta tingginya jumlah penduduk Indonesia, semuanya saling berkaitan. We Are Social memperkirakan Indonesia memiliki pada tahun 2022 terdapat 190 juta pengguna aktif. Dibandingkan dengan 170 juta individu pada tahun sebelumnya, jumlah ini naik 12,35%. Menurut tren (Romadhoni, 2019), jumlah pengguna media sosial di Indonesia semakin pesat setiap tahun. Namun, pertumbuhannya fluktuatif antara tahun 2014 dan 2022. Pada tahun 2017, peningkatan jumlah pengguna media sosial tertinggi adalah 34,2%. Namun, tahun lalu, peningkatan pengguna adalah 6,3%. Angka tahun ini hanya meningkat lebih pesat. Sementara itu, Whatsapp merupakan platform media sosial paling populer di Indonesia. Persentasenya dihitung menjadi 88,7%. Rata-rata media massa, khususnya jurnalisme online, kini menggunakan Instagram sebagai media penyebaran berita. Beberapa diantaranya media online *tempo.com*, *tribunnews.com*, *Liputan6.com*, *detik.com* dan banyak yang memiliki account instagram masing-masing. Dengan hanya mengikutinya nya kita sudah bisa mengikuti informasi di akun sosial media tersebut dengan tidak perlu membuka laman web tersebut. diantaranya Radar Tegal, sebuah media cetak lokal di Jawa Tengah, khususnya di Kota Tegal dan sekitarnya. Seiring berkembang pesatnya sebuah industri, persaingan antara media online tidak dapat dihindari. Untuk menarik minat pembaca, manajemen industri media online menggunakan berbagai macam strategi konvergensi. Karena keadaan ini, ada persaingan jelas di media internet. Perkembangan teknologi telah merubah cara media berjalan di semua bidang, termasuk bisnis, jurnalisme, distribusi, dan periklanan. Sangat menarik untuk meneliti bagaimana media online yang menghibur menjadi konvergen dengan harapan memajukan media modern. Selain itu, menjadi model pengelolaan media yang semakin vital dan berdaya saing guna menyediakan konten pendidikan yang lebih berkualitas, khususnya bagi bangsa dan negara secara keseluruhan.

Radartegal.id, salah satu website yang berbasis di Kota Tegal, fokus memberitakan di wilayah Pantura Barat atau Tegal Raya yaitu di Kabupaten Brebes, Kota Tegal, Kabupaten Tegal, dan Kabupaten Pemalang. Radartegal.com mengandalkan Radar Tegal, induk perusahaan Radar Tegal Group, meski memiliki perseroan terbatas PT. Wahana Semesta

Multimedia (WSM), saat pertama kali diluncurkan pada 15 November 2015.

Berita dari Harian Pagi Radar Tegal merupakan 75% dari berita di *radartegal.com*. Namun, pada tahun 2017, *radartegal.com* telah memiliki staf redaksi penuh di setiap wilayah yang menjadi fokus berita dan tujuan pemasarannya. Dengan diluncurkannya akun media sosial di Instagram (*@radartegalofficial*) dan Facebook (FB) *radartegal.com*, penetrasi *radartegal.com* semakin meningkat di tahun yang sama. Pemilihan platform ini memberikan masyarakat di wilayah Kota Tegal akses terhadap informasi yang nyata dan akurat. Kelemahan dari teknologi konvensional adalah perlunya komunikasi interaktif yang memungkinkan orang untuk berbagi barang tanpa penundaan, yang juga merupakan salah satu landasan tumbuhnya tren konvergensi. Sebagai hasil dari konvergensi media, konsumen memiliki akses terhadap pilihan media yang lebih beragam.

