

## BAB 4

### HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

#### 4.1 Gambaran Umum HIDUP

HIDUP merupakan majalah rohani yang diterbitkan oleh Yayasan Hidup Katolik, Jakarta. Sejak kemunculannya pada tahun 1946, HIDUP sudah berada di bawah naungan Keuskupan Agung Jakarta. Majalah ini hadir setiap minggu sebagai media pewartaan bagi umat Katolik yang di dalamnya memuat berita-berita seputar kehidupan Katolik baik di Indonesia maupun mancanegara yang sedang hangat dibicarakan oleh umat Katolik dan dibahas dengan pandangan umat Katolik serta tak lepas dari pandangan Gereja.

Nama HIDUP sendiri merupakan terjemahan dari bahasa Belanda “*Leven*” yang berarti “hidup”. Perjalanan panjang sebelum akhirnya mendapatkan nama HIDUP yang bertahan sampai saat ini. Ketika majalah dan media massa lain satu persatu berguguran, HIDUP berdiri tegak hampir sendirian. Praktis hanya ditemani oleh beberapa majalah yang lahir dalam lingkup Katolik, seperti Basis dan Rohani (Tim Redaksi HIDUP, 2016:8) hingga saat ini HIDUP menempati tanah seluas 900m<sup>2</sup> di Jl. Kebon Jeruk Raya No. 85, Batusari, Jakarta sebagai kantor redaksi dan untuk urusan bisnis serta administrasi.

Cikal bakal HIDUP (Tim Penulis HIDUP, 2016:5-8) berasal dari lembaran informasi Gereja Katedral Jakarta bernama *De Kathedral* yang hanya berisikan jadwal misa dan kegiatan seputar paroki Katedral. Kemudian pelan-pelan *De*

*Kathedraal* berubah menjadi *Kerkelijik Weekblad*. Dua nama ini masih menjadi konsumsi para pembaca berbahasa Belanda. Namun pada tahun 1946, *Kerkelijik Weekblad* menyajikan beberapa informasi dalam Bahasa Indonesia. Sehingga menjadi selebaran dwi bahasa.

Nama *Kerkelijik Weekblad* hanya bertahan hingga tahun 1946. Pada terbitan pertama, 5 Januari 1947 namanya berubah menjadi *De Katholieke Week*. Terbitan ini sudah menyajikan banyak halaman dan masih mempertahankan satu halaman berbahasa Indonesia. Nama *De Katholieke Week* semakin mempertegas bahwa majalah ini terbit mingguan.

Selang setahun kemudian, pada 4 Januari 1948, *De Katholieke Week* berubah lagi menjadi *Katholieke Leven*. Perubahan nama ini juga membawa perubahan pada tampilannya. Sejak terbitannya yang pertama, *Katholieke Leven* menghilangkan satu halaman berbahasa Indonesia. Majalah ini hanya menjadi konsumsi pembaca berbahasa Belanda. Bertahun-tahun majalah ini terbit dalam Bahasa Belanda, akhirnya pada tahun 1957 munculah dua versi majalah. Satu berbahasa Belanda dengan nama yang tetap, yaitu *Katholieke Leven* dan satu lagi berbahasa Indonesia dengan nama HIDUP Katolik.

Kemudian pada akhirnya tanggal 4 Juli 1971 HIDUP Katolik berubah menjadi HIDUP hingga saat ini. Maksud dari perubahan nama ini adalah HIDUP ingin menyatu dengan masyarakat pada umumnya, bukan eksklusif Katolik. HIDUP pun memilih tanggal 5 Januari 1946 sebagai tanggal kelahirannya.

Dalam jumlah terbatas, HIDUP mampu tersebar luas. Sejak tahun 1970, HIDUP tersebar di 300 tempat, di seluruh Indonesia hingga pelosoknya. HIDUP juga dibaca oleh orang Malaysia serta umat yang tinggal di beberapa negara Eropa seperti pada gambar berikut:



**Gambar 4.1**  
**Peta persebaran HIDUP ke seluruh Indonesia**

Mundur jauh ke belakang, para agen HIDUP pun tersebar di Pulau Jawa dan tersebar merata di luar Jawa sejak 1960-an. Hingga pelanggan HIDUP mencapai 12.000 ketika harian raksasa semacam Kompas dan majalah Tempo belum muncul. Ketika informasi masih begitu langka, HIDUP sudah memenuhi rasa haus pembaca. Hingga HIDUP mampu menembus sekitar 100.000 pembaca (Tim Redaksi, 2006:13-14).

