

## Konvergensi di Ruang Redaksi pada Kelompok Media Group

**Mochamad Fernanda Abuzar Zuhri\***, Early Afif Fadhilla, Alfa Septiano Mandalika, Sheila Anindya Tsany Raihan, Niken Sari

Magister Ilmu Komunikasi, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Brawijaya.

\*fernanda.iaa8@gmail.com

**Abstract.** The phenomenon of media convergence is a necessity that cannot be avoided, media convergence has a very significant influence on media practice. This research examines media convergence in the newsroom of Media Group, a leading media entity in Indonesia. Using a qualitative method approach, this study used a media group case study using interviews, direct observation and analysis of documents related to data collection. This research identifies the impact of convergence in the media, besides that this research also highlights the challenges and opportunities faced by newsrooms in dealing with the convergence process. Challenges cover all the basic aspects of editorial which cause adjustments in the newsroom, as well as management aspects that must continue to adapt. Convergence has changed the newsroom landscape.

**Keywords:** *Media Group, Convergence, Newsroom.*

**Abstrak.** Fenomena konvergensi media adalah sebuah keniscayaan yang tidak dapat dielakkan, konvergensi media memiliki pengaruh yang sangat signifikan dalam praktek media. Penelitian ini mengkaji konvergensi media pada ruang redaksi Media Group, sebuah entitas media yang terkemuka di Indonesia. Menggunakan pendekatan metode kualitatif penelitian ini menggunakan studi kasus media group dengan menggunakan metode wawancara, observasi langsung dan analisis dokumen terkait dalam pengumpulan data. Penelitian ini mengidentifikasi adanya dampak pengaruh konvergensi dalam media, selain itu penelitian ini juga menyoroti tantangan dan peluang yang dihadapi oleh ruang redaksi dalam menghadapi proses konvergensi. Tantangan meliputi seluruh aspek mendasar keredaksian yang menyebabkan harus adanya penyesuaian dalam ruang redaksi, serta aspek manajemen yang harus terus beradaptasi. Konvergensi telah mengubah lanskap ruang redaksi.

**Kata Kunci:** *Media Group, Konvergensi, Ruang Redaksi.*

## A. Pendahuluan

Kemajuan teknologi informasi dan komunikasi telah menghasilkan transformasi media, termasuk digitalisasi konten media. Digitalisasi sistem produksi konten menciptakan ruang baru di mana batas antara platform cetak, radio, televisi, dan internet perlahan-lahan lenyap, yang kemudian membawa suatu konsep baru yang disebut konvergensi media (1). Ketersediaan internet dan media online memaksa pengelola media tradisional untuk beradaptasi dengan situasi saat ini. Surat kabar dan majalah membangun situs web dan mengembangkan format digital. Radio dan televisi juga merambah dunia online dengan meluncurkan website masing-masing. Media juga menggunakan berbagai aplikasi teknologi informasi dan komunikasi untuk mendukung pengumpulan, pengolahan dan distribusi berita serta pengembangan bisnis.

Berkembangnya teknologi digital dan internet tidak hanya melahirkan konvergensi media, tetapi juga *newsroom convergence* atau konvergensi ruang redaksi. Konvergensi seperti yang diketahui bermakna penyatuan atau pemusatan dua hal atau lebih dalam hal ini pemusatan pembuatan konten berita dalam satu ruang redaksi untuk disebar di berbagai platform. Perkembangan konvergensi ruang redaksi dimulai ketika banyak stasiun televisi dan perusahaan surat kabar mulai meluncurkan layanan online pada akhir tahun 1990 yang pada umumnya mereka akan membentuk ruang redaksi kecil di mana jurnalis akan memuat ulang konten dari media konvensional ke media atau platform yang baru (2). Dalam konvergensi ruang redaksi, jurnalis perlu mencari mencari dan melaporkan berita yang digunakan untuk memenuhi kebutuhan berbagai platform media.

