

BAB II

KAJIAN PUSTAKA DAN KERANGKA PEMIKIRAN

2.1 Kajian Pustaka

Pada bagian kajian pustaka ini peneliti lebih fokus menggali informasi dari penelitian sebelumnya untuk membandingkan kelebihan dan kekurangannya, peneliti mencari informasi dari makalah, jurnal, dan buku untuk informasi yang belum lengkap.

Tinjauan pustaka ini berfokus pada penelitian sebelumnya untuk melengkapi tinjauan pustaka. Peneliti juga mencari referensi dari temuan yang digali oleh peneliti sebelumnya yang dapat mengidentifikasi masalah yang menghambat pelaksanaan penelitian sebelumnya. Temuan dari temuan penelitian bertajuk “Strategi Konvergensi Radio MNC Trijaya Jakarta Dalam Pemanfaatan Media Sosial Sebagai Upaya Mempertahankan Eksistensi”.

2.1.1 Tinjauan Hasil Penelitian Terdahulu

Penelitian yang telah dilakukan sebelumnya sangatlah penting karena akan membantu menentukan seberapa banyak yang telah dilakukan terhadap suatu topik, baik oleh orang lain maupun oleh peneliti itu sendiri, dan di mana penelitian tersebut cocok dengan pembahasan yang lebih luas mengenai topik yang sedang diselidiki. Hal-hal yang dipaparkan dalam pencantuman penelitian terdahulu antara lain adalah siapa meneliti apa, di mana, kapan dan bagaimana hasil dari penelitian tersebut. Penelitian terdahulu dapat diperoleh melalui jurnal-jurnal ilmiah tentang hasil-hasil penelitian, disertasi, tesis, ataupun skripsi yang pernah ditulis oleh penelitian terdahulu (Idrus, 2009).

Terdapat tiga penelitian terdahulu sebagai tinjauan yang peneliti cantumkan, penelitian-penelitian tersebut berkaitan dengan eksistensi radio di era konvergensi media. Adapun penelitian terdahulu yang bisa dijadikan acuan antara lain:

2.1.1.1 Penelitian Dalam Perspektif 1

Widi Wahyuning Tyas, (2019), *Konvergensi Media di Radio Gajahmada FM Semarang*, Konferensi Ilmiah Mahasiswa Unissula (KIMU) 2, Universitas Islam Sultan Agung, Semarang, ISSN 2720-9148

Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui bagaimana konvergensi media digunakan di stasiun radio Gajahmada FM. Penelitian ini merupakan jenis penelitian kualitatif yang menggunakan pendekatan deskriptif. Penelitian kualitatif menggunakan penjelasan kata-kata untuk mendapatkan pemahaman tentang fenomena yang dihadapi subjek penelitian. Dalam penelitian kualitatif, peneliti langsung berinteraksi dengan subjek penelitian melalui wawancara dan observasi di lapangan. Data wawancara ini akan dikumpulkan dan digunakan sebagai sumber utama untuk memberikan gambaran deskriptif tentang subjek dan objek penelitian di lapangan, kemudian berfokus pada suasana ilmiah dan observasi.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa Gajahmada FM menggunakan lima dimensi konvergensi media: teknologi, konten multimedia, kepemilikan, kolaborasi dan koordinasi. Tiga hal terpenting yang harus diperhatikan saat menerapkan ini adalah produktivitas, komunikasi, dan loyalitas. Namun, kekurangan karyawan dan peralatan yang terbatas membuat konvergensi media di Gajahmada FM terhambat, yang menyebabkan pengelolaan website menjadi sangat tidak efektif (Tyas, 2019).

2.1.1.2 Penelitian Terdahulu Dalam Perspektif 2

Imasnyti Ciptanti Devi, (2020), *Strategi Konvergensi Radio Songgolangit FM Di Tengah Persaingan Industri Penyiaran Di Ponorogo*, Institut Agama Islam Negeri (IAIN), Ponorogo.

Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui tentang konvergensi media pada Radio Songgolangit FM di tengah persaingan industri penyiaran, serta bagaimana konvergensi ini berdampak pada praktik konvergensi di Ponorogo.

Penelitian ini termasuk penelitian deskriptif dengan menggunakan pendekatan kualitatif untuk menjelaskan strategi konvergensi Radio Songgolangit FM di tengah persaingan industri penyiaran di Ponorogo. Data dikumpulkan menggunakan observasi, wawancara, dan dokumentasi yang tersedia di Radio Songgolangit FM, kemudian menguraikan pokok bahasan yang diteliti.