Hingga saat ini, HIDUP masih berpegang teguh pada visi misinya. Visi HIDUP yaitu menggalang Gereja yang lebih terbuka demi terciptanya masyarakat Indonesia baru yang lebih adil, sejahtera, demokratis, dan manusiawi. Kemudian

untuk mencapai visi tersebut, HIDUP memiliki misi yaitu menjadi dapur informasi Umat Katolik Indonesia dengan cara: Pertama, menjadi rujukan yang layak dipercaya; kedua, menyediakan informasi yang berguna bagi kepentingan umum, sehingga kasih kemanusiaan, dan keadaban publik semakin dihayati; ketiga, meracik informasi sedemikian rupa dengan mengedepankan sikap terbuka, saling menghargai, saling menghormati, dan saling menolong sesama umat beriman, demi terciptanya, Masyarakat Indonesia Baru yang lebih adil, sejahtera, demokratis, dan manusiawi.

Adanya pemangkasan struktur redaksi HIDUP membuat susunan redaksi HIDUP kini digabungkan dengan seluruh bidang di HIDUP sehingga menjadi susunan yang sebagai berikut :

Pemimpin Umum/Pemimpin Redaksi/Penanggungjawab	: Pastor Harry Sulisty
Pemimpin Perusahaan	: Freddy P. Yuwono
Wakil Pemimpin Redaksi	: F. Hasiholan Siagian
Wakil Pemimpin Perusahaan	: Bayu Prakosa
Staf Redaksi	: Yustinus H. Wuarmanuk Felicia Permata Hanggu Karina Chrisyantia
Desain Visual	: Norbert Randhy
Kepala Keuangan	: Ridho Mayasari
Staf Keuangan	: Simon Raylama
Kepala SDM dan Umum	: Daniel Satia
Staf SDM dan Umum	: Dodi Ilhamsyah Zulkarnaen
Staf Marketing	: Christoforus Indra
Staf Sirkulasi	: Georgio

Kemudian isi dari majalah HIDUP terbagi ke dalam beberapa rubrik, yaitu:

1. Tajuk : Berisikan tanggapan yang dibuat oleh redaksi mengenai hal-hal yang mengikuti tema terbitan majalah HIDUP.

2. Antar Kita : Rubrik ini merupakan surat pembaca yang isinya menanggapi tentang edisi sebelumnya yang sudah terbit berupa masukan atau kritik sekalipun.
3. Sajian Utama : Rubrik ini berisi berita utama atau *headline* tentang apa yang terjadi atau sedang hangat dibicarakan dalam lingkungan umat Katolik. Kegiatan-kegiatan besar juga dapat masuk ke dalam rubrik sajian utama. Tema dan berita-berita yang akan dimuat dalam rubrik ini sudah berdasarkan hasil rapat redaksi.
4. Konsultasi Keluarga : Rubrik yang isinya tanggapan oleh ahli tentang hal-hal yang terjadi di lingkup keluarga. Penjaga rubrik bertugas untuk menyeleksi pertanyaan-pertanyaan yang diajukan oleh para pembaca.
5. Konsultasi Iman : Sama seperti konsultasi keluarga, rubrik ini berisikan tanggapan Romo terhadap pertanyaan/keluh kesah umat.
6. Renungan Minggu : Berisikan renungan yang ditulis oleh Romo yang bertugas pada edisi tersebut.
7. Renungan Harian : Berisi renungan berdasarkan bacaan Kitab Suci dan dimuat dalam rubrik tersendiri dari hari Senin hingga Sabtu.
8. Iklan Khusus : Seperti media cetak pada umumnya, rubrik ini berisikan informasi lowongan pekerjaan dan penawaran pemasangan iklan serta bentuk promosi lainnya.
9. Santo-Santa : Rubrik ini merupakan rubrik tentang Santo dan Santa yang dimuat sesuai dengan tema edisi yang berhubungan.

10. Eksponen : Berisi tentang kisah seseorang yang ditulis secara mendalam dan mengekspose perjalanan hidup seseorang.

11. Nusantara : Berita yang dihasilkan dari luar wilayah KAJ atau Jabodetabek. Beritanya tidak selalu berhubungan dengan Katolik, melainkan berita di luar Katolik namun tetap pada pembahasan menurut pandangan Katolik.

#### **4.2 Majalah HIDUP Sebagai Majalah Komersial**

HIDUP sebagai majalah rohani memang tidak pernah mengklaim dirinya bahwa mereka merupakan majalah umum. Selama ini memang HIDUP tidak membahas banyak perkara yang sedang terjadi di luar Gereja. Namun begitu, HIDUP tetap mempunyai tim bisnis untuk mengurus penjualan HIDUP kepada pelanggan dan juga khusus mencari pengiklan. Hasilnya selaku wakil pimpinan redaksi pun menyatakan bahwa hingga saat ini berasal dari pelanggan serta para pengiklan yang setia berlangganan di HIDUP (Wawancara, lampiran 4, hal. c).

