

KONSENTRASI DAN INTEGRASI KEPEMILIKAN PADA INDUSTRI MEDIA INTERNASIONAL DALAM PERANG FORMAT *HIGH DEFINITION OPTICAL DISK*

Fajriannoor Fanani
(carbudit@yahoo.com)
(Staf Pengajar Program Studi Ilmu Komunikasi Universitas Semarang)

Abstract

High definition technology development in the entertainment industry, especially film industry, has produce classic problem about format consensus in the media industry. This situation eventually creates the so called “war of format” between the two most popular high definition formats, the Blu-ray from Sony/Hitachi and the HD DVD from Toshiba. Unlike the war of format before, for example is VHS versus Betamax war, that determinated mostly by the consumer, the format war between Blu-ray and HD DVD is strongly affect by the abilities of the companies behind the two format to consenstrate and integrate their business moghul and also to make alliance between competitors. Concentration of ownership is appears in the trend of holywood studios to merge with the bigger studios, which is creates a few conglomeration in the movie business. Integrations of business could be seen from the owners of the big studios that not only have the studios, but also many other business that relate or not with the entertainment business. And least, the alliance could be seen from this big studios alliance to support one of the format.

Initially the HD DVD was on the fruitfull position because has been back up by the studios like Warner Bros, Paramount, and Universal that have more market share in US that the studios that support Blu-ray format, which is Sony, Walt Disneym and 20th Century Fox. Fortunately for Blu-ray, Sony already sells millions of PS 3 console that ingeniously could read Blu-ray disk; this means there’s already millions of Blu-ray reader device in the hand of consument, something that Toshiba could not generate. In the end, the victory of Blu-ray format is accelerate by the switching side of Warner Brothers studio to the Blu-ray follow by the others big studios.

Conclusively, the success of a new technology, especially the media industry, is sometimes not depends on the quality of the technology itself. Often, the success is determined by the availability of the industries that support the technology. The war of format between HD DVD and Blu-ray definitely show the determination of media industry in the development of new technology.

Kata Kunci: *Concentration, Integration, and Alliance*

Pendahuluan

Perkembangan teknologi informasi telah membawa kita pada suatu dunia yang sangat berbeda. Peningkatan kecepatan dan kapasitas persebaran

informasi semakin mempersmpit dunia. Perkembangan teknologi ini sendiri seringkali tidak berjalan dengan mulus ditandai dengan berbagai “perang” yang

terjadi antar sesama produsen elektronik. Pada decade 1980an misalnya terjadi perang format *videotape* antara format VHS dari JVC dan Betamax dari Sony yang kemudian dimenangkan oleh VHS (Smale, Will. (12 February 2008). *How the PS3 Led Blu-ray's Triumph*. Dalam <http://news.bbc.co.uk/2/hi/business/7252506.stm>. Diakses pada tanggal 7 November 2009 pukul 21:39 WIB). Kemudian pada tahun 2008 yang lalu pun terjadi perang format *high definition optical disk* antara format Blue-ray dari Sony/Hitachi dan HD DVD dari Toshiba yang kemudian dimenangkan oleh Blue-ray.

Menariknya terutama dalam kasus Blue-ray, walaupun terdengar seperti perang antar produsen elektronik, jalan dan hasil peperangan ini sebenarnya sangat ditentukan oleh konglomerasi-konglomerasi dalam industri media seperti Time-Warner, Sony, Viacom/Universal, dll. Jaringan bisnis konglomerasi ini yang menggurita secara vertical, horizontal, dan global, ditambah dengan *market share* yang sangat besar yang dimiliki oleh mereka, menjadi faktor yang sangat menentukan kemenangan format Blue-ray.

High Definition Optical Disc adalah teknologi penyimpanan data *high definition* untuk file film dan audio. Teknologi ini sendiri bila ditelusuri merupakan kelanjutan dari DVD, Video CD, dan Videotape/VCR. File *High Definition Optical Disc* diaplikasikan dalam suatu piringan disket dan dapat dimainkan/disetel pada suatu *player* khusus yang dapat membaca format dalam piringan tersebut. Format inilah yang kemudian menjadi permasalahan karena Sony/Hitachi dan Toshiba, sebagai pengembang dari teknologi ini, mengembangkan format yang berbeda satu sama lain. Sony/Hitachi mengembangkan format Blue-ray

sedangkan Toshiba mengembangkan format HD DVD. Perbedaan format ini mengakibatkan alat pemutar/*player* yang mereka kembangkan menjadi tidak kompatibel satu sama lain, sehingga pangsa pasar pun terancam terbelah.