Hasil analisis menunjukkan bahwa strategi konvergensi radio Songgolangit FM menggunakan 3M: Multichannel, multiplatform, dan multimedia. Di mana informasi disajikan dalam berbagai format, seperti audio, foto, video, dan teks. Di sisi lain, semua informasi diunggah ke sosial media dan dapat diakses oleh khalayak melalui perangkat mereka. Sosial, budaya, dan ekonomi adalah dampak dari praktik konvergensi radio Songgolangit. Dengan demikian, untuk tetap bertahan dalam industri penyiaran, terutama di Ponorogo, radio Songgolangit FM dapat memanfaatkan era konvergensi media (Devi, 2020).

2.1.1.3 Penelitian Terdahulu Dalam Perspektif 3

Khasna, Lathifah, Ismandianto, (2021), *Konvergensi Radio Dalam Mempertahankan Eksistensi Di Era Digital Dan Covid-19*, Jurnal Riset Komunikasi (JURKOM), Universitas Riau, Riau, ISSN 2615-0948

Tujuan penelitian ini adalah untuk mendapatkan wawasan tentang bagaimana konvergensi media telah mempengaruhi operasional internal RRI Pekanbaru dan khalayaknya.

Pendekatan kualitatif deskriptif yang fokus pada pencarian solusi permasalahan dengan mengkarakterisasi kondisi terkini digunakan dalam penelitian ini. Observasi langsung, wawancara mendalam, dan dokumentasi digunakan sebagai metode pengumpulan data. Data primer akan dikumpulkan melalui observasi partisipan dan wawancara mendalam dengan informan kunci. Informasi sekunder, seperti dokumentasi teks, foto dan grafis akan dikumpulkan dari sumber yang relevan. Tujuan penelitian menentukan metode pengambilan informan yang digunakan dalam penelitian ini. Partisipan yang terlibat dalam penelitian ini adalah pimpinan RRI Pekanbaru, penyiar Program RRI Pekanbaru, dan lima orang pendengar.

Dalam penelitian ini, model analisis interaktif yang dikembangkan oleh Miles dan Huberman digunakan untuk menganalisis data. Penulis menggunakan triangulasi untuk memverifikasi kesesuaian data lapangan. Penulis dapat memperkuat keakuratan dan aktualisasi informasi yang diperoleh dengan cara membandingkan hasil temuan dengan pernyataan informan setelah wawancara dan mengetahui apakah terdapat kesesuaian atau ketidaksesuaian antar informan.

Hasil dari penelitian ini RRI Pekanbaru mengambil inisiatif untuk beradaptasi di era digital dan Covid-19 dengan tetap mengikuti perkembangan teknologi. Untuk memperluas audiensnya RRI Pekanbaru bekerja sama dengan dinas pendidikan kota dan provinsi. Dampak positif dari konvergensi di RRI Pekanbaru adalah mempermudah lembaga penyiaran untuk berinteraksi dengan pendengar dan narasumber dalam jumlah besar melalui zoom meeting, streaming YouTube, dan Instagram (Khasna, Lathifah, & Ismandianto, 2021).

Tabel 2. 1
Matriks Penelitian Terdahulu 1 Konvergensi Media di Radio Gajahmada FM Semarang, Konvergensi Media di Radio Gajahmada FM Semarang

No.	Item	Penelitian 1
1.	Nama, Tahun, Judul, Lembaga, Kota	Widi Wahyuning Tyas, (2019), Konvergensi Media di Radio Gajahmada FM Semarang, Universitas Islam Sultan Agung, Semarang
2.	Tujuan Penelitian	Untuk mengetahui bagaimana penerapan konvergensi media di radio Gajahmada FM
3.	Pendekatan Penelitian	Kualitatif
4.	Teori	Konvergensi media oleh Henry Jenkins dengan pengembangan konsep lima dimensi oleh Grant dan Wilkinson
5.	Hasil	Gajahmada FM menggunakan lima dimensi konvergensi media: teknologi, konten multimedia, kepemilikan, kolaborasi dan koordinasi. Tiga hal terpenting yang harus diperhatikan saat menerapkan ini adalah produktivitas, komunikasi, dan loyalitas. Namun, kekurangan karyawan dan peralatan yang terbatas membuat konvergensi media di Gajahmada FM terhambat, yang menyebabkan pengelolaan website menjadi sangat tidak efektif.
6.	Perbedaan dan Persamaan	Perbedaanya menggunakan objek dan teori yang berbeda, sedangkan persamaanya membahas strategi konvergensi di radio.
7.	Kritik	Hasil penelitian tidak dicantumkan melainkan hanya di abstrak