Penerapan konvergensi ruang redaksi umumnya berbeda dari satu perusahaan media dengan perusahaan media lain. Penerapan konvergensi tersebut bergantung pada teknologi informasi dan komunikasi yang diaplikasikan, pengenalan organisasi dan regulasi media yang bersangkutan (3). Pada tahun 2008, José Alberto García Avilés dan Miguel Carvajal menemukan dua model konvergensi ruang redaksi yang berbeda yang diterapkan oleh perusahaan surat kabar di Spanyol, La Verdad Multimedia dan Novotécnica. Hasilnya menemukan dua model *newsroom* yang digunakan yakni “integrated model” dan “cross-media model”, yang masing-masing memiliki perbedaan pada sistem produksi, organisasi *newsroom*, tingkat keahlian jurnalis, dan strategi bisnisnya (1).

Di Indonesia, penerapan *newsroom convergence* telah dilakukan oleh berbagai perusahaan media, CT Corp misalnya. Satu dari 8 konglomerat media di Indonesia (4) ini memiliki dua stasiun televisi yang membuat Chairul Tanjung (pemilik CT Corp) menerapkan konvergensi ruang redaksi dengan menyatukan pusat berita Trans TV dan Trans7 pada tahun 2018. Untuk itu, penelitian ini akan melihat penerapan konvergensi ruang redaksi perusahaan yang dipimpin oleh Surya Paloh ini yang kini membawahi berbagai unit bisnis media seperti, Metro TV, Media Indonesia, Lampung Post, Medcom.id, IDM, MTI, Media Academy, Sai Radio, Digital Marketing Agency, Magna Channel, dan BN TV.

## B. Metodologi Penelitian

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif untuk memahami dan menganalisis fenomena konvergensi media yang ada di ruang redaksi kelompok Media Group. penelitian kualitatif adalah penganut aliran fenomenologis, yang menitik beratkan kegiatan penelitian ilmiahnya dengan jalan penguraian (describing) dan pemahaman (understanding) terhadap gejala-gejala sosial yang diamatinya. Pemahaman bukan saja dari sudut pandang peneliti (researcher’s perspective) tetapi yang lebih penting lagi adalah pemahaman terhadap gejala dan fakta yang diamati berdasarkan sudut pandang subjek yang diteliti (5). Lebih lanjut dijelaskan prosedur pendekatan penelitian kualitatif menghasilkan data deskripsi berupa ucapan, tulisan dan perilaku yang dapat diamati. Penggunaan pendekatan kualitatif bertujuan untuk mendapatkan pemahaman yang mendalam terkait dengan perubahan yang terjadi dalam kegiatan operasional di ruang redaksi kelompok Media Group serta melihatnya melalui kajian penelitian.

Data penelitian diperoleh dengan wawancara dan observasi, wawancara secara langsung dengan Redaktur News Gathering Fauzan Hilal. wawancara menjadi salah satu teknik pengumpulan data terhadap suatu permasalahan penelitian, dan digunakan apabila peneliti

menginginkan informasi yang lebih mendalam dari responden (6).

Observasi merupakan suatu kegiatan pengamatan secara langsung ke objek penelitian untuk melihat dari dekat kegiatan yang dilakukan cara mengumpulkan data dengan jalan mengadakan pengamatan terhadap kegiatan yang sedang berlangsung. Apabila objek penelitian bersifat perilaku, tindakan manusia, dan fenomena alam (kejadian-kejadian yang ada di alam sekitar), proses kerja, dan penggunaan responden kecil (7).

### C. Hasil Penelitian dan Pembahasan

#### Teknologi Media Baru

Media baru digambarkan sebagai teknologi komunikasi yang meningkatkan interaksi antara user serta interaksi antara user dan konten (7). Teknologi media baru, terkadang dikenal sebagai Web 2.0, mencakup berbagai alat komunikasi terkait web seperti blog, wiki, jejaring sosial online, dunia maya, dan platform media sosial lainnya (8).

Pada bukunya berjudul *The New Media Reader*, Lev Manovich mendefinisikan media baru dengan aneka macam proposisi yakni media baru sebagai paradigma dan objek budaya, new media sebagai estetika yang mengikuti tahap permulaan dari masing-masing media modern dan teknologi komunikasi baru, new media sebagai persatuan antara konvensi budaya lama untuk representasi data, akses, dan manipulasi terbaru, new media sebagai realisasi teknologi yang lebih cepat daripada algoritma yang yang sebelumnya dijalankan secara konvensional atau melalui berbagai jenis teknologi lain (9).