Blue-ray Disc Association dibentuk pada Oktober 2004 untuk mempromosikan format Blue-ray dimana anggota-anggota utamanya antara lain Sony, Hitachi, Panasonic, Pioneer, Philips, Samsung, Sharp, dan Thomson. *HD DVD Promotion Group* sementara itu dibentuk pada September 2004 dengan anggota utamanya antara lain Toshiba, Microsoft, Intel, NEC, Sanyo, Memory-Tech Corporation, RCA, dan Venturer Electronics.

Pada awalnya kedua format ini mendapatkan dukungan dari berbagai studio besar yang seringkali merilis produk-produk film mereka secara eksklusif untuk satu format, HD DVD atau Blu-ray. Warner Bros, bersama dengan Paramount, Universal, dan New Line Cinema telah menyatakan untuk mendukung format HD DVD dalam film-film mereka (Ronald Grover, Peter Burrows, dan Cliff Edwards. (5 Oktober 2005). *A Warner Bros. Green Light for Blu-ray?*. Dalam

http://www.businessweek.com/technology/content/oct2005/tc2005105_6128_tc024.htm. Diakses pada tanggal 7 November 2009 pukul 21:45 WIB). Setelah itu Paramount dan kemudian DreamWorksAnimation bahkan juga telah menyatakan untuk menyokong format HD DVD secara eksklusif bagi film-film *high definition* mereka. Film-film yang dirilis secara eksklusif ini seperti, "*Transformers*" dan "*Shrek the Third*" (Barnes, Brooks. (21 Agustus 2007). *Two Studios to Support HD DVD Over Rival*. Dalam <http://www.nytimes.com/2007/08/21/te>

chnology/21disney.html?r=1. Diakses pada tanggal 7 November 2009 pukul 22:04 WIB).

Sony sementara itu juga tidaklah sendirian. Selain memiliki Columbia dan Sony Pictures yang tentu mendukung format Blu-ray, Sony juga disokong oleh industry media besar lain seperti Walt Disney dan 20th Century Fox yang merupakan anak perusahaan dari konglomerasi media News Corporation (Smale, Will. (12 February 2008). *How the PS3 Led Blu-ray's Triumph*.

Dalam <http://news.bbc.co.uk/2/hi/business/7252506.stm>. Diakses pada tanggal 7 November 2009 pukul 21:39 WIB).

Pada puncak persaingan dari “peperangan” ini banyak industri-industri film dan media yang menyokong secara keseluruhan kedua format tersebut. Warner misalnya menyatakan untuk menyudahi dukungan eksklusif mereka pada format HD DVD dan merilis film-filmnya dalam dua format, HD DVD dan Blu-ray (Ronald Grover, Peter Burrows, dan Cliff Edwards. (5 Oktober 2005). *A Warner Bros. Green Light for Blu-ray?*.

Dalam http://www.businessweek.com/technology/content/oct2005/tc2005105_6128_tc024.htm. Diakses pada tanggal 7 November 2009 pukul 21:45 WIB).

Hilangnya dukungan eksklusif Warner Bros untuk format HD DVD menjadi pukulan yang berat bagi Toshiba dan pendukung format tersebut, akan tetapi Warner kemudian memberikan pukulan yang lebih mematikan pada Januari 2008 dengan meninggalkan sama sekali format tersebut dan beralih memberikan dukungan eksklusif pada format Blu-ray. Kebijakan ini segera disusul oleh berbagai anak perusahaan dari Warner Bros dan Time Warner seperti studio film New Line Cinema dan Warner

Home Video. “*Pan’s Labyrinth*” menjadi film pertama dan terakhir dari New Line Cinema yang dirilis dalam format HD DVD karena setelah itu film-film lainnya dirilis dalam format Blu-ray seperti “*Hairspray*” dan “*Rush Hour 3*” (Anonim. (8 Januari 2008). *New Line Details Transition to Blu-ray*.

Dalam http://www.highdefdigest.com/news/show/New_Line/Industry_Trends/NewLineDetailsTransitiontoBlu-ray/1351.

Diakses pada tanggal 7 November 2009 pukul 22:17 WIB).