Media konvergensi digunakan dalam proses produksi dan penyampaian berita oleh harian lokal Radar Tegal. Media yang terkonvergensi berdampak pada kemajuan teknologi dan tingkat kepentingan komersial dalam politik seputar konvergensi. Mengingat media dan teknologi semakin dianggap sebagai kebutuhan esensial (utama) dalam budaya kontemporer, hal ini menimbulkan permasalahan yang serius. Masyarakat sudah membawa industri surat kabar Radar Tegal, antara lain Radar Slawi, Radar Brebes, dan lain-lain, meski masih tergolong surat kabar lokal baru. Mengingat bahwa setiap sektor media massa mempunyai kepentingan politik dan ekonomi, ada baiknya untuk menganalisis lebih jauh surat kabar harian Radar Tegal, yang telah mengalami konvergensi dan memiliki jaringan terbesar di Indonesia. Media cetak tidak dapat bertahan tanpa adanya pergeseran konvergensi media. Keberhasilan konvergensi media juga bergantung pada pemilihan model terbaik untuk transformasi media dan menyesuaikannya dengan kebutuhan dan lingkungan media cetak.

#### METODE PENELITIAN

Metode dalam penelitian ini membahas *konvergensi media* Radar Tegal sebagai pemanfaatan penyebaran informasi melalui sosial media yang menggunakan *metode kualitatif* dengan pendekatan *netnografi*. Metode ini digunakan untuk memahami secara utuh realitas lapangan sulit diukur tetapi memiliki uraian deskriptif, sama halnya proses kerja, pengertian yang berbeda, dan kualitas produk. Hasil dari produk berupa, layanan, gambar, mode, dan praktik. Metode ini digunakan untuk memahami secara utuh realitas lapangan yang sulit diukur tetapi bersifat naratif. Dari metode kualitatif yang menggunakan *field research* dinyatakan nantinya dapat menentukan metode pengumpulan data serta bagaimana menganalisisnya. Maka dari itu, dari metode ini diharapkan penulis dapat

menganalisis secara mendalam tentang judul yang diangkat yaitu konvergensi media sebagai penyebaran informasi yang dilakukan oleh Radar Tegal.

Teknik data yang dipergunakan dalam penelitian ini dikerjakan melewati prosesi mengumpulkan data dan fakta di lapangan dan adapun sumber yang berasal dari pengamatan sosial media Radar Tegal, selanjutnya data tersebut direduksi dan berupa uraian atau penjelasan yang menyeluruh sesuai dengan pokok masalah, data tersebut disajikan. melalui hasil wawancara berupa teks naratif, dan proses akhi adalah penarikan kesimpulan dengan menggunakan hasil wawancara kuat yang diperoleh dari hasil penelitian berguna menjawab pertanyaan penelitian. Teknik data yang dipergunakan dalam penelitian ini dikerjakan melewati prosesi mengumpulkan data dan fakta di lapangan, selanjutnya data tersebut direduksi dan berupa uraian atau penjelasan yang menyeluruh sesuai dengan pokok masalah, data tersebut disajikan. melalui hasil wawancara berupa teks naratif, dan proses akhi adalah penarikan kesimpulan dengan menggunakan hasil wawancara kuat yang diperoleh dari hasil penelitian berguna menjawab pertanyaan penelitian. Penelitian kualitatif ini menggunakan tiga teknik pengumpulan data: dokumentasi tertulis, wawancara mendalam yang dilakukan sesuai dengan kriteria wawancara yang telah ditetapkan, dan observasi langsung. Unit analisis penelitian ini adalah orang-orang yang mengetahui rencana implementasi konvergensi media di Radar Tegal.