Ungkapan media baru atau new media berdasarkan pada media komputasi yang berbagi materi secara online dan melalui komputer (9). Media baru menginspirasi cara berpikir baru tentang media lama. Media tidak menggantikan satu sama lain dalam urutan linier yang jelas, melainkan berkembang dalam jaringan yang lebih rumit dari putaran umpan balik yang saling berhubungan (10). Perbedaan dari media baru dan media lama adalah bagaimana media baru secara khusus merombak media tradisional dan bagaimana media yang lebih tua merombak diri mereka sendiri untuk memenuhi tantangan media baru (11).

Globalisasi lebih dari perkembangan aktivitas di seluruh dunia, globalisasi memungkinkan dunia terhubung tidak peduli jarak dari pengguna ke pengguna lainnya (12). Media baru telah menetapkan pentingnya menjalin pertemanan melalui ruang digital lebih kuat dibanding dengan kehidupan nyata (2). Globalisasi secara umum berarti suatu kegiatan yang lebih luas karena dilakukan antar negara (13).

Pada tahun 1984, Ronald E. Rice mendefinisikan media baru sebagai teknologi komunikasi yang memfasilitasi komunikasi antar user dan komunikasi user dengan konten informasi (14). Definisi seperti itu menggantikan model komunikasi massa tradisional "satu-ke-banyak" dengan kemungkinan jaringan komunikasi "banyak-ke-banyak". Setiap individu dapat menghasilkan konten di media onlinenya dengan adanya gambar, teks, dan suara di dalamnya (2). Dengan demikian konvergensi metode komunikasi baru yang menggunakan teknologi baru telah menggeser model lama komunikasi massa, dan membentuk kembali cara berkomunikasi satu dengan yang lain. Vin Crosbie menjelaskan tiga macam media komunikasi. Ia melihat media interpersonal sebagai "one to one", media massa sebagai "one to many", dan terakhir media baru sebagai media individuasi atau "many to many" (15).

Interaktivitas dapat dianggap sebagai konsep sentral dalam memahami media baru (3). Tetapi bentuk media yang berbeda memiliki, atau memungkinkan tingkat interaktivitas yang berbeda (16), dan beberapa bentuk media digital dan konvergen sebenarnya tidak interaktif sama sekali. Menurut Tony Feldman, satelit digital dianggap sebagai contoh nyata dari new media technology yang pada eksekusinya menggunakan kompresi digital untuk mengoptimalkan jumlah saluran televisi yang dapat disampaikan, dan apa yang dapat ditawarkan melalui layanan nantinya dapat diubah, namun tidak merombak pengalaman penggunaan televisi oleh pengguna, sehingga tidak mempunyai dimensi yang lebih interaktif. Namun tidak seperti digitalisasi dan konvergensi, interaktivitas bukanlah karakteristik yang melekat pada semua teknologi media baru (9).

## Konvergensi Media

Perkembangan teknologi yang berkembang cukup pesat saat ini, tentunya membawa perubahan pada dunia jurnalistik, salah satunya ialah Konvergensi media yang dianggap sebagai suatu fenomena penyatuan beberapa platform yaitu computing, communication networks dan content information (17). Jenkins beranggapan bahwa konvergensi media merupakan perpaduan teknologi antara media baru dan lama, dan juga keterlibatan produsen dan konsumen media dalam corporate media companies. Tentunya konvergensi media ini menghasilkan peluang dalam berkembangnya dunia jurnalistik (17). Mengintegrasikan departemen teknologi di ruang redaksi adalah suatu hal yang tepat hal ini memastikan bagian-bagian yang berbeda dari sebuah rantai produksi dapat selalu terhubung satu sama lain (8).

Disini media massa dituntut untuk lebih berinovasi dalam menghadirkan konvergensi media yang terjadi, terkhusus surat kabar cetak yang menghadirkan bentuk transformasi baru surat kabar digital atau dengan kata lain surat kabar elektronik (e-paper). Tidak dapat dipungkiri memang kemunculan internet dan teknologi online, membuat konvergensi media dianggap sebagai proses transisi menyeluruh dan salah satu yang utama dalam implikasi digitalisasi (18).