Tabel 2. 2
Matriks Penelitian Terdahulu 2 Strategi Konvergensi Radio Songgolangit Fm Di Tengah Persaingan Industri Penyiaran Di Ponorogo

No.	Item	Penelitian 2
1.	Nama, Tahun, Judul, Lembaga, Kota	Imasnyti Ciptanti Dewi, 2020, Strategi Konvergensi Radio Songgolangit Fm Di Tengah Persaingan Industri Penyiaran Di Ponorogo, Institut Agama Islam Negeri (IAIN), Ponorogo.
2.	Tujuan Penelitian	Untuk mengetahui tentang konvergensi media pada Radio Songgolangit FM di tengah persaingan industri penyiaran, serta bagaimana konvergensi ini berdampak pada praktik konvergensi di Ponorogo.
3.	Pendekatan Penelitian	Kualitatif
4.	Teori	Konvergensi media Henry Jenkins
5.	Hasil	Strategi konvergensi Songgolangit FM menggunakan 3M: multichannel, multiplatform, dan multimedia. Banyak format data dapat diakses seperti teks, foto, video, dan audio. Semua informasi diunggah ke sosial media dan dapat diakses oleh khalayak melalui perangkat mereka. Sosial, budaya, dan ekonomi adalah dampak dari praktik konvergensi radio Songgolangit. Maka, dengan memanfaatkan era konvergensi, radio Songgolangit FM dapat bertahan dalam industri penyiaran yang kompetitif, terutama di Ponorogo.
6.	Perbedaan dan Persamaan	Objek yang digunakan berbeda, menggunakan teori yang sama dan membahas konvergensi radio.
7.	Kritik	Tidak mencantumkan informan dan narasumber serta hasil dokumentasi untuk memperkuat hasil penelitian.

Tabel 2. 3
Matriks Penelitian Terdahulu 3 Konvergensi Radio Dalam Mempertahankan Eksistensi Di Era Digital Dan Covid-19,
Universitas Riau

No.	Item	Penelitian 3
1.	Nama, Tahun, Judul, Lembaga, Kota	Khasna, Lathifah, Ismandianto, 2021, Konvergensi Radio Dalam Mempertahankan Eksistensi Di Era Digital Dan Covid-19, Universitas Riau, Riau
2.	Tujuan Penelitian	Untuk melihat eksistensi RRI Pekanbaru pasca konvergensi media dan melihat dampak yang dialami oleh internal dan pendengar RRI Pekanbaru.
3.	Pendekatan Penelitian	Kualitatif
4.	Teori	Mediamorfosis Roger Fidler
5.	Hasil	RRI Pekanbaru beradaptasi dengan era digital dan Covid-19 dengan tetap mengikuti perkembangan teknologi. Untuk memperluas audiensnya RRI Pekanbaru bekerja sama dengan dinas pendidikan kota dan provinsi. Dampak positif konvergensi di RRI Pekanbaru mempermudah lembaga penyiaran untuk berinteraksi dengan pendengar dan narasumber dalam jumlah besar melalui zoom meeting, streaming YouTube dan Instagram.
6.	Perbedaan dan Persamaan	Objek penelitian dan teori berbeda, sedangkan persamaanya membahas konvergensi radio.
7.	Kritik	Hasil penelitian terletak dipenutup sehingga memungkinkan pembaca kebingungan.

2.2 Kerangka Pemikiran

Kerangka pemikiran adalah menggambarkan kerangka kerja sebagai model konseptual tentang bagaimana teori berhubungan dengan berbagai faktor yang dianggap penting (Sugiyono, 2019).

2.2.1. Kerangka Teoritis

Adapun kerangka teoritis dari penelitian ini sebagai berikut :

2.2.1.1. Tinjauan Ilmu Komunikasi

2.2.1.1.1 Definisi Ilmu Komunikasi

Komunikasi adalah proses dimana seseorang menyampaikan informasi kepada orang lain dengan tujuan memberikan informasi serta mempengaruhi perilaku seseorang. Terjadinya proses komunikasi tidak terlepas dari dukungan pengirim, informasi yang disampaikan, media penyampaian, penerima dan dampak akhirnya. Dapat dikatakan sebagai bagian integral dari komunikasi. Proses perkembangan ilmu komunikasi berkaitan dengan pembentukan opini publik dalam jurnalisme (Cangara, 2018).