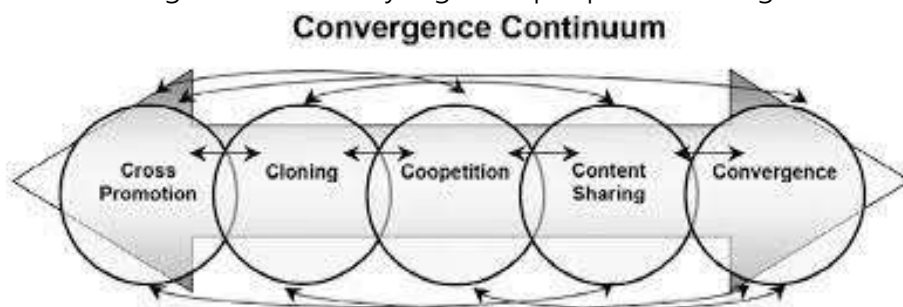
## HASIL DAN PEMBAHASAN

### A. Penerapan Konvergensi Media pada Harian Radar Tegal

Setelah melakukan penelitian penulis menemukan temuan Radar Tegal menargetkan masyarakat menengah kebawah karena beita-berita dan infomasi yang dimuat oleh harian Radar Tegal cenderung ringan dan faktual. Radar Tegal meupakan sebuah surat kabar, Surat kabar adalah lembaran cetak yang memuat pemberitaan tentang peristiwa-peristiwa di masyarakat yang diproduksi secara berkala, terkini, umum, dan memberikan informasi kepada pembaca tentang apa saja dan di mana saja di muka bumi. (Setiadi et al., 2019). Secara lebih luas, surat kabar merupakan bagian dari pers. Radar Tedal surat kabar yang melakukan konvergensi media dengan membuat portal berita oniline, 3 media besar yang paling banyak memilki pengikut adalah Instagram, *Website* dan *Youtube*. Radar Tegal sendiri mempunyai kantor media cetak dan satu stasiun radio yang berada di satu wilayah kantor yang sama, Radar Tegal sendiri memiliki beberapa tujuan melakukan konvergensi media. Pada awalnya Radar Tegal melakukan konvergensi media pada awal tahun 2017 membuat portal berita online berbasis website dengan nama *radartegal.com* dan menyusul dengan membuat berbagai sosial media untuk penyebaran informamsi. Instagram, pol

berita online berbasis website dan Youtube. Radar tegal sendiri mempunyai portal berita berbasis website dan 2 sosial media dengan paling banyak peminat yaitu akun Instagram (*@radartegalofficial*) dan juga akun Youtube (*Radar Tegal official*). 3 basis media digital paling sering digunakan dalam memanfaatkan konvergensi media sebagai pemanfaatan dan sarana penyebaran informasi. Radar Tegal sendiri memulai lakukan konvergensi media pada tahun 2017 dengan menggandeng beberapa divisi yang berada didalam Radar Tegal sendiri, dengan melakukan penggabungan beberapa media sampai terbentuknya *radartegal.id* serta diikuti dengan akun sosial media intagram (*@radartega*) dan Youtube (*Radar Tegal TV*). Salah satu model konvergensi untuk media cetak adalah yang dikemukakan oleh Grant (2009:33). Media harus mengadopsi perspektif baru mengenai berita dan cara peliputannya untuk mencapai konvergensi jurnalistik. Metode yang digunakan media untuk menghasilkan berita dan mendistribusikannya kepada pemirsanya. Meski demikian, praktik konvergensi yang terjadi saat ini masih terbatas pada penyebaran berita melalui media cetak dan online di berbagai platform. Hal ini yang menjadi dasar penelitian lanjutan mengenai gambaran konvergensi media yang dilakukan Radar Tegal menjadikan pemanfaatan dalam menyebarkan informasi melalui cetak dan beberapa sosial media, Dari penelitian ini berfokus pada 3 basis terbesar yang dimiliki oleh Radar Tegal dalam membuat berita yaitu Instagram, Website dan Youtube.

B. Pelaksanaan Konvergensi kontinum yang terdapat pada konvergensi media Radar Tegal



1. Cross promotion harian Radar Tegal

Radar Tegal melakukan *cross promotion* melalui media cetak dan berlanjut dengan siaran radio. Tahun 2018 dibuat *website disway* dengan memanfaatkan sebuah website yang berisikan macam-macam berita atau sebuah peristiwa yang dikemas dengan lebih singkat dibandingkan dengan media konvensional. Proses penggunaan dua media untuk saling menginformasikan peningkatan pemrograman dikenal sebagai konvergensi media. Berita yang populer di *radartegal.id* akan dimunculkan dilaman akun Instagram Radar Tegal dan diunggah versi video di laman Radar Tegal TV. Masing-masing pihak memperoleh keuntungan yang sama dari

konvergensi. karena salah satu pihak tidak perlu lagi mempertimbangkan berita apa yang akan ditayangkan. Tapi cukup mengikuti tema yang sedang digarap dan sesuai dengan muatan lokal yang menjadi ciri khas Radar Tegal. Dengan menggunakan cross promotion Radar Tegal saling berkerja sama dengan beberapa divisi terutama sosial media Instagram @radartegalofficial, Website radartegal.id dan Youtube Radar Tegal TV.