Peralihan dukungan Warner Bros dari HD DVD ke Blu-ray ini dengan segera menimbulkan efek domino pada industri-industri film. Studio-studio besar yang awalnya mendukung HD DVD seperti Paramount Pictures dan Universal Pictures dengan segera mengalihkan dukungan mereka pada format Blu-ray. Universal misalnya mengumumkan untuk berhenti merilis film dalam format HD DVD, dimana film “*Atonement*” yang dirilis pada Maret 2008 menjadi film HD DVD mereka yang terakhir (Anonim. (3 Maret 2008). *Universal Ends HD DVD Support with ‘Atonement’*. Dalam <http://www.highdefdigest.com/news/show/Universal/IndustryTrends/UniversalEndsHDDVDsupportwithAtonement/1527>. Diakses pada tanggal 7 November 2009 pukul 22:21 WIB).

Efek domino tersebut juga terasa hingga ke retail-retail Walmart dan Blockbuster yang awalnya mendukung penuh format HD DVD. Walmart adalah penjual DVD terbesar di Amerika Serikat sedangkan Blockbuster adalah toko rental DVD terbesar di Amerika Serikat. Pada awalnya kedua perusahaan ini mendukung HD DVD dengan ikut mendistribusikan film-film berformat HD DVD pada konsumen. Akan tetapi dengan peralihan dukungan dari Warner yang menimbulkan efek

domino tersebut, mereka pun berangsur-angsur melepaskan dukungan untuk HD DVD. Pada Februari 2008 Walmart mengumumkan bahwa retail-retail mereka tidak lagi menjual film-film berformat HD DVD dan beralih menjual film-film dalam format Blue-ray (Anonim. (15 Februari 2008). *Wal-Mart Moving Exclusively Toward Blu-ray Format Movies and Players*. Dalam <http://walmartstores.com/FactsNews/NewsRoom/7944.aspx>. Diakses pada tanggal 7 November 2009 pukul 22:33 WIB).

Tanpa dukungan dari studio dan industri media besar serta tanpa sokongan dari distributor-distributor film utama, masa depan format HD DVD menjadi sangat suram. Akan tetapi Toshiba, selaku pengembang format tersebut, berusaha untuk menyelamatkannya dengan terus mempromosikan serta memotong harga HD DVD *Player*-nya hingga 40-50%. “*Perang Format*” dengan demikian masih terus diperpanjang. Akan tetapi dengan kecerdikan Sony, selaku pengembang format Blue-ray, kompetisi ini pun dapat diselesaikan.

Saat itu Sony telah memiliki produk console legendaris berupa Playstation 3 (PS3) yang telah terjual 10.5 juta buah diseluruh dunia sejak akhir 2006. Console PS3 ini cerdasnya dapat membaca piringan Blue-ray, sehingga dapat dikatakan telah terdapat 10.5 juta buah Blue-ray *player* yang tersebar diseluruh dunia. Hal ini sangatlah kontras jika melihat penjualan HD DVD *Player* dari Toshiba yang baru mencapai satu juta unit. Inilah “*senjata pamungkas*” dari Sony yang secara praktis memenangkan jumlah penjualan Blue-ray *player*. Toshiba sendiri sebenarnya juga bekerjasama dengan Microsoft sebagai pengembang Xbox 360, selaku game console pesaing PS3. Akan tetapi pengguna Xbox harus

membeli peralatan HD DVD eksternal untuk bisa menikmati film-film berformat HD DVD dalam Xbox mereka (12 February 2008). *How the PS3 Led Blu-ray's Triumph*. Dalam <http://news.bbc.co.uk/2/hi/business/7252506.stm>. Diakses pada tanggal 7 November 2009 pukul 21:39 WIB).

Pada 19 Februari 2008 Toshiba akhirnya mengumumkan untuk tidak lagi mengembangkan, memproduksi, dan memasarkan HD DVD *player* dan recorder (Anonim. (19 Februari 2008). *Toshiba Announces Discontinuation of HD DVD Businesses*. Dalam http://www.toshiba.co.jp/about/press/2008_02/pr1903.htm. Diakses pada 7 November 2009 pukul 22:38 WIB). Keputusan ini tentu dibuat karena jumlah penjualan mereka yang terus merosot disebabkan karena semakin sedikitnya film-film besar yang dirilis dalam format HD DVD. Perang format *high definition* dengan demikian telah selesai dan dimenangkan oleh Sony dengan format Blue-ray miliknya.

Kasus ini menjadi sangat menarik karena memperlihatkan kekuatan yang sangat besar dari konsentrasi dan integrasi pada industri-industri media raksasa yang melibatkan tidak hanya Sony dan Warner Bros namun juga Viacom, Walt Disney, Fox, dll. Peran studio-studio ini menjadi sangat instrumental bagi jalannya kompetisi antara Blue-ray dan HD DVD. Bagaimanakah sebenarnya peran studio-studio tersebut dalam kompetisi ini? Apa hubungan studio-studio ini dengan Industri Media? Lalu apa peran industri media dalam kompetisi ini? Dan dampak apa yang diberikan pada masyarakat?