Dalam bidang jurnalisme, Dupagne dan Garrison mengusulkan model konvergensi media yang bertumpu pada tiga dimensi: teknologi, ekonomi, dan regulasi. Ketiga dimensi ini tentunya menghasilkan efek yang berdampak pada beberapa hal seperti penggunaan media, keragaman konten, dan praktik ruang redaksi. Disisi lain konvergensi media juga dapat menjadi resiko, keterlibatan atau profesionalisme wartawan yang semakin diujung tanduk dikarenakan kecepatan atau akselerasi pemberitaan yang dibawakan secara berlebihan mengakibatkan pelanggaran norma dalam jurnalisme, seperti halnya minimnya transparansi, pengungkapan kebenaran, dan juga akurasi berita yang dibawakan (18).

Dalam industri media kontemporer, lingkungan kerja media itu melibatkan empat elemen dimana semua terlibat pula dalam proses produksi budaya, diantaranya ialah pembuatan konten, konektivitas, keterlibatan kreativitas, dan juga komersial (17). Konvergensi juga terkait dengan beberapa aspek pada kerangka kerja di media, seperti halnya a) *stakeholders* atau pemangku kepentingan yang menyeluruh keterlibatan profesional produser, penonton, narasumber, dan iklan hal tersebut terjadi pada pengalaman juga kokreasi konten media; b) integrasi yang terjadi pada industri media dalam jaringan produksi secara global; dan c) kompleksitas koordinasi antara tujuan-tujuan yang berbeda baik itu komersial, kreativitas konten, dan konektivitas memproses produksi media.

Implementasi konvergensi yang terjadi di era digitalisasi saat ini merupakan salah satu perubahan yang cukup drastis bagi media dan juga para wartawan. Konvergensi mengepakkan sayapnya di garda terdepan jurnalisme tradisional, dimana menggantikan prinsip profesi yang telah dilakukan para reporter dalam beberapa abad akhir. Secaraisadar konvergensi menghancurkan dinding persaingan dan membuat lebih efisien dalam penerapannya dimana menempatkan para pekerja media menjadi satu platform saja baik itu wartawan penyiaran, cetak, online kedalam satu kelompok. Para pekerja media dituntut mudah beradaptasi dengan teknik dan kebiasaan sebelumnya dan mempelajari hal-hal baru di era konvergensi yang terjadi (20). Berbagai latar belakang dan budaya disatukan yang sebelumnya menjadi pesaing kini menjadi satu tim. Akan tetapi perubahan tersebut tidak selalu dapat diterima oleh beberapa staf media. Kondisi seperti ini tentunya menjadi tantangan tersendiri bagi pemimpin media dalam menjalankan transisi konvergensi yang berkala ini secara efektif.

## Model Newsroom

World Association of Newspaper and News Publisher (WAN-IFRA) menyebutkan setidaknya ada tiga tipe *newsroom* yang kini diterapkan oleh berbagai perusahaan media di dunia; Newsroom 1.0, Newsroom 2.0, dan Newsroom 3.0 (21).

### 1. Tipe Newsroom 1.0

Tipe ini biasa dikenal dengan “multiple media newsroom” yang menyediakan sumber daya terpisah untuk masing-masing platform atau unit bisnis yang dibawahi oleh perusahaan media. Tipe ini membuat setiap unit bisnis media baik digital, elektronik, maupun, cetak memiliki ruang dan tim redaksinya sendiri. Pada kondisi tertentu, unit bisnis yang dijalankan

bahkan berada pada manajerial dan perusahaan yang berbeda. Newsroom jenis ini merupakan gambaran newsroom yang belum menerapkan upaya konvergensi sehingga setiap unit cenderung mengatur alur pemberitaan secara mandiri.

**Three main structures for redesigned newsrooms**

In recent years, more and more editorial departments consider digital channels to be as important as print. Newspaper brands now offer audio and video stories on their websites or via mobile services and push interactive services such as blogs and discussion forums.

These changes and diversification of products and services inevitably have an impact on workflows, roles and structures in an editorial department.