## 2. Cloning media

Cloning adalah proses memperbanyak dan menggandakan konten dari satu media agar dapat dipublikasikan sebagai aslinya di media lain. Update di laman Radar Tegal dan radartegal.id, @radartegalofficial di Instagram, dan Radar Tegal TV di YouTube. Ada duplikasi judul berita yang meraih popularitas di radartegal.id pada akhirnya akan muncul di halaman utama harian Radar Tegal. Produk Radar Tegal mengelola kontennya dengan cara saling menjiplak konten masing-masing, baik online maupun cetak. Hanya saja berita tersampaikan lebih cepat (real time) dan lebih sukses bila Radar Tegal tersedia secara online. Untuk sebuah penulisan berita di Intagram dan Youtube Radar Tegal TV perbedaanya hanya di caa menuliskan panjang atau pendeknya sebuah berita tetatapi isi dan informasi sama dengan fakta yang berada di lapangan. Masyarakat yang memiliki pemahaman dasar tentang teknologi dapat mengakses Radar Tegal melalui layanan yang disediakan oleh platform media baru, karena konten cetak Radar Tegal dapat diakses melalui berbagai saluran. Radar Tegal melakukan clooning di beberapa sosial media, penelitsn ini mengambil contoh 3 media besar yang dimiliki oleh Radar Tegal yaitu Website, Instagram dan Youtube.

## 3. Coopetion

Tahap ini mencakup fase di mana entitas media yang menyatu bekerja sama dan juga bersaing satu sama lain. Karena harian Radar Tegal dan radartegal.id dijalankan oleh staf yang sama, maka tidak ada persaingan di antara keduanya. Sementara harian Radar Tegal tidak hanya menyediakan kolom informasi dari pembaca melalui pesan yang ditampilkan, platform internet radartegal.id menampilkan jumlah pembaca dan kategori berita populer.

Radar Tegal lebih mengutamakan kerja sama dibandingkan persaingan antara kedua platform media tersebut. karena dikembangkan oleh organisasi yang sama dan memiliki tujuan yang sama yaitu merevitalisasi sektor Radar Tegal. Kolaborasi konten merupakan salah satu jenis kerjasama. Format konten yang sama dari Radar Tegalprint juga tersedia di radartegal.id. Radartegal.id dibuat untuk menambah tema

lokal dalam konten keseharian Radar Tegal, memperkuatnya. Oleh karena itu, radartegal.id perlu melakukan inovasi agar dapat menawarkan materi selain yang ditawarkan Radar Tegal saat ini. Alur distribusi yang cepat dan efektif yang difasilitasi oleh konvergensi media Radar Tegal dapat membantu media perusahaan menjangkau lebih banyak sasaran dan khalayak yang lebih luas dari para pecinta berita lokal dan nasional. Dengan mentransformasi radartegal.id menjadi portal berita online, harian Radar Tegal dapat terus beroperasi dan menyediakan banyak berita lokal, karena bagian dari peran kemitraan ini melibatkan media yang saling melengkapi dengan tujuan bersama menggunakan konvergensi media.

#### 4. Content sharing

Content ketika dua media berkolaborasi, mereka mungkin berbagi konten dalam bentuk konten yang dikemas ulang atau pendapatan anggaran terpisah. Ini dikenal sebagai berbagi konten. Surat kabar lokal memiliki ruang editorial terpisah. Dengan mengembangkan format berita online yang akan diterbitkan oleh radartgal.id, berita yang dikumpulkan oleh harian Radar Tegal dapat dimuat ulang (*repackaged*) dan dimodifikasi untuk dimuat di portal berita online dan media sosial, seperti Instagram dan Youtube.