Dilihat dari harga jual majalah HIDUP seharga Rp 15.000,- untuk sekitaran Pulau Jawa dan Rp 20.000,- untuk harga jual di luar Jawa. Sementara majalah Bahana yang sama-sama merupakan majalah rohani memiliki harga jual senilai Rp 35.000,-. Melihat perbedaan tersebut, mengartikan bahwa HIDUP majalah rohani tidak begitu mementingkan ranah komersialnya. Apalagi memang tujuan utama dari majalah HIDUP adalah untuk pewartaan.



Sementara menurut Lasa, majalah komersial merupakan majalah yang diterbitkan oleh lembaga yang berhubungan dengan perdagangan, profesi, dan kegiatan yang ada dalam bidang ekonomi. Majalah ini digunakan untuk mencari keuntungan karena di dalamnya memuat iklan-iklan dan sasaran pembacanya adalah masyarakat menengah ke atas atau menengah ke bawah (2020:6). Maka dapat disimpulkan, majalah HIDUP yang merupakan majalah rohani tidak termasuk sebagai majalah komersial karena HIDUP tidak berfokus pada pencarian keuntungan.

#### **4.3 Konvergensi Jurnalistik**

Berkembangnya teknologi informasi yang sangat pesat membuat HIDUP mau tidak mau membuat ide baru untuk bisa bertahan di tengah persaingan media. HIDUP memulainya dengan membuka website hidupkatolik.com pada tahun 2011. Wakil pimpinan redaksi HIDUP, Hasiholan pun merasa bahwa HIDUP sudah terlambat untuk terjun ke dunia digital tetapi menurutnya daripada tidak sama sekali maka akhirnya dibuatlah hidupkatolik.com tersebut (Wawancara, lampiran 4, hal. a).

HIDUP merasa perlu membangun hidupkatolik.com itu agar para pembaca bisa membaca berita-berita yang disajikan hidup melalui *smartphone*. Melihat pada saat itu orang-orang sudah banyak menggunakan internet sebagai sumber informasi. Maka dari itu, konten HIDUP yang ada di cetak dimasukkan ke hidupkatolik.com juga sehingga saat itu belum ada perbedaan isi yang signifikan seperti yang dijelaskan oleh Hasiholan sebagai berikut.

“... Awalnya isi konten cetak dimasukan ke dalam online. Sehingga bentuknya sama, apa yang ada di cetak tampil juga di online. Tapi kemudian, kami perbaiki sampai sekarang. Jadi proses perbaikannya terus dilakukan sampai hari ini. karena kalau kita tidak menyesuaikan diri dengan situasi yang ada, nanti kita akan ketinggalan. Kami mencoba membenahi onlinenya, lalu masuklah berita-berita. Kita harus masuk ke era itu, karena sekarang orang larinya ke situ. Selain itu, kanal Hidup TVnya juga kami bangun mulai 2015-2017” (Lampiran 4, hal. a).

Dalam kutipan di atas, Hasiholan selaku wakil pemimpin redaksi menjelaskan bahwa HIDUP terus membenahi hidupkatolik.com hingga saat ini. Tidak sampai di situ saja, HIDUP juga saat itu membuat HIDUP TV dan memiliki akun media sosial seperti facebook dan instagram agar HIDUP lebih diketahui oleh masyarakat luas. Hingga saat ini di dalam lingkup HIDUP sendiri terdapat 4 platform yang berada di bawah naungan HIDUP.

Keempat platform ini pun akhirnya memiliki karakter dan fungsinya masing-masing. Di mana kalau HIDUP cetak yang merupakan majalah berisikan pembahasan-pembahasan yang mendalam dan lebih banyak pembaca yang berusia 35 tahun ke atas. Sementara pada hidupkatolik.com berisikan artikel-artikel berita yang sifatnya cepat sampai agar para pembaca bisa dengan mudah mengetahui apa yang sedang terjadi di lingkup Katolik dan segmentasi dari hidupkatolik.com ini memang untuk menjangkau anak muda atau pun keluarga muda.

Sementara pada HIDUP TV memang dikhususkan sebagai media *live streaming* misa mingguan KAJ dan acara-acara yang ada di lingkup Gereja. Kemudian untuk media sosial HIDUP sendiri, diperuntukan sebagai media promosi HIDUP yang mana di dalamnya berisikan informasi-informasi yang berhubungan dengan keagamaan. Selain itu media sosial HIDUP memang dibuat untuk



membangun daya tarik kaum muda terhadap HIDUP. Tidak sampai di situ, HIDUP pun melakukan sedikit perubahan pada sisi produksi beritanya agar lebih efektif dan efisien dalam penyampaian pesan.