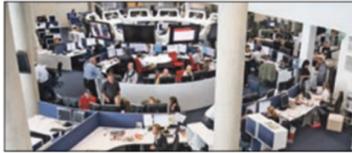
In order to achieve the goal of offering new products and services, a wide range of organisational concepts and strategies have been conceived by editorial management.

Some of these concepts were an incremental next step in an evolutionary development. Others represented a more radical approach to changing every inch of how a newsroom operates.

Looking at the organisational concepts that have been realised in editorial departments, we can see three main structural types.

**Newsroom 1.0**

The first type, let's call it Newsroom 1.0 or the "multiple media newsroom," provides dedicated editorial resources for each platform that is serviced by the publishing house. This results in separate editorial



The open-plan newsroom of Österreich in Austria

digital channels of Österreich.

Other examples of newspaper operations that more or less follow this concept are the Daily Mail and Metro in the UK, der Standard and Kleine Zeitung in Austria, Kölner Stadtanzeiger and Süddeutsche Zeitung in Germany, Aftonbladet and Norrköping Tidningar in Sweden, Verdens Gang in Norway and many others around the world.

**Newsroom 2.0**

The second type that can be distinguished, Newsroom 2.0 or the "cross-media newsroom," works on the principle that the content gatherers generate the content for all channels. There are different responsibilities for each channel, but the different sections (news, sport, features) generate the content for print and online and also provide other formats such as video for the web and provide input for web-TV or radio.

In 2003, Nordjyske Stiftstidende, a regional daily newspaper in Denmark with a circulation of about 75,000 copies, reorganised its editorial department and transformed it from a paper-centric operation into a modern multimedia publishing house. Today, a daily paid-for and a free newspaper, a TV programme for online and cable and two radio pro-

**NEWSROOM 1.0: MULTIPLE-MEDIA NEWSROOM**

PJ: Production Journalist; CE: Channel Editor; EC: Editor in Chief  
N: News; S: Sport; B: Business; F: Features

**Gambar 1.** Tipe Newsroom 1.0

2. Tipe Newsroom 2.0

Tipe newsroom yang ke-dua adalah "cross-media newsroom". Dalam tipe ini, konvergensi hanya terjadi di level peliputan berita. Jurnalis akan mengumpulkan berbagai jenis berita yang bisa digunakan untuk semua channel. Namun, berita yang berbeda kategori/jenis berita tidak disatukan di satu ruang redaksi. Masing-masing divisi berita (news, sport, features) akan mengolah berita dari satu jenis yang sama yang kemudian menghasilkan berita untuk semua unit media (cetak, elektronik, dan digital).

**NEWSROOM 2.0: CROSS-MEDIA NEWSROOM**

PJ: Production Journalist; CE: Channel Editor; EC: Editor in Chief  
N: News; S: Sport; B: Business; F: Features



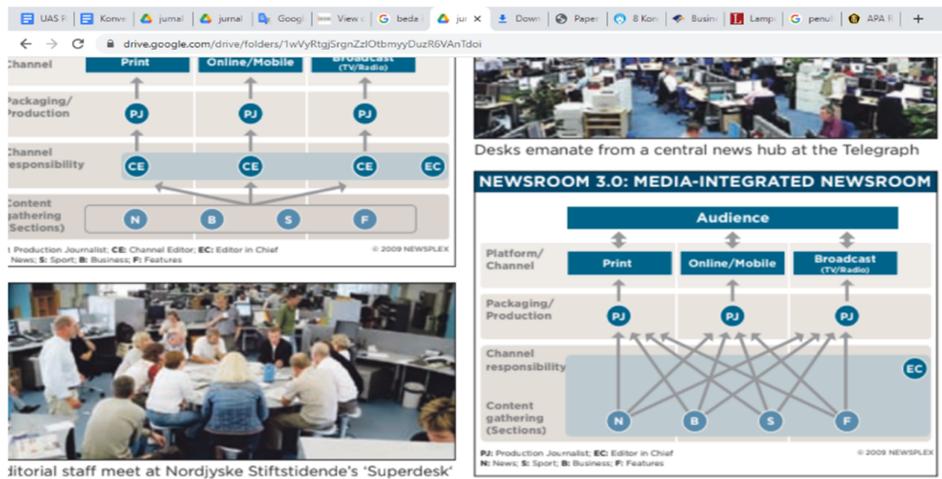
Desks emanate from a central news hub at t