#### 5. Full convergence

Konvergensi menjadi satu kesatuan yang utuh ketika masing-masing media menjadi satu sinergi, kesamaan dan kestabilan antar masing-masing media platform yang tidak sama dalam satu kepemilikan. Sehingga apa yang dihasilkan dari pola kerjasama tersebut adalah konvergensi utuh (*full convergens*). Langkah yang dilakukan harian Radar Tegal dengan pemanfaatan konvergensi media sebagai penyebaran informasi, untuk itu konsep yang digunakan haruslah sesuai dengan perkembangan teknologi yang sedang berlangsung dan beradaptasi di era digitalisasi sekarang dengan membuat berbagai konten yang telah terkonvergensi ke platform lainnya.

Terobosan yang dilakukan Radar Tegal belakangan ini dipicu oleh perubahan kebiasaan masyarakat dalam bermedia. Radar Tegal bertujuan untuk mendistribusikan materi melalui lebih banyak saluran, seperti komputer, iPad, gadget, dan ponsel, yang semakin populer di kalangan masyarakat umum. Produk 3M (*Multichannel, Multiplatform* dan *Multimedia*) Radar Tegal ini dilengkapi dengan grafis, teks, foto, video yang dapat diakses melalui internet. (Khadziq, 2016)

### C. Media

Portal media online yang digunakan oleh harian Radar Tegal untuk melakukan konvergensi media adalah 3 basis social media yaitu *Website, Instagram* dan *Youtube*. Menurut Fathur membuat sebuah media adalah salah satu cara dalam melakukan konvergensi media yang dilakukan oleh harian Radar Tegal, harian Radar Tegal sendiri telah melakukan konvergensi media pada tahun 2017

1. *Website (radartegal.id)*

Merupakan salah satu media internet nasional Kota Tegal yang fokus memberitakan berita di tanah air, tidak hanya di wilayah Tegal Raya atau Pantura Barat. Harian Radar Tegal menyajikan berita sebanyak 75% dari konten radartegal.id. Namun, pada tahun 2017, radartegal.id telah memiliki staf editorial penuh untuk setiap topik yang menjadi inti dari tujuan pelaporan dan pemasaran situs.