Tulisan ini menggunakan berbagai kaidah dan konsep dalam ilmu ekonomi politik yang berada dalam tradisi kritis. Pada tradisi ini analisis dilakukan untuk memahami organisasi property dan

produksi dalam industri budaya, yang dalam konteks kasus ini organisasi tersebut berupa berbagai konglomerasi yang memproduksi produk budaya film. Pembahasan juga berada dalam perspektif strukturalisme dimana tulisan ini berusaha untuk menganalisis sumber dan sifat dari kepemilikan media yang terbatas untuk mengontrol media.

KONSENTRASI INDUSTRI MEDIA

Kemenangan format Blu-ray dalam kompetisi ini ditentukan oleh dua faktor, yaitu perubahan aliansi penyokong format, terutama pada studio dan retail, dan keputusan Sony untuk memasukkan player Blu-ray pada console PS3 mereka. Kesimpulan ini diperoleh dari pernyataan Kazuharu Miura¹ yang dimuat dalam Associated Press yang mengatakan bahwa saat Warner Bros memutuskan beralih mendukung Blu-ray maka kompetisi ini secara praktis telah usai, serta dari tulisan Associated Press sendiri yang mengatakan bahwa kesuksesan Blu-ray juga didorong oleh peningkatan penjualan PS3 yang mampu memutar piringan Blu-ray (Kageyama, Yuri. (19 Februari 2008). *Toshiba quits HD DVD business*. Dalam http://www.usatoday.com/money/economy/2008-02-19-751873628_x.htm. Diakses pada tanggal 14 Maret 2012 pukul 14:06 WIB).

Tulisan ini melihat dalam perspektif yang berbeda dimana kemenangan Blu-ray ditentukan oleh konsentrasi industri studio-studio besar holywood dan integrasi industri, baik vertical maupun horizontal pada studio-studio tersebut. Secara garis besar konsentrasi ini memang terkait dengan aliansi industri media dimana pengerucutan pemilikan media dan aliansi yang mereka bentuk

untuk menyokong salah satu format menjadi faktor yang penting. Sementara itu integrasi secara khusus juga terkait dengan kemampuan Sony untuk mengaplikasikan teknologi Blu-ray yang mereka dukung pada console PS3 mereka.

Blue-ray dan HD DVD pada awal “peperangan” ini sama-sama didukung oleh industri media berupa studio-studio besar yang terkenal sebagai *big six* atau enam besar. Mereka ini antara lain Warner Bros, Paramount Pictures, dan Universal Studios yang mendukung HD DVD, serta Sony/Columbia, 20th Century Fox, dan Walt Disney yang mendukung Blue-ray (enam besar berdasarkan distribusi *market share* dalam (Anonim. (2008). *Studio Market Share*. Dalam

<http://www.boxofficemojo.com/studio/?view=company&view2=yearly&yr=2008&p=.htm>. Diakses pada 9 November 2009 pukul 22:56 WIB). Dukungan studio-studio besar ini sangat dibutuhkan karena mereka adalah produsen terbesar film-film holywood yang pasar penyebarannya tidak hanya sebatas pada wilayah Amerika Serikat, namun juga seluruh dunia. Dengan semakin banyak film yang dirilis dalam satu format tertentu maka akan semakin besar popularitas format tersebut ditengah masyarakat.

Besarnya peran enam studio besar ini dapat dilihat dari jumlah market share yang mereka miliki di Amerika Serikat saja. Pada tahun 2008 tercatat bahwa keenam studio besar ini menguasai sekitar 80% market share di Amerika Serikat dimana Warner Bros menguasai sekitar 18.4%, Paramount Pictures 16.4%, Sony/Columbia 13.2%, Universal Studios 11.0%, 20th Century Fox 10.5%, dan terakhir Walt Disney 10.5% (Anonim. (2008). *Studio Market Share*. Dalam <http://www.boxofficemojo.com/studio/?>

¹ Analisis dari *Daiwa Institute of Research* di Tokyo

view=company&view2=yearly&yr=2008&p=.htm. Diakses pada 9 November 2009 pukul 22:56 WIB). Jumlah ini tentu sangat besar mengingat distribusi film mereka juga merambah hingga keseluruhan dunia.