Melihat apa yang dilakukan oleh HIDUP dalam berinovasi di tengah persaingan media ini, dapat dilihat bahwa HIDUP berusaha sebaik mungkin untuk mengkolaborasikan media yang ada dengan media baru sesuai dengan pernyataan Grant tentang konvergensi jurnalistik yang mana terdapat perubahan pada cara penyampaian maupun proses peliputan melalui media yang digunakannya. Berikut adalah hasil temuan implementasi konvergensi jurnalistik yang dilakukan oleh HIDUP, yaitu :

**a. Konvergensi *newsroom***

Pelaksanaan konvergensi *newsroom* dalam industri media seperti majalah dapat dikatakan cukup penting. Pelaksanaan ini terkait dengan penyatuan para jurnalis pada ruang produksi yang dengan *jobdesk* yang berbeda-beda tetapi pengumpulan beritanya dijadikan satu di ruang redaksi. Begitu juga yang dilakukan oleh majalah HIDUP yang mana hanya terdapat satu ruang redaksi untuk seluruh pegawai cetak, online, dan Hidup TV.

“Kalau yang di sini, itu di sini semua. Kantor ini untuk hidup cetak, hidup online dan Hidup TV. Sementara kita memang memiliki kontributor yang memasok berita dari seluruh penjuru, ya mereka tetap berada di tempat masing-masing. Karena sekarang kan orang bisa bekerja dari mana saja” (Lampiran 4, hal. d).

Seturut dengan pernyataan Hasiholan, HIDUP dulu memiliki 3 kantor. Satu di Gramedia, satu di Kebon Jeruk, dan satu di Keuskupan Agung Jakarta. Ketiga

kantor tersebut diperuntukan untuk bidang yang berbeda. Kantor KAJ khusus untuk bagian bisnis, kemudian kantor Gramedia untuk bagian percetakan, dan kantor Kebon Jeruk untuk tim redaksi. Kemudian ketiga kantor tersebut digabungkan di dalam kantor redaksi Kebon Jeruk sekitar tahun 2010an. Hingga saat ini kantor HIDUP yang terletak di Kebon Jeruk yang sudah ada sejak tahun 1985 itu menjadi kantor bisnis dan redaksi HIDUP.

Kemudian ketika HIDUP membangun media online hidupkatolik.com pada tahun 2011 dan dibuatlah divisi baru untuk mengurus media online tersebut. Jadi, dulu di kantor HIDUP terbagi menjadi dua divisi, yaitu divisi cetak dan online. Maka walaupun mereka berada di satu ruang yang sama, tetapi fokus pekerjaannya tetap kepada platformnya masing-masing. Namun sekarang divisi media online tersebut digabungkan menjadi satu tim redaksi dimana Wakil Pemimpin Redaksi menjadi penanggungjawab seluruh alur produksi berita yang ada di HIDUP cetak dan hidupkatolik.com.

Sementara untuk Hidup TV hingga saat ini memiliki divisi sendiri. Jadi, HIDUP TV dengan tim redaksi HIDUP tetap bekerja pada porsinya masing-masing. Hanya saja ketika ada konten yang memang menarik untuk HIDUP TV dan dapat diliput oleh tim redaksi HIDUP maka kedua tim ini akan bekerjasama.

Penyatuan ruang kerja yang dilakukan oleh HIDUP ini bertujuan agar lebih memudahkan dalam melakukan koordinasi. Apalagi setelah adanya pemangkasan pada struktur redaksi. Hal tersebut dapat di lihat pada tabel berikut :

**Tabel 4.1**  
**Bentuk Susunan Redaksi HIDUP Sebelum dan Sesudah Perampingan**

<b>Susunan Redaksi HIDUP Sebelum Perampingan</b>	<b>Susunan Redaksi HIDUP Setelah Perampingan</b>
1. Pemimpin Umum/Penanggung Jawab 2. Asisten Pemimpin Umum 3. Pemimpin Redaksi 4. Redaktur Pelaksana 5. Sekretaris Redaksi 6. Redaktur Kompartemen 7. Penanggung Jawab Rubrik 8. Penyelaras Bahasa 9. Desain Visual 10. Manajer Keuangan dan Umum 11. Asisten Manajer Keuangan 12. Produksi dan Umum 13. Iklan 14. Sirkulasi 15. Promosi dan Penjualan	1. Pemimpin Umum/Pemimpin Redaksi/Penanggung Jawab 2. Pemimpin Perusahaan 3. Wakil Pemimpin Redaksi 4. Staf Redaksi 5. Desain Visual 6. Kepala Keuangan 7. Staf Keuangan 8. Kepala SDM dan Umum 9. Staf SDM dan Umum 10. Staf Marketing 11. Staf Sirkulasi

Sumber: Data olahan peneliti dari majalah HIDUP edaran tahun 2017 dan 2022.