2. *Instagram (@radartegalofficial)*

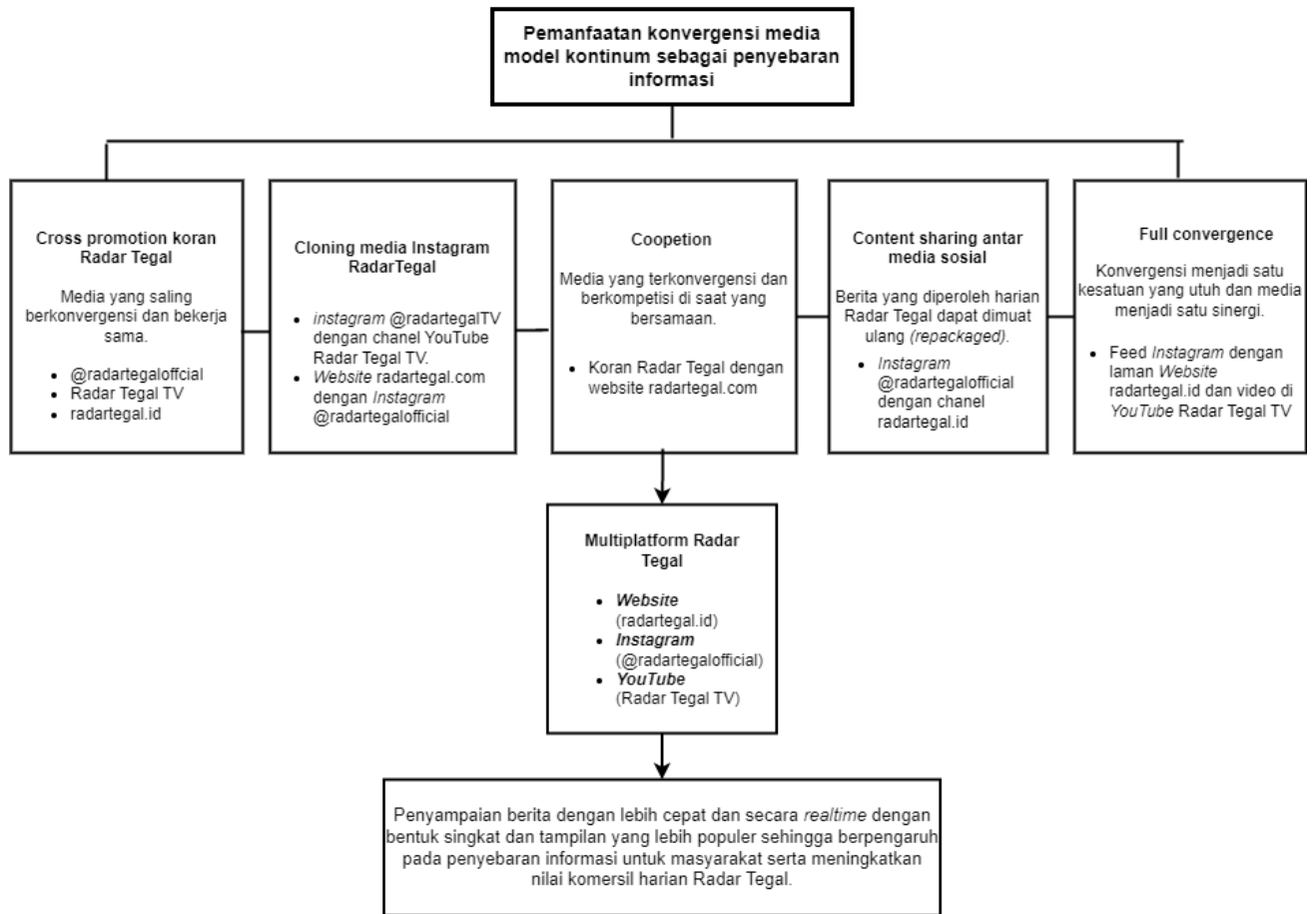
Instagram Radar Tegal dibuat pertama pada tahun 2017, Tujuan utama dengan dibuatnya Instagram adalah bagian dari konvergensi media yang dilakukan oleh harian Radar Tegal. Awal mula pada akhir tahun 2017 menurut Zulhifar selaku redaktur media online Radar Tegal Instagram sebagai media pemanfaatan penyebaran informasi yang murah dan efisien.

3. *Youtube (Radar Tegal TV)*

Radar Tegal melakukan konvergensi media dengan membuat sebuah konten berita yang sarat akan muatan lokal dan juga informasi secara aktual dan efisien. Penyebaran informasi atau berita jadi terkendali sesuai dengan kebutuhan masyarakat apalagi dengan adanya media digital sekarang khususnya radar tegal menjadi dikenal oleh masyarakat lain diluar kota tegal. Informasi yang disajikan fresh pada saat peristiwa terjadi banyak masyarakat mendapatkan manfaat melalui konvergensi yang dilakukan oleh Radar Tegal. Hal ini selaras dengan apa yang sudah berjalan. Penggunaan YouTube membuat konten berita dengan memanfaatkan konvergensi di masing-masing platform menjadi terbantu satu sama lain.

Hasil Analisis Konvergensi Media Dalam Penyebaran Informasi Pada Surat Kabar Radar Tegal

Analisis Pemanfaatan Konvergensi sebagai Media Penyebaran Informasi dalam Harian Radar Tegal, sebagai berikut;