Komunikasi adalah aktivitas dasar manusia. Melalui komunikasi, manusia dapat saling berhubungan dimanapun berada. Tidak ada seorang pun yang tidak terlibat dalam komunikasi. Komunikasi merupakan hal yang sangat penting dalam kehidupan manusia. Perkembangan pengetahuan manusia mendapat manfaat dari komunikasi. Komunikasi juga membentuk suatu sistem sosial yang saling membutuhkan satu sama lain, sehingga komunikasi dan masyarakat tidak dapat dipisahkan (Cangara, 2018).

2.2.1.1.2 Unsur-unsur Komunikasi

Berikut unsur-unsur komunikasi menurut Effendy, yaitu sebagai berikut:

1. Sender: Sesuai dengan namanya, komunikator adalah orang yang menyampaikan pesan kepada komunikan, yang bisa berupa orang tunggal atau kelompok.
2. Encoding: Ketika pikiran diterjemahkan ke dalam simbol, proses ini dikenal sebagai pengkodean.
3. Mesagge: Pesan adalah simbol-simbol bermakna dari pengirim yang disampaikan kepada penerima.
4. Media: Jalur yang diambil oleh pesan saat bergerak dari sumbernya ke tujuannya.
5. Decoding: Penerima komunikasi menggunakan teknik yang disebut “pengawasan” untuk menguraikan makna simbolis pesan.
6. Receiver: Orang yang menerima pertukaran pesan disebut juga komunikan.
7. Response: Tanggapan dari orang yang diajak berkomunikasi adalah sebuah jawaban.
8. Feedback: Tanggapan yang diberikan oleh komunikan kepada komunikator
9. Noise: Distraksi adalah segala sesuatu yang berjalan serba salah sepanjang proses komunikasi sehingga menimbulkan ketidakkonsistenan antara apa yang dimaksudkan oleh komunikator dengan apa yang diterima atau dipahami oleh penerima (Effendy, 2015).

2.2.1.1.3 Fungsi Komunikasi

Terdapat empat fungsi komunikasi yaitu:

1. Menginformasikan (*to inform*), membiarkan orang mengetahui apa yang sedang terjadi, apa yang dipikirkan dan dilakukan orang lain, dan menyampaikan semua hal yang telah dibicarakan kepada publik.
2. Mendidik (*to educate*), peran bahasa sebagai alat pengajaran. Manusia dalam masyarakat dapat saling berbagi ide dan pendapat melalui komunikasi.
3. Menghibur (*to inertain*), selain memberi informasi dan mempengaruhi khalayak, komunikasi juga dapat digunakan untuk hiburan.
4. Mempengaruhi (*to influence*), fungsi mempengaruhi setiap orang yang berkomunikasi, berusaha saling mempengaruhi cara orang berpikir dan merubah sikap dan tingkah laku mereka dengan cara yang diharapkan.
(Basit & Lutfi, 2018).

2.2.1.1.4 Tujuan Komunikasi

Cangara dalam bukunya *Pengantar Ilmu Komunikasi* (Cangara, 2018) menguraikan beberapa alasan berkomunikasi:

1. Untuk menjamin pesan diterima dan dipahami, komunikator harus mampu menyampaikan informasi sebanyak-banyaknya kepada komunikan (penerima), sehingga komunikan dapat menentukan maksud pembicara dan bertindak sesuai dengan itu.
2. Komunikator yang baik harus memiliki pemahaman yang kuat tentang harapan dan impian orang lain. Jangan mengandalkan percakapan spontan.

3. Agar komunikan sebagai penerima pesan dapat menerima gagasan komunikator, maka komunikator harus menggunakan pendekatan mengajak atau yang lebih dikenal dengan persuasi dalam menyampaikan gagasannya.
4. Dalam konteks ini, “bergerak” mengacu pada niat komunikator untuk membujuk penerima agar berperilaku sesuai dengan keinginan pengirim.

2.2.1.1.5 Komunikasi Massa

Bidang penelitian yang dikenal sebagai komunikasi massa menganalisis pengaruh media massa terhadap masyarakat secara luas. Jika dibandingkan dengan bidang ilmu sosial lainnya seperti psikologi, sosiologi, ilmu politik, dan ekonomi, studi komunikasi massa tergolong pendatang baru. Komunikasi massa mengacu pada penyebaran informasi melalui penyebaran media secara luas. Komunikasi massa lebih menitikberatkan pada penerima pesan yang berhubungan dengan media massa (Ardianto, 2017).