**NEWSROOM 3.0: MEDIA-INTEGRATED**

**Gambar 2.** Tipe Newsroom 2.0

### 3. Tipe Newsroom 3.0

Tipe ke-tiga yaitu “integrated newsroom”. Tipe ini adalah redaksi yang sudah menerapkan konvergensi newsroom seutuhnya. Pada tipe ini, berita yang telah dikumpulkan oleh jurnalis akan diserahkan ke satu ruang redaksi yang kemudian akan mengolahnya menjadi konten untuk semua unit media (multiplatform). Kepala bagian di ruang redaksi memegang kendali penuh pada manajemen peliputan berita, perencanaan, hingga proses produksi. Sehingga, tidak ada satu orang yang memiliki tanggung jawab khusus untuk satu channel tertentu.



**Gambar 3.** Tipe Newsroom 3.0

#### **Model Newsroom di Media Group dan Konvergensi Meja Redaksi Media Group**

Berbicara konvergensi di era digital saat ini merupakan suatu hal yang lumrah. Namun, dalam pelaksanaannya terkadang menemui kendala atau hambatan yang bisa menghalangi kelancaran proses konvergensi. Salah satu perusahaan pers yang menjalankan konvergensi adalah Media Group Network (MGN). Perusahaan yang menaungi Media Indonesia, Metro TV, dan Medcom.id sudah melakoni konvergensi dalam beberapa tahun terakhir.

Konvergensi di Media Group Network dinilai sudah berjalan baik untuk tingkatan reporter. Artinya, satu reporter bisa menyuplai artikel atau bahan berita untuk ketiga platform cetak, televisi, dan online. Hal itu juga bisa berjalan mulus jika tidak ada isu-isu besar, tetapi ketika terjadi peristiwa besar, reporter masing-masing platform bisa diturunkan ke lapangan. Selain itu, jika sudah masuk ke level Redaktur atau Kepala Desk, permasalahan masih kerap terjadi. Sebab, kemampuan para redaktur tergantung dengan platform yang selama ini mereka jalani. Jadi, ketika dituntut harus mengupload berita sekaligus mengedit video, maka pekerjaan menjadi tidak maksimal. Seperti diketahui, Media Indonesia mengandalkan naskah yang mendalam atau pengembangan dari suatu isu, Metro TV butuh gambar yang memikat serta narasi atau fakta sesuai di lapangan, dan Medcom.id berbasis kecepatan yang diiringi dengan fakta. Oleh karena itu, dari News Gathering tetap menjalankan pola konvergensi. Setiap hari mereka menampung proyeksi dari Redaktur tiga platform, lalu proyeksi tersebut diteruskan ke reporter yang bertugas pada hari itu.

Tugas-tugas khusus setiap personel di News Gathering MGN juga akan memilih jurnalis yang memiliki kecakapan dalam menulis untuk koran, untuk media online, dan bisa mengambil video serta laporan live untuk televisi. Selain itu, MGN juga telah menyiapkan satu keranjang berita yang bernama MGN Newsbox. Jadi, seluruh berita dari reporter hingga kontributor bisa mengirimkan naskah ke keranjang MGN Newsbox. Tetapi, jika dalam MGN News Box tidak terdapat gambar, biasanya Produser televisi mengambil data-datanya sehingga tetap bisa dianalisis melalui infografis.