Menariknya studio-studio ini bukanlah korporasi yang independen karena bila ditelusuri mereka hanyalah bagian dari berbagai konglomerasi media yang lebih besar. Warner Bros Entertainment misalnya merupakan studio film yang dimiliki oleh konglomerasi Time Warner. Konglomerasi ini juga memiliki studio besar lain seperti HBO, New Line Cinema, Castle Rock Entertainment, dan Turner Entertainment. Pada tahun 2008 Time Warner menguasai 19.7% market share di Amerika Serikat (Anonim. (2008). *Studio Market Share*. Dalam

<http://www.boxofficemojo.com/studio/?view=company&view2=yearly&yr=2008&p=.htm>. Diakses pada 9 November 2009 pukul 22:56 WIB).

Paramount Pictures sementara itu merupakan anak perusahaan dari Viacom yang juga memiliki Nickelodeon Movies dan MTV Films. Konglomerasi ini menguasai 17.3% market share di Amerika Serikat. Terakhir Universal Studios, sebagai studio awal pendukung HD DVD, adalah anak perusahaan dari General Electric/Vivendi SA. Selain Universal Studios konglomerasi ini juga memiliki NBC Universal dan Focus Features. Mereka menguasai 13.1% market share di Amerika Serikat per 2008 (Anonim. (2008). *Studio Market Share*. Dalam <http://www.boxofficemojo.com/studio/?view=company&view2=yearly&yr=2008&p=.htm>. Diakses pada 9 November 2009 pukul 22:56 WIB).

Pada pihak yang lain, Sony/Columbia sebagai perilis utama film berformat Blue-ray tak lain adalah

anak perusahaan dari konglomerasi Sony. Sebagai pengembang dan penyokong utama dari format Blue-ray konglomerasi ini memiliki banyak anak perusahaan yang terintegrasi dengan baik. Dalam industri film mereka memiliki Sony Pictures Entertainment, Columbia Pictures, TriStar Pictures, Screen Gems, Destination Films, MGM dan Triumph Films. Pada dunia film konglomerasi ini menguasai market share 13.6% di Amerika Serikat (Anonim. (2008). *Studio Market Share*. Dalam

<http://www.boxofficemojo.com/studio/?view=company&view2=yearly&yr=2008&p=.htm>. Diakses pada 9 November 2009 pukul 22:56 WIB).

20th Century Fox sementara itu adalah anak perusahaan dari News Corporation yang dimiliki oleh konglomerat media, Rupert Murdoch. Konglomerasi ini memiliki studio lain seperti Fox Filmed Entertainment, 20th Century Fox Animation, Fox Faith, New Regency, dan Fox Searchlight. Mereka menguasai 12.7% market share di Amerika Serikat per 2008. Terakhir Walt Disney sebagai salah satu studio utama penyokong Blue-ray juga merupakan suatu konglomerasi yang memiliki studio-studio lain seperti Touchstone Pictures, Buena Vista, Pixar Animation Studios, Walt Disney Animation Studios, Disneynature, Miramax Films, dan Hollywood Pictures. Konglomerasi ini menguasai 11.3% market share di Amerika Serikat per 2008 (Anonim. (2008). *Studio Market Share*. Dalam

<http://www.boxofficemojo.com/studio/?view=company&view2=yearly&yr=2008&p=.htm>. Diakses pada 9 November 2009 pukul 22:56 WIB).

Konglomerasi-konglomerasi ini adalah yang lazim disebut sebagai konsentrasi kepemilikan media. Konsentrasi dalam hal ini berarti adanya

sedikit korporasi yang menguasai media dimana saat konsentrasi kepemilikan media ini terjadi maka konglomerasi pun muncul. Perusahaan media dengan demikian menjadi bagian dari korporasi yang lebih besar, yang memiliki berbagai perusahaan lain yang mungkin beroperasi pada area bisnis yang sangat bervariasi (Croteau & Hoynes, 2000: 38). Diatas telah diperlihatkan bahwa berbagai konglomerasi tersebut memiliki banyak sekali studio-studio film yang praktis menguasai pasar perfilman dunia. Bahkan studio lain yang terkenal independen seperti DreamWorks SKG tak lain merupakan “bekas” anak perusahaan Viacom/Paramount dan masih memiliki kedekatan yang erat dengan konglomerasi tersebut.

Gurita konglomerasi studio ini tentu sangat berperan pada jalannya “perang format”. Gabungan studio-studio pendukung HD DVD dibawah Time Turner, Viacom, dan General Electric/Vivendi SA bila ditotal menguasai 50.1% market share di Amerika Serikat. Sememntara itu gabungan studio pendukung Blue-ray dibawah Sony, News Corporation, dan Walt Disney menguasai 37.6% market share di Amerika Serikat. Dari angka-angka ini terlihat bahwa pada awalnya format HD DVD memang memperoleh dukungan yang lebih potensial, dan sebenarnya mereka memang telah berada dalam posisi yang baik mengingat mereka pun didukung oleh distributor DVD utama seperti Wallmart dan Blockbuster.