Menurut definisi paling sederhana, komunikasi massa adalah pesan yang dikomunikasikan kepada banyak orang melalui media massa. Oleh karena itu, meskipun komunikasi massa disampaikan kepada sejumlah besar orang, tetapi tidak menggunakan media massa, maka tidak dianggap sebagai komunikasi massa. Gebner mendefinisikan komunikasi massa secara lebih terperinci yaitu komunikasi massa adalah produksi dan distribusi berbasis teknologi dan institusi dari aliran pesan yang terus menerus dan seluas-luasnya yang dimiliki seseorang dalam masyarakat industri (Ardianto, 2017).

2.2.1.2 Tinjauan Jurnalistik

2.2.1.2.1 Definisi Jurnalistik

Jurnal berasal dari kata “*journal*”, yang berarti “*catatan harian*”. Sementara “*istik*” mengacu pada “*keindahan*” dan “*estetika*”. Keindahan merujuk pada suatu karya yang dibuat sebagai produk seni. Istilah “*acta diurna*”, yang berarti sebuah rangkaian akta (suatu kegiatan atau suatu kejadian), muncul pada zaman kerajaan Romawi kuno yang dipimpin oleh Julius Caesar. Dengan demikian, jurnanisme didefinisikan sebagai suatu bentuk seni yang melaporkan peristiwa atau kejadian sehari-hari. Jurnalistik mencakup membuat laporan harian dari peliputan hingga penyebaran (Wahyudin, 2016)

Menurut buku Jurnalistik Praktis, bagian dari keterampilan jurnalistik adalah mengumpulkan, menulis, menganalisis, dan menyebarkan informasi. (Herman, 2018). Dengan demikian jurnalistik adalah bagian dari keterampilan, kepandain karang mengarang, pengumpulan, penulisan dan penyebaran informasi umum kepada khalayak dengan seluas-luasnya.

2.2.1.2.2 Tujuan Jurnalistik

Tujuan jurnalistik menurut buku “*The Elements of Journalism*” oleh Bill Kovach dan Tom Rosenstiel, jurnalistik tidak dibatasi oleh alat yang ada, standar media, atau metode yang digunakan. Mengutip argumen mereka, “Fungsi berita dalam kehidupan masyarakat adalah yang menentukan prinsip dan tujuan jurnalistik.”

Meskipun berita menghibur dan informatif, nilai utamanya terletak pada hal tersebut. Misi utama jurnalistik adalah membekali masyarakat dengan pengetahuan

sehingga mereka dapat berpartisipasi aktif dalam membentuk kehidupan, komunitas, masyarakat, dan pemerintah.

2.2.1.2.3 Fungsi Jurnalistik

Adapun fungsi dari jurnalistik adalah sebagai berikut:

1. Fungsi informasi

Tujuan utama jurnalisme adalah melayani kepentingan publik melalui pemberitaan. Fungsi informasi menekankan tidak hanya memberi informasi tetapi juga mencerahkan individu atau kelompok yang sudah familiar dengan topik tertentu. Berkomunikasi dengan masyarakat memerlukan informasi yang menarik dan dapat diakses.

2. Fungsi hiburan

Jurnalistik dapat berfungsi sebagai media hiburan yang informatif selain menyajikan berita. Hiburan adalah komponen dari informasi yang disampaikan ke publik, pengolahan kata-kata informasi yang dimaksud lebih berfokus pada bentuk hiburan. Namun, informasi harus akurat, akurat, dan berimbang.

3. Fungsi pendidikan

Karena sifat jurnalisme, semua artikel harus bersifat informatif. Sebagai contoh, pertimbangkan liputan berita tentang perkembangan medis atau ilmiah. Pekerjaan ini juga menyiratkan bahwa jurnalis mempunyai tanggung jawab untuk membimbing pembacanya ke arah yang benar dan meningkatkan tingkat pemahaman mereka.

4. Fungsi kontrol sosial

Hal ini berarti bahwa jurnalis kini dapat berperan sebagai pengawas yang tidak memihak terhadap mereka yang berkuasa dan memiliki pengaruh besar dalam kehidupan masyarakat. Mereka juga mengawasi semua tindakan dan mendorong untuk tidak melakukan sesuatu yang bertentangan dengan aturan.