Dapat dilihat dari tabel di atas, ada beberapa struktur yang dirubah. Perubahan struktur bertujuan agar para staf redaksi dapat berkoordinasi dengan efektif. Jika dulu pemimpin umum/penanggung jawab diisi oleh orang yang berbeda, tetapi pada susunan redaksi yang sekarang, pemimpin umum/penanggung jawab juga sekaligus menjadi pemimpin redaksi karena seluruh staf HIDUP sudah berada di satu kantor yang sama.

Saat ini tanggungjawab seluruh kegiatan produksi berita tim redaksi ditanggungjawab oleh wakil pemimpin redaksi. Jadi, para staf redaksi langsung berada di bawah pimpinan wakil pemimpin redaksi. Di dalam staf redaksi yang berjumlah 3 orang, masing-masing ada yang menjadi redaktur pelaksana, penjaga rubrik, dan mengurus majalah Cath Kids yang merupakan anak majalah dari

HIDUP. Sementara pada susunan redaksi yang dulu, satu staf redaksi memegang satu rubrik.

Perampingan yang terjadi di HIDUP juga tentunya bersangkutan dengan alur produksi beritanya. Di mana dalam alur produksi berita HIDUP pun juga mengalami perubahan. Dulu produksi beritanya melalui cukup banyak proses sehingga waktu yang dibutuhkan untuk produksi berita pun panjang. Dalam pembuatan berita harus melewati beberapa editor, yaitu editor rubrik, editor bahasa, editor utama seperti pada gambar berikut.



**Gambar 4.2**  
**Alur Produksi Berita HIDUP Sebelum Konvergensi**

Jika dibandingkan dengan alur berita yang sekarang, jauh lebih ramping. Tujuannya adalah agar proses cetak majalah HIDUP bisa dilakukan dengan lebih cepat. Dimulai dari reporter mencari bahan berita, kemudian masuk ke penjaga rubrik, lalu kemudian dicek oleh redaktur pelaksana, baru kemudian wakil pemimpin redaksi melakukan pengecekan secara menyeluruh. Setelah semua sudah

fix, berita-berita yang sudah disusun kemudian diberikan kepada desainer untuk mendesain majalah. Kemudian hasil tersebut diprint untuk di review, jika sudah fix dan tidak ada perubahan maka file majalah yang akan dicetak diberikan kepada percetakan Gramedia untuk dicetak banyak.

Jika dilihat dari penjelasan di atas, dapat dilihat bahwa HIDUP sudah melakukan konvergensi *newsroom* dimana para jurnalis berada di satu ruang redaksi yang sama namun tetap bekerja sesuai dengan platformnya masing-masing. Saat ini HIDUP hanya memiliki satu ruang redaksi yang menjadi tempat produksi berita baik bagi HIDUP cetak, hidupkatolik.com, dan HIDUP TV. Jobdesk yang dimiliki oleh tim redaksi HIDUP dengan HIDUP TV pun berbeda sehingga mereka tetap mengerjakan porsi kerjanya masing-masing.

Koordinasi yang ada di HIDUP saat ini memang tidak lah rumit karena hanya berkoordinasi ke beberapa orang saja. Tidak seperti dulu yang setiap rubriknya ditanggungjawab oleh setiap wartawan. Apa yang dilakukan HIDUP ini sesuai dengan tujuan dari konvergensi jurnalistik dimana perubahan produksi berita dibuat seefektif mungkin agar penyajian berita bisa lebih cepat sampai. Jadi, jika disimpulkan konvergensi *newsroom* yang dilakukan oleh HIDUP sudah sesuai dengan apa yang dimaksudkan oleh Grant.

#### **b. Konvergensi *newsgathering***

Konvergensi *newsgathering* mengarah kepada sistem pengelolaan sumber daya manusia yang dimiliki oleh instansi media untuk mencapai tingkat *multitasking*. HIDUP mengelola itu dengan cukup baik yaitu dengan memanfaatkan

sumber daya yang ada dan membekali para wartawan dengan pelatihan-pelatihan untuk menunjang wartawan yang *multiskill*.