Posisi HD DVD yang kuat ini, ironisnya, tidaklah dengan segera menyudahi “perang format” tersebut. Sony, dengan potensi pasarnya yang besar melalui PS3 dan kemungkinan karena sentimen pribadi tidak lagi mau kalah dalam perang format, terus memasarkan format Blue-ray sehingga

kompetisi ini pun menjadi stagnant/mandeg. Pada puncak kompetisi inilah sebagian besar industri media mulai menyokong kedua format tersebut dengan merilis film-film mereka dalam dua format.

Kondisi ini sebenarnya sangat menyulitkan baik industri media, elektronik, dan konsumen. Menurut *Dranove* dan *Grandal* kompetisi semacam ini sebenarnya sangatlah merugikan kedua belah pihak yang berkompetisi, karena konsumen takut untuk membeli produk/*player* yang kemungkinan kalah sehingga sering memutuskan untuk tidak membeli keduanya (Dranove & Gandal 2004: 14. Diunduh dari <http://www.tau.ac.il/~gandal/divx.pdf>. Diakses pada tanggal 9 November 2009). Industri media juga menjadi sulit karena harus merilis film-film mereka dalam dua format yang kemungkinan akan hancur salah satunya, sehingga resiko kerugian sangatlah besar. Oleh karena itu industri media sebenarnya sangat membutuhkan format tunggal, tidak peduli format apapun itu.

Keinginan untuk menyudahi kompetisi dan memperoleh keuntungan inilah yang pada akhirnya memutuskan Warner untuk beralih pada format Blue-ray sehingga perimbangan pun dengan segera berpindah. Kini Blue-ray memiliki potensi pasar lebih besar dengan 57.3% market share dibandingkan dengan HD DVD yang kini hanya memiliki potensi 30.4% tanpa Warner. Kepindahan Warner ini menjadi sangat penting karena sampai saat itu Time Warner menjadi konglomerasi media terbesar didunia dimana berbagai studionya memiliki kurang lebih 6.000 judul film dan 29.000 program televisi (Croteau & Hoynes, 2000: 43). Potensi yang besar ini dengan segera menyadarkan industri media lain bahwa kompetisi ini dapat

diselesaikan dengan baik, sehingga merekapun ikut beralih mendukung format Blue-ray dengan secara eksklusif merilis berbagai film dalam format tersebut.

Keputusan Time Warner untuk mengalihkan dukungannya pada Blue-ray tersebut tentu tidak didasarkan pada perhitungan spekulatif, kemungkinan besar mereka telah melihat bahwa Sony dengan Blue-ray-nya menawarkan pada mereka potensi penjualan yang lebih besar dibandingkan dengan HD DVD. Potensi ini dengan sangat cerdas terlihat pada produk media Sony yang agak jauh dari dunia film, Playstation 3.

INTEGRASI INDUSTRI MEDIA

Sony Playstation 3 adalah produk video game console dari Sony Corporation. Produk ini merupakan kelanjutan dari seri video game console yang legendaris, Sony Playstation dan Sony Playstation 2. Pada tahun 2006, saat “perang format” ini tengah berlangsung, Sony telah berhasil menjual 10.5 juta unit PS3 keseluruh dunia. Angka penjualan inilah yang menjadi penentu kemenangan format Blue-ray, karena PS3 didesain dapat membaca piringan Blue-ray, sehingga dapat dikatakan Sony telah menjual 10.5 juta unit Blue-ray player keseluruh dunia (Smale, Will. (12 February 2008). *How the PS3 Led Blu-ray's Triumph*. Dalam <http://news.bbc.co.uk/2/hi/business/7252506.stm>. Diakses pada tanggal 7 November 2009 pukul 21:39 WIB).

Angka ini tentu dilirik oleh berbagai studio besar karena menawarkan potensi pasar yang jauh lebih besar dibandingkan dengan HD DVD player yang baru terjual kira-kira satu juta unit (Smale, Will. (12 February 2008). *How the PS3 Led Blu-ray's Triumph*. Dalam <http://news.bbc.co.uk/2/hi/business/7252506.stm>. Diakses pada tanggal 7

November 2009 pukul 21:39 WIB). Sebanyak apapun film yang dirilis dalam format HD DVD akan sia-sia jika player film tersebut masih beredar sangat terbatas. Perlu diingat pula bahwa konsumen cenderung menghindari membeli kedua jenis player karena takut membeli player yang kalah dalam kompetisi ini, sehingga penjualan player HD DVD dan Blue-ray pun tidak bisa berkembang dengan baik.