5. Fungsi perekat sosial

Jurnalistik harus mampu menyatukan orang-orang dari latar belakang, nilai, pandangan, perspektif, praktik budaya, dan norma sosial yang berbeda. Artinya, jurnalis mempunyai kewajiban untuk memberitakan seluruh aspek kepada masyarakat secara akurat. Jurnalis bertanggung jawab untuk menyampaikan informasi yang sehat ke seluruh lapisan masyarakat. Sehat berarti tidak boleh ada pembedaan berdasarkan faktor seperti ras, agama, status sosial ekonomi, atau etnis (Latief, 2021).

2.2.1.2.4 Relevansi Fenomena Masalah dengan Konsentrasi *Jurnalistik*

Perkembangan teknologi tentunya mencakup juga dengan perkembangan dalam penyebaran informasi, yang awalnya informasi hanya bisa didapatkan melalui surat kabar, frekuensi dll, tetapi setelah adanya konvergensi media banyak hal yang berubah mulai dari peralatan dan kebutuhan akan informasi menjadi lebih mudah dan beragam. Yang dimana jurnalistik merupakan bagian dari hal tersebut, karena jurnalistik merupakan bagian dari keterampilan mengumpulkan, menulis, menganalisis, dan menyebarkan informasi (Herman, 2018).

Relevansi fenomena dengan konsentrasi *Jurnalistik* dalam penelitian ini adalah karena konvergensi media ini dirasakan oleh media konvensional misalnya

surat kabar, radio dll. Khususnya radio yang awalnya hanya melakukan siaran lewat frekuensi, yang melakukan pemberitaan melalui suara. Berita disampaikan dalam gaya cerita atau percakapan, mirip dengan menyampaikan informasi kepada seseorang melalui panggilan suara. Tetapi setelah melakukan konvergensi dan memanfaatkan media sosial radio berubah menjadi media multiplatform yang dimana audiens bisa mendengarkan siaran melalui *live streaming* dan menikmati konten melalui media sosial yang radio gunakan, sehingga audiens mempunyai pilihan dalam mencari informasi. Hal tersebut tentunya berpengaruh pada cara konten diproduksi dan dikonsumsi, yang dimana jurnalis sekarang harus multifungsi, jurnalis harus menulis artikel untuk situs web, memproduksi video untuk platform media sosial, dan berpartisipasi dalam podcast.

Radio juga termasuk media elektronik yang identik dengan musik, lagu, atau hiburan. Konvergensi media pun erat kaitannya dengan *jurnalisme digital* yang dimana mulai dari pengumpulan fakta, data dan penulisan hingga distribusi informasinya dilakukan melalui saluran internet. Dengan melakukan konvergensi dan memanfaatkan media sosial, radio bisa bersaing dengan media lainnya dengan banyak dan beragamnya konten dan platform yang radio gunakan saat ini. *Jurnalistik* berperan sebagai awal dari pembuatan konten tersebut, yang dimana jurnalis lah yang mencari atau mengumpulkan informasi, yang kemudian diolah dan dikembangkan menjadi konten atau informasi yang menarik juga bermanfaat bagi audiens sebagai alat yang digunakan untuk memenuhi kebutuhan informasi.

2.2.1.3 Tinjauan Teori Konvergensi Media

Istilah konvergensi media pertama diperkenalkan oleh Nicholas Negroponte pada tahun 1979 dengan menggambarkan konvergensi media sebagai irisan dari *Broadcast and Motions Picture Industry, Print and Publishing Industry, Computer Industry*. Pandangan lain menyatakan bahwa pengembangan konvergensi media merupakan produk dari era informasi dan evolusi media massa. Hal ini terlihat dengan menyatunya media konvensional dengan media digital yang tidak hanya menjangkau lebih banyak orang tetapi juga memanfaatkan teknologi baru. Menurut Hamna yang mengutip Burnett dan Marshall, “konvergensi media” adalah “Konvergensi media konvensional dengan bentuk-bentuk baru komunikasi elektronik” (Hamna & Muhtadiah, 2018).

Menurut Henry Jenkins dalam buku “*Convergence Culture: Where Old Media and New Media Collide*” menjelaskan bahwa konvergensi media adalah aliran konten di beberapa platform media, kerjasama industri beberapa media dan perilaku migrasi khalayak media.