*Gambar 1. Hasil konvegensi*

*Sumber: Penulis.*

1. Cross Promotion: Cross Promotion yang dilakukan oleh harian Radar Tegal sudah sesuai dengan konvergensi kontinum yang sesuai dengan tujuan awal dari adanya harian Radar Tegal.
2. Cloning: Radar Tegal telah melakukan cloning berita yang bertujuan memuat informasi yang sama dengan beberapa platform lainnya atau multi platform, dengan adanya cloning membuat harian Radar Tegal menjadi lebih efisien dan dapat menyebarkan informasi dengan jangkauan yang lebih luas dan efektif dalam segi biaya produksi.
3. Coopetion: Media saling berkerja sama satu sama lain, harian Radar Tegal, *radartegal.id*, *@radartegalofficial* dan Radar Tegal TV saling berkerja sama dengan melakukan pembagian konten berita di masing-masing platform. Harian Radar Tegal memuat suatu berita yang akan ditayangkan di *YouTube* Radar Tegal TV dan akan dipersingkat di akun *Instagram* *@radartegalofficial* serta versi lebih lengkapnya akan dimuat dalam

laman portal berita online radartegal.id. hal ini sangat berpengaruh pada efiseinsi dan produksi.

4. Content Sharing: Berita yang akan dimuat oleh harian Radar Tegal akan di buat ulang dengan penulisan yang sesuai dengan masing-masing platform dengan tujuan yang sama.
5. Full Convergence: Radar Tegal berupaya menyebarkan informasi melalui konten dan melalui platform lain yang mulai banyak digunakan masyakat seperti Smartphone, gadget, Ipad dan Laptop. Produk 3M (*Multichannel*, *Multiplatform* dan *Multimedia*) Radar Tegal ini dilengkapi dengan grafis, teks, foto, video yang dapat diakses melalui internet.
6. Media: Penggunaan berbagai macam media yang telah dilakukan oleh harian Radar Tegal adalah salah satu syarat adanya konvergensi media model kontinum. Website, Instagram dan YouTube 3 basis yang dipilih untuk melakukan kegiatan konvergensi media dan bertujuan untuk menyebarkan infomasi berita ke masyarakat yang lebih luas dan dilakukan secara efisien dalam waktu serta pengelolaan produksi serta meningkatkan nilai komersil pada harian Radar Tegal.

## SIMPULAN

Bedasarkan penelitan yang telah dilakukan di PT Wahana Semesta Multimedia (harian Radar Tegal) maka dapat ditarik kesimpulan bahwa harian Radar Tegal melakukan Konvergensi media model kontinum yang berperan sebagai pemanfaatan penyebaran informasi. Banyak konvergensi model yang akan dicapai dengan aplikasi ini. Salah satu fokus utama penelitian ini, konvergensi kontinum (*cross promotion*, *cloning*, *coopetition*, *content sharing*, dan *full convergence*), juga dapat dicapai secara bersamaan.

Sebagai perusahaan kabar harian Radar Tegal yang khususnya memutar berita lokal dan nasional menjadikan harian Radar Tegal menjadi penyedia berita dan informasi yang besar untuk wilayah pantura khususnya Kota Tegal dan sekitarnya. Harian Radar Tegal memilili beberapa media yang cukup besar diantaranya Website, Instagram dengan jumlah pengikut lebih dari 160 ribu dan juga Radar Tegal TV sebagai penyedia berita dan informasi dalam bentuk konten video.

Pada pemanfaatan konvergensi media penerapan model kontinum di harian Radar Tegal sering sejalan dengan Media. Untuk meningkatkan pendapatan dari pasokan pengiklan, aktivitas konvergensi harian Radar Tegal melibatkan komersialisasi materi berita melalui pengambilan konten dan standarisasi dalam jaringan media afiliasinya. Sementara dari segi spasialisasi, Harian Radar Tegal mampu menarik minat pembaca dengan

menerapkan konvergensi untuk menyampaikan berita dalam bentuk yang lebih ringkas dan real time, serta menampilkan tampilan yang lebih populer. Serta tujuan yang dilakukan oleh harian Radar Tegal dengan melakukan konvergensi media model konntimun membuat 3 tujuan yang pasti yaitu, Informasi, Edukasi dan Bisnis.