Disinilah letak kecerdasan Sony karena mereka telah mengintegrasikan teknologi Blue-ray dalam PS3 mereka yang populer sehingga tanpa membeli *player* Blue-ray pun mereka telah dapat menikmati film-film berformat Blue-ray dalam PS3 mereka. Hal inilah yang tidak dilakukan oleh Toshiba dengan HD DVD-nya karena mereka tidak memiliki produk video game console yang populer seperti Sony. Microsoft sebagai salah satu pendukung HD DVD sebenarnya memiliki produk game console yang kompetitif, yaitu Xbox 360. Akan tetapi Microsoft mengharuskan pemilik Xbox untuk membeli peralatan HD DVD eksternal untuk bisa menikmati film-film berformat HD DVD dalam Xbox mereka (Smale, Will. (12 February 2008). *How the PS3 Led Blu-ray's Triumph*.

Dalam <http://news.bbc.co.uk/2/hi/business/7252506.stm>. Diakses pada tanggal 7 November 2009 pukul 21:39 WIB).

Apa yang dilakukan oleh Sony dengan PS3-nya ini adalah hasil dari integrasi mereka sebagai konglomerasi. Terdapat dua macam integrasi, yaitu integrasi horizontal yang terjadi saat sebuah media membeli saham media lain yang memiliki operasi bisnis berbeda (cross-media) dan dalam bentuk vertical yang menjelaskan konsentrasi perusahaan dalam satu garis bisnis untuk memperlebar kontrol

perusahaan pada proses produksi (Chandler, 1977, especially Chap. 6 dalam Mosco, 1996: 175-181).

Sony sebagai konglomerasi memiliki banyak anak perusahaan yang terintegrasi dengan baik secara horizontal dan vertical. Secara horizontal Sony memiliki berbagai perusahaan dalam bidang elektronik (Sony Corporation/Electronics), perfilman (Sony Pictures Entertainment, Columbia Pictures, MGM, TriStar), music (Sony Music Entertainment), telekomunikasi (Sony Ericsson), dan finansial (Sony Financial). Dengan cakupan wilayah bisnis yang sangat variatif dan terintegrasi dengan baik seperti ini tentu akan memudahkan Sony dalam memasarkan suatu produk tertentu, hal inilah yang terlihat saat mereka mengkampanyekan format *Blue-ray*.

Format yang dikembangkan oleh Sony ini tidak serta merta dibiarkan mengkampanyekan dirinya sendiri, secara integratif berbagai studio film dibawah Sony pun secara eksklusif segera merilis berbagai film dalam format *Blue-ray*. Setelah itu format ini, seperti yang telah dibahas sebelumnya, juga mendapat dukungan penuh dari Sony Corporation/Electronics yang memproduksi Sony PS3. Mereka dengan segera mengintegrasikan teknologi *Blue-ray* dalam PS3 sehingga tanpa dipasarkan-pun produk *Blue-ray* telah dapat diterima oleh para konsumen PS3.

Inilah contoh integrasi konglomerasi yang sangat efektif dan efisien, ditujukan semata-mata untuk meningkatkan pendapatan perusahaan. Diluar Sony Time Warner pun sebenarnya juga memiliki industri yang terintegrasi dengan penuh baik secara horizontal maupun vertical. Mereka tercatat bergerak dalam bidang film (Warner Bros, Castle Rock, New Line

Cinema, HBO, dll), penerbitan (Warner Books, Backbay Book, Little Brown, dll), majalah (Time, People, Life, Fortune, dll), music (Warner Music, Giant Records, Atlanta Records), dan media-media lain seperti AOL, dan CNN (Croteau & Hoynes, 2000: 43-44). Dengan integrasi yang sangat komprehensif seperti ini maka kampanye pemasaran suatu produk Time Warner dapat dilakukan dengan sangat integrative, efektif, dan efisien.