Dalam pelaksanaan peliputan berita, para wartawan HIDUP terjun langsung ke lapangan untuk meliput. Hasiholan pun mengatakan untuk menunjang hasil liputan yang apik. para wartawan dibekali kamera DSLR/SLR, alat rekam, tripot dan sarana lainnya untuk menunjang hasil liputan yang baik. Alat-alat tersebut memang khusus diberikan kepada para wartawan sebagai bentuk tanggungjawab HIDUP dalam memberikan pelayanan kepada wartawannya.

“Oh itu harus. Semua dari kantor. Kamera, alat rekam, biaya jalan, itu semua ditanggung kantor. Karena bagaimanapun kan mereka keluar itu untuk bekerja ya. Bahkan untuk kepentingan tertentu disediakan juga handphone untuk admin. Perlengkapan HIDUP TV juga bagus-bagus. Jadi memang kami melengkapi itu semua”. (Lampiran 4, hal. d).

Maka ketika meliput pun, wartawan sudah siap dengan dua pekerjaannya, yaitu menulis untuk cetak dan juga online. Walaupun karakteristik penulisan berita cetak dan online sangat lah berbeda, tetapi wartawan HIDUP dituntut untuk bisa melakukan keduanya.

Untuk menunjang wartawan yang *multiskill*, HIDUP menyediakan fasilitas kepada para wartawan untuk mengikuti pelatihan. Yustinus selaku Redaktur pun mengatakan bahwa HIDUP memiliki sinergi dengan Komsos KWI dan juga berelasi dengan Kompas. Para wartawan diminta untuk mengikuti pelatihan. Tidak hanya pelatihan menulis konten tetapi juga pelatihan digital marketing, kemudian juga ada pelatihan teknik fotografi jurnalistik (Wawancara, lampiran 6, hal. c). Hal ini diperuntukkan agar wartawan HIDUP bisa melakukan dua pekerjaan bahkan



lebih sekaligus karena sejak tahun 2019 wartawan HIDUP diharuskan mengerjakan tugas untuk dua media sekaligus, yaitu cetak dan online.

“Lalu ada juga pelatihan bagaimana membangun toleransi antar umat beragama. Misal ada pelatihan dari kementerian Kominfo atau dirjen humas Katolik buat kegiatan, kita ikut pelatihan. Setelah pelatihan-pelatihan itu, wartawan kemudian kita angkat mereka, kita ajak mereka untuk menjadi pelatih di paroki-paroki. Jadi setelah mengikuti 3-4 pelatihan dari KWI, dari Kompas, dari beberapa tempat misalkan sudah ada lalu kami merasa sudah cukup kami akan mengajukan dia untuk membuka pelatihan di daerah-daerah, di paroki mana yang dibutuhkan, baik itu daerah Jabodetabek atau di Kalimantan, Sumatra dan lain-lain. Jadi maksud kami jangan sampai ilmunya itu hanya berhenti di situ saja tetapi harus di share kepada paroki-paroki. Khususnya di Indonesia timur karena sumber daya manusianya untuk menyiapkan konten yang baik untuk pastoral Gereja itu kan sangat kurang makanya itu kita fokusnya 5 tahun terakhir itu di Indonesia Timur”. (Wawancara, lampiran 6, hal. c).

Dari pernyataan tersebut dijelaskan secara rinci bagaimana sumber daya manusia di HIDUP diberdayakan dengan baik. Dimana para wartawan yang sudah beberapa kali mengikuti pelatihan sebanyak 3-4 kali diminta untuk membagikan ilmunya kepada umat di daerah maupun di paroki-paroki. Hal itu dilakukan HIDUP agar para wartawan juga tetap belajar dan terus belajar.

Tetapi, dalam wawancara lain dengan salah satu wartawan HIDUP, Karina yang juga merupakan penjaga rubrik, mengatakan kalau sejak dirinya masuk ke HIDUP, belum ada lagi pelatihan kewartawanan. Kemungkinan belum adanya pelatihan lagi adalah karena pandemi covid-19 kemarin. Karina mengaku kalau dirinya otodidak dalam menulis berita dengan *rewrite daily* media Vatikan.

“Sementara untuk pelatihan, dulu itu ada tetapi semenjak saya masuk ke HIDUP belum ada lagi. Dulu ada pelatihan menulis untuk angkatan sebelum saya, tetapi kebetulan kalau saya otodidak saja. Dulu saya *rewrite* dari media Vatikan setiap hari, jadi saya belajar menulis dari situ. Dulu juga ada pelatihan motret untuk para wartawan”. (Lampiran 5, hal. b).

Harus belajar menulis berita secara otodidak membuat Karina sebagai wartawan HIDUP paling muda masih merasa agak kewalahan karena harus menulis berita untuk 2 platform sekaligus mengingat karakteristik penulisan untuk cetak dan online yang tentunya berbeda. Karina mengungkapkan bahwa dirinya merasa agak susah ketika harus *switch* dari cetak ke online karena kebiasaannya menulis *in depth*.