#### DAFTAR PUSTAKA

- Farah Adila, Yustikasari, & Renata Anisa. (2021). Strategi Media Relations Allianz Indonesia Dalam Memperoleh Berita Positif. *Jurnal Inovasi Penelitian*, 2(2), 501.
- Khadziq, K. (2016). Konvergensi Media Surat Kabar Lokal (Studi Deskriptif Pemanfaatan Internet Pada Koran Tribun Jogja dalam Membangun Industri Media Cetak Lokal). *Profetik: Jurnal Komunikasi*, 9(1), 5–20. <https://doi.org/10.14421/pjk.v9i1.1187>
- Romadhoni, B. A. (2019). Meredupnya Media Cetak, Dampak Kemajuan Teknologi Informasi. *An-Nida: Jurnal Komunikasi Islam*, 10(1). <https://doi.org/10.34001/an.v10i1.741>
- Roza, A. M. (2019). Jurnalisme Data, Jurnalisme Kolanorasi. *Jurnal Dewan Pers*, 20(November), 30–35.
- Setiadi, E. F., Azmi, A., & Indrawadi, J. (2019). Youtube Sebagai Sumber Belajar Generasi Milenial. *Journal of Civic Education*, 2(4), 313–323. <https://doi.org/10.24036/jce.v2i4.135>
- Taslimahudin, T., Suyanto, S., & Yasir, Y. (2022). Konvergensi Media Batamtoday. com dan Batamnews. co. id Era Persaingan Teknologi Digital di Kota Batam. *Persepsi: Communication* ..., 1, 23–34. <http://jurnal.umsu.ac.id/index.php/PERSEPSI/article/view/9170>
- Virdaus, D. R. (2021). KONVERGENSI DAN DIVERGENSI KOMUNIKASI DALAM NEW MEDIA (Studi Kasus Komunikasi Konvergensi dan Divergensi pada Media Google Classroom). *Proceeding of The 1st Conference on Strengthening Islamic Studies in the Digital Era (FICOSIS)*, 1, 326–333.
- Wahyuni, K. I., Tarifu, L., & Dilla, S. (2020). Efek Konvergensi Media Online Kendari Pos. *Jurnal Online Journalistik*, 2(2), 20–28.
- Farah Adila, Yustikasari, & Renata Anisa. (2021). Strategi Media Relations Allianz Indonesia Dalam Memperoleh Berita Positif. *Jurnal Inovasi Penelitian*, 2(2), 501.
- Khadziq, K. (2016). Konvergensi Media Surat Kabar Lokal (Studi Deskriptif Pemanfaatan Internet Pada Koran Tribun Jogja dalam Membangun Industri Media Cetak Lokal). *Profetik: Jurnal Komunikasi*, 9(1), 5–20. <https://doi.org/10.14421/pjk.v9i1.1187>
- Romadhoni, B. A. (2019). Meredupnya Media Cetak, Dampak Kemajuan Teknologi Informasi. *An-Nida: Jurnal Komunikasi Islam*, 10(1). <https://doi.org/10.34001/an.v10i1.741>

- Roza, A. M. (2019). Jurnalisme Data, Jurnalisme Kolaborasi. *Jurnal Dewan Pers*, 20(November), 30–35.
- Setiadi, E. F., Azmi, A., & Indrawadi, J. (2019). Youtube Sebagai Sumber Belajar Generasi Milenial. *Journal of Civic Education*, 2(4), 313–323.  
<https://doi.org/10.24036/jce.v2i4.135>
- Taslimahudin, T., Suyanto, S., & Yasir, Y. (2022). Konvergensi Media Batamtoday. com dan Batamnews. co. id Era Persaingan Teknologi Digital di Kota Batam. *Persepsi: Communication ...*, 1, 23–34.  
<http://jurnal.umsu.ac.id/index.php/PERSEPSI/article/view/9170>
- Virdaus, D. R. (2021). KONVERGENSI DAN DIVERGENSI KOMUNIKASI DALAM NEW MEDIA (Studi Kasus Komunikasi Konvergensi dan Divergensi pada Media Google Classroom). *Proceeding of The 1st Conference on Strengthening Islamic Studies in the Digital Era (FICOSIS)*, 1, 326–333.
- Wahyuni, K. I., Tarifu, L., & Dilla, S. (2020). Efek Konvergensi Media Online Kendari Pos. *Jurnal Online Jurnalistik*, 2(2), 20–28.