“Convergence: A word that describes technological, industrial, cultural, and social changes in the ways media circulates within our culture. Some common ideas referenced by the term include the flow of content across multiple media platforms, the cooperation between multiple media industries, the search for new structures of media financing that all at the interstices between old and new media, and the migratory behavior of media audiences who would go almost anywhere in search of the kind of entertainment experiences they want. Perhaps, most broadly, media convergence refers to a situation in which multiple media systems coexist and where media content flows fluidly across them. Convergence is understood here as an ongoing process or series of intersections between different media systems, not a fixed relationship.” (Jenkins, 2006).

Henry Jenkins pertama kali mengusulkan konsep konvergensi media pada tahun 2006. Istilah “konvergensi media” menggambarkan keberadaan banyak

sistem media dengan pertukaran informasi yang lancar di antara mereka dan konvergensi media muncul akibat dari digitalisasi informasi dan internet.

Konvergensi ini menyatukan 3C yaitu diantaranya :

1. Computing

Computing merupakan salah satu yang menjadi penopang perkembangan konvergensi media. Di mana bentuk virtualisasi dari komputer dan sumber penyimpanan data dan sistem web yang modern. Artinya, computing memberikan ruang penyimpanan terpusat di server dan hanya memerlukan akses internet ke server atau digitalisasi. Dalam dunia industri media, computing ini digunakan untuk menyimpan siaran yang bisa diakses oleh khalayak untuk disaksikan kembali.

2. Communication

Unsur communication dalam konvergensi media ialah ketika komunikasi termediasi oleh komputer. Dalam konvergensi media ini, kita dituntut untuk bisa interaktif dalam media massa. Misalnya pada suatu platform tersedia kolom komentar yang memungkinkan audiens untuk berpartisipasi memberikan pendapat masing-masing dan audiens juga dapat mengontrol kapan, di mana, dan bagaimana mereka mengakses dan berhubungan dengan informasi dalam berbagai jenisnya. Komunikasi yang telah dikonvergensi menyediakan berbagai alat untuk menyampaikan berita dan memungkinkan khalayak untuk memilih tingkat interaktivitasnya dan mereka bisa mengarahkan sendiri penyampaian kontennya.

3. Content

Content adalah hal yang paling penting dalam kekuatan konvergensi media. Karena setiap media harus bisa menghasilkan konten terbaik yang bisa diterima dan menarik perhatian khalayak. Faktor konten merupakan deskripsi isi dari media yang bersangkutan yaitu media sosial.

Dengan kata lain, konvergensi ini menyatukan industri informasi (komputer), komunikasi (jaringan telepon) dan konten (penerbitan, media, dan hiburan). Hal tersebut menjadikan informasi yang disajikan dalam konvergensi media lebih bervariasi dibandingkan dengan media konvensional.

2.2.2 Kerangka Konseptual

Kerangka konseptual adalah hubungan antara faktor independen dan variabel dependen yang akan dipelajari atau diamati selama penelitian berlangsung (Sugiyono, 2019).

2.2.2.1 Konsep Strategi

Strategi adalah metode untuk mencapai tujuan, ide dasar strategi memerlukan penyempurnaan terus-menerus dan setiap orang memiliki pemahamannya masing-masing tentang istilah tersebut. Suatu perusahaan atau dunia bisnis memerlukan strategi internal untuk mewujudkan visi dan tujuannya baik jangka pendek maupun jangka panjang.

Strategi adalah rencana jangka panjang tentang bagaimana perusahaan akan merespons perubahan pasar dan keadaan persaingan untuk mencapai tujuannya. Perencanaan strategis, sebagaimana didefinisikan di atas strategi adalah mengambil tindakan yang berkelanjutan dan terpadu sebagai respons terhadap kondisi

mengenai apa yang diinginkan dan dibutuhkan pelanggan untuk mencapai serangkaian tujuan yang telah ditentukan sebelumnya (Pearce & JR, 2008).

Fungsi strategi adalah sebagai berikut:

- a. Mengarahkan perhatian: Strategi membantu orang atau organisasi dalam mengarahkan fokus dan perhatian mereka pada hal-hal yang penting,
- b. Meningkatkan efektivitas: Dengan menggunakan strategi yang tepat, seseorang atau sebuah organisasi dapat meningkatkan efektivitas dalam mencapai tujuan mereka.
- c. Menjaga daya saing: Strategi juga digunakan untuk menjaga daya saing dari suatu usaha atau organisasi dengan merencanakan langkah-langkah yang diperlukan agar tetap relevan di pasar.
- d. Meminimalkan risiko: Sebuah strategi juga dibuat untuk meminimalkan risiko kerugian dan kesalahan-kesalahan selama pelaksanaannya.
- e. Mengoptimalkan potensi: Strategi dapat membantu mengoptimalkan potensi sumber daya manusia maupun materil sehingga bisa lebih efisien dalam pencapaian tujuan.