“Kami kan biasanya diberi deadline seminggu ya untuk penulisan majalah, sehingga cukup diberi nafas dibanding wartawan harian. Tetapi ketika saya ditugaskan untuk mengisi *website* dengan bahasa penulisan yang berbeda dengan cetak karena di *website* kami menulis *to the point*. Sehingga tantangannya adalah saya dituntut untuk mampu menulis cepat, tepat dan ringkas sedangkan kebiasaannya menulis *in depth* jadi ketika *switch* itu agak susah ya”. (Lampiran 5, hal. a).

Dalam sehari wartawan HIDUP diharuskan menulis 3 – 5 berita untuk hidupkatolik.com. Setiap wartawan memegang satu rubrik yang memang harus *update* setiap hari. Tetapi karena mereka juga membuat berita untuk cetak, jadi target penulisan berita dalam sehari itu kurang bisa terpenuhi terutama saat pandemi dimana kegiatan Gereja juga sangat terbatas sehingga sehari bisa hanya satu kali upload saja. Tetapi untuk sekarang, semua sudah bisa cukup *dihandle* dengan baik.

Di samping itu, walaupun ada kendala yang dialami oleh wartawan, HIDUP juga memiliki kontributor di banyak provinsi yang memang bertugas untuk memberikan bahan berita kepada tim redaksi untuk dijadikan berita. Pengiriman bahan berita biasanya melalui *email*. Para kontributor tentu mendapatkan haknya setiap kali mereka mengirimkan berita. Adanya kontributor yang mengirimkan bahan berita membuat wartawan sangat terbantu dalam hal ini. Mereka tetap bisa memberikan kabar terkini di setiap harinya.

Dari pemaparan di atas dan melihat dari teori konvergensi *newsgathering* yang dijelaskan oleh Grant dimana jurnalis dituntut untuk mencapai level *multitasking*, wartawan HIDUP pun dengan segala kemampuan yang ada bisa perlahan-lahan mencapai level tersebut. Wartawan HIDUP kini harus bekerja untuk 2 platform (cetak dan online) serta diharuskan untuk bisa menghasilkan konten, foto, dan video yang dapat digunakan untuk kedua platform. Hanya saja dalam penerapannya masih ditemukan beberapa kendala yang dialami oleh para wartawan, yaitu kurangnya sumber daya manusia pada tim redaksi membuat para wartawan HIDUP terkadang kewalahan karena harus memegang 2 bahkan 3 platform termasuk media sosial.

Kendala yang ada dapat ditangani dengan baik sehingga pekerjaan atau tugas yang dikerjakan juga tetap terselesaikan dengan baik. Salah satunya dengan adanya bantuan dari kontributor yang memberikan materi-materi berita kepada HIDUP. Jadi, dapat disimpulkan bahwa HIDUP sudah menerapkan konvergensi *newsgathering* sesuai dengan teori yang dipaparkan oleh Grant.

### **c. Konvergensi *content***

Di HIDUP, pengelolaan konten ditanggungjawabkan oleh seluruh tim redaksi. Adanya rapat redaksi yang dilakukan setiap minggu untuk memilah konten apa saja yang akan disajikan. HIDUP memanfaatkan produk kecanggihan teknologi yang ada untuk mengikuti perkembangan era digital. Adanya hidupkatolik.com yang dibuat sejak tahun 2011, kanal-kanal yang ditampilkan di hidupkatolik.com

pun sudah cukup lengkap. Tidak hanya berita online saja yang disajikan tetapi kini HIDUP juga menyediakan *e-HIDUP* pada awal September 2022.

Wartawan HIDUP juga diberikan akses untuk bisa menulis berita di hidupkatolik.com. Yustinus mengatakan kalau wartawan diberikan *username* dan *password* untuk akses hidupkatolik.com. Sehingga kalau ada *hot news* wartawan bisa langsung meng-*upload*-nya ke hidupkatolik.com. Pun kalau nantinya berita yang dinaikan oleh para wartawan dilihat ada yang perlu diperbaiki, maka wartawan tersebut bisa langsung mengeditnya atau membuat berita terbaru tentang isu yang diangkat.

“Kami diberikan kebebasan untuk membuka email dan menaikan materi-materi yang dikirim melalui email ke hidupkatolik.com. Seluruh wartawan cetak maupun online diberikan *password* dan *username*”. (Lampiran 6, hal. e).