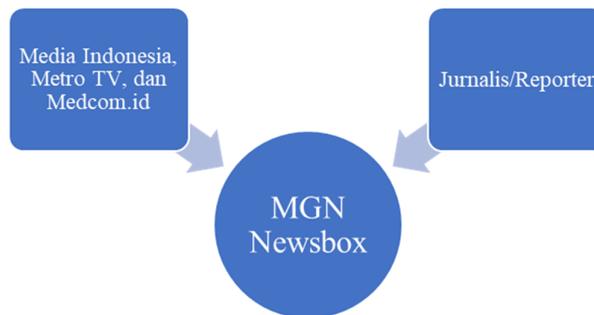
## Bentuk Konvergensi Meja Redaksi pada Kelompok Media Group

### 1. Superdesk



**Gambar 4.** Superdesk

### 2. Media Group Newsbox



**Gambar 5.** Media Group Newsbox

Superdesk dalam konsep konvergensi di ruang redaksi adalah sebuah cara untuk meningkatkan kolaborasi dan efisiensi dalam produksi media. Dalam superdesk meja-meja tradisional yang dipisahkan oleh sekat-sekat diganti dengan sebuah meja besar yang melingkar yang dapat menampung seluruh tim redaksi tanpa adanya batasan. Meja ini terhubung dengan berbagai monitor, tim ahli teknologi, gatekeeper dan sumberdaya produksi lainnya.

Sedangkan skema diatas menggambarkan sistem kerja newsbox pada Media Group. Sebuah artikel yang diterbitkan dapat memanfaatkan MGN Newsbox sebagai sumber konten informasi. Dengan begini suatu berita/informasi dapat disajikan pada setiap platform dalam media group dengan gayanya masing-masing. Namun, hal ini menjadi tantangan bagi Redaktur/Kepada Desk di setiap media karena perlu memilah dan memeriksa gaya penulisan yang berbeda dari setiap media.

### **Kendala Konvergensi di MGN**

Kemampuan setiap jurnalis belum mampu untuk melakukan aktivitas pembuatan konten di setiap platform. Namun, perusahaan tetap mengadakan pelatihan mengenai konvergensi yang dilakukan. Pada News Gathering MGN bertugas untuk melihat potensi jurnalis yang mumpuni agar bisa menjalankan tugas dengan baik. Selain itu, ego sektoral tidak bisa dipungkiri masih menjadi gangguan. Khususnya di tingkat Redaktur/Kepala Desk. Misalnya seorang jurnalis mendapatkan momen gambar yang bagus, dia lebih memprioritaskan ke Metro TV, karena dia awalnya sebagai jurnalis televisi. Padahal, jika sang reporter bisa mengirimkan ke Medcom.id maka gambar itu bisa langsung naik di media sosial.

Berdasarkan penjelasan diatas, manajemen Media Group Network juga bersiap untuk menyiapkan rumah multimedia atau digital hub. Di sana, seluruh platform yang dimiliki MGN akan diolah dalam bentuk digital dan media sosial. Sehingga, seluruh kontennya digarap dengan gaya kekinian sehingga memanjakan para Generasi Z dan Milenial. Selain itu, manajemen serta HRD terus memikirkan cara untuk merekrut jurnalis yang multi talenta atau yang biasa disebut Super Jurnalis. Jurnalis yang memiliki kemampuan menulis, mengedit video serta laporan live di televisi yang mumpuni. Berbicara dari segi bisnis, konsep konvergensi ini tetap berjalan. Artinya, klien memiliki banyak pilihan dalam menentukan iklan untuk tayang di platform yang dipilihnya.

Satu hal yang belum berjalan dengan baik adalah Superdesk di MGN. Superdesk atau big newsroom belum bisa direalisasikan karena masih keterbatasan ruangan sehingga setiap platform masih bekerja dari masing-masing ruangan. Padahal, jika sudah berada di dalam big newsroom, maka akan memudahkan koordinasi dan hasil liputan yang ditayangkan juga bisa lebih maksimal.

#### D. Kesimpulan

Konvergensi yang terjadi di kelompok Media Group menggunakan model newsroom 3.0, yaitu karena memiliki model pengumpulan artikel berita yang sudah terkonvergensi dan informasi atau berita yang diproduksi dapat dialirkan kepada seluruh platform media di bawah Media Group. Konvergensi di ruang redaksi kelompok Media Group membuat sebuah artikel berita dapat disiarkan melalui cetak, televisi, dan online tanpa ada perubahan sudut pandang pembahasan, atau dalam kata lain 1 berita dapat digunakan kedalam banyak platform. Jurnalis dapat mencari dan mengolah berita menjadi bentuk naskah yang dipergunakan oleh tiga platform media. Naskah yang telah ditulis oleh jurnalis ditampung di dalam MGN Newsbox, Semua data yang telah dikirim ke MGN Newsbox dapat dipergunakan untuk semua jenis platform media di bawah Media Group dengan penyesuaian karakter pada masing-masing platform tersebut. Ditambah dengan Digihub Media Group dapat membuat konten berdasarkan naskah dari MGN News Box tersebut.