PENUTUP

Konsentrasi dan integrasi industri media dengan demikian menjadi kunci dari jalannya kompetisi ini. Tanpa konsentrasi dan integrasi industri media maka Sony tidak akan dapat memenangkan format *Blue-ray* miliknya dan Time Warner tidak akan dapat menjadi penentu yang memutuskan dengan segera penyelesaian kompetisi tersebut. Kurangnya konsentrasi dan integrasi korporasi dalam Toshiba jugalah yang mengakibatkan perusahaan tersebut kalah dalam kompetisi ini. Toshiba selama ini lebih dikenal sebagai produsen elektronik yang berkualitas namun kurang memiliki sayap dalam industri media, hal inilah yang menyulitkannya untuk berkompetisi dengan Sony, terutama saat ia telah ditinggal oleh studio-studio besar alliansi-nya.

Peran besar industri media ini juga menutup seluruh kemungkinan peran serta masyarakat dalam penentuan teknologi baru. Masyarakat, seperti yang telah diutarakan oleh *Dranove* dan *Grandal*, menjadi takut untuk memilih atau membeli salah satu teknologi tersebut karena mereka khawatir akan terjerumus membeli produk yang salah, yaitu yang akan kalah dalam kompetisi ini. Oleh karena itu peranan masyarakat yang terlihat dalam tingkat pembelian

juga sangatlah minim disini. Industri media pada akhirnya menjadi pihak yang paling menentukan selektivitas teknologi baru tersebut dan masyarakat menjadi sangat tergantung pada industri media. Format apa yang industri tersebut pilih, format itulah yang suka tidak suka juga dipilih oleh masyarakat.

DAFTAR PUSTAKA

- Mosco, Vincent. 1996. *The Political Economy of Communication*. London: Sage Publication Ltd
- Croteau, David and William Hoynes. 2000. *Media Society: Industries, Images and Audiences*. London: Pine Forge Press
- Miller, Katherine. 2005. *Communication Theories: Perspectives, Processes, and Contexts*. Boston: McGraw-Hill
- Dranove, David & Neil Gandal. (January 2004). *Surviving a Standards War: Lessons Learned from The Life and Death of DIVX*. Diunduh dari <http://www.tau.ac.il/~gandal/divx.pdf>. Diakses pada tanggal 9 November 2009 pukul 21:31 WIB
- Smale, Will. (12 February 2008). *How the PS3 Led Blu-ray's Triumph*. Dalam <http://news.bbc.co.uk/2/hi/business/7252506.stm>. Diakses pada tanggal 7 November 2009 pukul 21:39 WIB
- Ronald Grover, Peter Burrows, dan Cliff Edwards. (5 Oktober 2005). *A Warner Bros. Green Light for Blu-ray?*. Dalam http://www.businessweek.com/technology/content/oct2005/tc2005105_6128_tc024.htm. Diakses pada tanggal 7 November 2009 pukul 21:45 WIB
- Barnes, Brooks. (21 Agustus 2007). *Two Studios to Support HD DVD Over Rival*. Dalam <http://www.nytimes.com/2007/08/21/technology/21disney.html?r=1>. Diakses pada tanggal 7 November 2009 pukul 22:04 WIB
- Kageyama, Yuri. (19 Februari 2008). *Toshiba quits HD DVD business*. Dalam http://www.usatoday.com/money/economy/2008-02-19-751873628_x.htm. Diakses pada tanggal 14 Maret 2012 pukul 14:06 WIB
- Anonim. (8 Januari 2008). *New Line Details Transition to Blu-ray*. Dalam http://www.highdefdigest.com/news/show/New_Line/Industry_Trends/NewLineDetailsTransitiontoBlu-ray/1351. Diakses pada tanggal 7 November 2009 pukul 22:17 WIB
- Anonim. (3 Maret 2008). *Universal Ends HD DVD Support with 'Atonement'*. Dalam <http://www.highdefdigest.com/news/show/Universal/IndustryTrends/UniversalEndsHDDVDSupportwithAtonement/1527>. Diakses pada tanggal 7 November 2009 pukul 22:21 WIB
- Anonim. (15 Februari 2008). *Wal-Mart Moving Exclusively Toward Blu-ray Format Movies and Players*. Dalam <http://walmartstores.com/FactsNews/NewsRoom/7944.aspx>. Diakses pada tanggal 7 November 2009 pukul 22:33 WIB
- Anonim. (19 Februari 2008). *Toshiba Announces Discontinuation of HD DVD Businesses*. Dalam http://www.toshiba.co.jp/about/press/2008_02/pr1903.htm. Diakses pada 7 November 2009 pukul 22:38 WIB
- Anonim. (2008). *Studio Market Share*. Dalam <http://www.boxofficemojo.com/st>

udio/?view=company&view2=yearly&yr=2008&p=.htm. Diakses pada 9 November 2009 pukul 22:56 WIB