Jika dilihat dari penjelasan di atas, memang nampak HIDUP terus berusaha untuk menyajikan berita-berita secara cepat. Hanya saja dengan proses yang seperti itu maka proses *gatekeeping* yang seharusnya menjadi validator pun menjadi tidak nampak. Walau begitu, wartawan HIDUP sebelum mengedit naskah pun tetap melakukan konfirmasi kepada pengirim bahan berita atau biasanya langsung ditanyakan kevalidan informasi tersebut kepada yang bersangkutan dekat.

Berita-berita yang ada di HIDUP cetak tidak semuanya dimasukan ke dalam hidupkatolik.com dan begitu juga sebaliknya. Tim redaksi bisa memilih konten mana saja yang pantas untuk ditulis pada HIDUP cetak dan konten yang bisa dinaikan ke hidupkatolik.com.

Memang tadinya hidupkatolik.com hanya dijadikan bank data untuk HIDUP dengan mengupload berita yang ada di cetak ke hidupkatolik.com. Namun, sekarang ada beberapa rubrik yang dihapus dari HIDUP cetak dan hanya diterbitkan di hidupkatolik.com. Rubrik-rubrik tersebut adalah Kabar Jakarta, Nusantara, dan Mancanegara. Beberapa rubrik ini dipindahkan ke hidupkatolik.com agar berita-berita terkini yang ada di Jakarta sampai luar negeri bisa langsung dilihat oleh pembaca.

Pembahasan yang ada di hidupkatolik.com pun tidak selengkap atau sedalam yang di HIDUP cetak. Dari segi penyajiannya, kalau hidupkatolik.com menulis maksimal 800 kata tetapi kalau di HIDUP cetak bisa sampai 2000 kata. Dari segi angle atau sudut pandangnya pun tentu berbeda. Kalau di hidupkatolik.com disajikan hanya dengan 1 atau 2 sudut pandang saja, tetapi kalau di HIDUP cetak bisa ditulis lebih mendalam dari berbagai sudut pandang. Misalnya, ada berita tentang meninggalnya Uskup. Pada hidupkatolik.com akan diberitakan tentang kapan, dimana, mengapa, dan bagaimana sang Uskup wafat. Tetapi pada HIDUP cetak penyajian beritanya bisa dimulai dengan biografi sang Uskup. Begitu juga pada pemberitaan-pemberitaan yang lain.

Selain itu, HIDUP juga memiliki beberapa media sosial seperti instagram dan facebook yang digunakan sebagai pemasaran HIDUP di kalangan anak muda. Hanya saja konten yang disajikan di instagram bukan lagi konten yang memuat berita seperti di HIDUP cetak dan hidupkatolik.com. Konten yang disajikan pada instagram HIDUP lebih kepada pemberian informasi. Misalnya, kata-kata motivasi

dari santo-santa, poster-poster seminar, perayaan hari raya, tips and trick, dan lain sebagainya. Karina juga memberikan penjelasan demikian :

“Kalau di sosial media itu kita memang sengaja bedakan kontennya. Isi sosial media ini lebih ke praktisnya saja, misalnya seperti doa-doa yang tidak mungkin dimasukkan di majalah karena segmen majalah HIDUP itu kan 35 tahun ke atas. Jadi memang sosial media ini kita buat *fun* saja dan untuk menampung iklan juga dari marketing. Misalnya, tim marketing sedang bekerjasama dengan pihak tertentu kemudian bonusnya posting acara tersebut di instagram” (Lampiran 5, hal. c).

Dari penjelasan di atas dapat dilihat bahwa HIDUP sudah melakukan konvergensi *content*. Berkaitan dengan konvergensi *content* yang mengarah pada penyampaian suatu konten yang disajikan dalam bentuk multimedia, yang merupakan kombinasi antara teks, gambar, audio, video, blog, podcast atau *slide show*, HIDUP sudah melakukannya. HIDUP menerapkan konvergensi *content* dengan menyajikan berita yang multimedia yaitu melalui cetak dan hidupkatolik.com. Hanya saja penyajian konten HIDUP masih sebatas kombinasi antara teks, foto, dan video.

Selain itu dalam konvergensi ini, editor dan reporter bisa memilih konten mana yang efektif dengan berbagai pilihan media. Begitu juga dengan HIDUP, para wartawan HIDUP bisa memilih konten yang menarik untuk disajikan di cetak maupun pada hidupkatolik.com. Maka dapat disimpulkan bahwa HIDUP sudah cukup sesuai melakukan konvergensi *content* dengan apa yang dinyatakan oleh Grant walaupun masih ada beberapa hal yang perlu diperbaiki di dalamnya, seperti penerapan *gatekeeper* dalam proses pembuatan berita online.