#### Daftar Pustaka

- [1] Avilés, J. A. G., & Carvajal, M. (2008). Integrated and cross-media newsroom convergence: Two models of multimedia news production—The cases of Novotecnica and La Verdad Multimedia in Spain. *Convergence*, 14(2), 221-239;
- [2] Croteau, D., & Hoynes, W. (2003). *Media Society: Industries, Images, and Audiences* (Third). Pine Forge Press;
- [3] Rafaeli, S., & Ariel, Y. (2007). Assessing Interactivity in Computer-Mediated Research. In *The Oxford Handbook of Internet Psychology*. Oxford University Press
- [4] Adam, A., & Andreas, D. (2018). 8 Konglomerat Media di Indonesia via Jalur Media TV & Cetak. Diakses pada 16 Juni 2023, dari <https://tirto.id/cEv7>;
- [5] Auliya, N. H., Andriani, H., Fardani, R. A., Ustiawaty, J., Utami, E. F., Sukmana, D. J., & Istiqomah, R. R. (2020). *Metode Penelitian Kualitatif & Kuantitatif*. CV. Pustaka Ilmu;
- [6] Feldman, T. (2003). *An Introduction to Digital Media*. Routledge. <https://doi.org/10.4324/9780203398401>;
- [7] Fiantika, F. R., Wasil, M., Jumiyati, S., Honesti, L., Wahyuni, S., Mouw, E., ... & Waris, L. (2022). *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Get Press;
- [8] Meehan, E. R., & Rice, R. E. (1984). The New Media: Communication, Research, and Technology. *Administrative Science Quarterly*, 31, 478;
- [9] Friedman, L. W., & Friedman, H. H. (2011). The New Media Technologies: Overview and Research Framework. *SSRN Electronic Journal*. <https://doi.org/10.2139/ssrn.1116771>;
- [10] Wardrip-Fruin, N., & Montfort, N. (2003). *The New Media Reader*. The MIT Press;
- [11] Ryan, M.-L., Emerson, L., & Robertson, B. J. (2014). *The Johns Hopkins Guide To Digital Media*. Johns Hopkins University Press;

- [12] Bolter, J. D., & Grusin, R. A. (2000). *Remediation: understanding new media*. The MIT Press;
- [13] Carey, J. (2008). *Communication as Culture: Essays on Media and Society (Second)*. Routledge.
- [14] Thompson, J. B. (1995). *The Media and Modernity: A Social Theory of the Media*. Stanford University Press;
- [15] Schorr, A., Campbell, W., & Schenk, M. (2003). *Communication Research and Media Science in Europe: Perspectives for Research and Academic Training in Europe's Changing Media Reality*. Mouton de Gruyter;
- [16] Crosbie, V. (2015). What Is The New Media? *International Journal of New Media Studies*;
- [17] Flew, T. (2005). *New Media: An Introduction* (p. 302);
- [18] Pratopo, W. M., & Kusajibrata, N. (2018). Konvergensi di Ruang Redaksi pada Kelompok Media Tempo. *Jurnal Studi Komunikasi (Indonesian Journal of Communications Studies)*, 2(1), 103–125. <https://doi.org/10.25139/jsk.v2i1.51>;
- [19] Deuze, M. (1999). Journalism and the Web: An Analysis of Skills and Standards in an Online Environment. *International Communication Gazette*, 61(5), 373–390;
- [20] Li, K. (2018). Convergence and de-convergence of Chinese journalistic practice in the digital age. *Journalism*, 19(9–10), 1380–1396. <https://doi.org/10.1177/1464884918769463>;
- [21] WAN IFRA Newsplex Europe. Newsroom 1-2-3. Diunduh pada 14 Juni 2023, dari [www.wan-ifra.org](http://www.wan-ifra.org).