Tujuan strategi adalah hasil akhir yang diharapkan dapat dicapai melalui penerapan strategi tertentu. Tujuan tersebut harus spesifik, terukur, dapat dicapai, relevan dan mempunyai batasan waktu yang jelas. Dengan demikian, tujuan strategi menetapkan hasil akhir yang diinginkan dari rencana jangka panjang yang dibuat untuk mencapai tujuan tertentu secara efisien dan efektif.

2.2.2.2 Konsep Konvergensi Media

Penggabungan sektor media dan telekomunikasi disebut sebagai “konvergensi”. Ketika berbicara tentang konvergensi, maka maksudnya adalah bersatunya media lama dan media baru. Jenkins mendefinisikan konvergensi sebagai pembagian karya melalui berbagai media. Perubahan paradigma industri, budaya, dan sosial yang mendorong pelanggan untuk mencari informasi baru, hal tersebut merupakan bagian dari fenomena yang dikenal sebagai “konvergensi media”. Ketika internet dan digitalisasi menyebar, gerakan konvergensi media pun berkembang.

Konvergensi media tidak hanya meningkatkan kualitas konten yang disediakan tetapi juga memberdayakan konsumen untuk memilih format media (visual, audio, data, dll.) yang paling sesuai dengan keinginan dan kebutuhan mereka.

Inovasi teknologi informasi mulai menyebar ke seluruh Indonesia pada tahun 2000, sehingga memunculkan mode-mode teknologi informasi baru. Teknologi informasi telah melahirkan saluran baru dalam penyebaran data dalam bentuk media digital. Pesatnya pertumbuhan dan kurangnya hambatan dalam penyebaran informasi disebabkan oleh konvergensi media, yang didasarkan pada gagasan untuk menggabungkan beberapa layanan informasi ke dalam satu perangkat informasi. Ketika masyarakat akhirnya menyadari bahwa media digital adalah cara terbaik untuk mendapatkan informasi yang mereka perlukan, kemungkinan bahwa bentuk media konvensional juga akan mengalami hal yang sama pada akhirnya.

Hubungan antara teknologi, industri, pasar, dan gaya hidup khalayak berubah saat konvergensi terjadi. Konvergensi memberikan kesempatan baru bagi khalayak untuk memperluas pilihan mereka dalam mengakses media.

Konvergensi media memiliki strategi 3M yang mempengaruhi cara media massa dan khalayak melihat produk atau konten, 3M tersebut antara lain:

- a. Multimedia, informasi dibuat dan didistribusikan oleh media dalam berbagai bentuk, seperti teks, gambar, animasi, rekaman, atau video. Pembaruan media ini akan meningkatkan ketertarikan khalayak dalam memenuhi kebutuhan informasi mereka.
- b. Multichannel, menggunakan berbagai metode dan saluran informasi. Misalnya, khalayak dapat mendapatkan informasi dengan mendengarkan siaran radio dan menggunakan internet, yang didukung oleh banyak media untuk mengonsumsi informasi.
- c. Multiplatform. Konsumsi informasi di beberapa platform seperti ponsel, televisi, YouTube, Facebook yang memungkinkan pengguna memilih media yang paling sesuai dengan (Susilo, 2019).

2.2.2.3 Konsep Radio

Radio adalah suatu metode komunikasi jarak jauh dengan menggunakan radiasi elektromagnetik (gelombang radio) dan modulasi. Karena gelombang ini tidak bergantung pada bahan tertentu untuk perambatannya, seperti molekul udara, gelombang ini dapat bergerak melalui udara dan bahkan ke ruang hampa. Gelombang radio dibuat ketika benda bermuatan listrik dimodulasi (frekuensinya dinaikkan) pada frekuensi dalam spektrum elektromagnetik.

Radio memiliki karakteristik unik sebagai media audio, sehingga ketika pendengar menerima informasi dari radio, mereka berada dalam keadaan pasif, tergantung kejelasan dari penyiarinya. Siaran adalah bunyi, yaitu siaran yang dapat didengar dan dikonsumsi di telinga. Oleh karena itu, segala sesuatu yang dapat disajikan melalui media ini haruslah berbentuk suara (Nasution, 2017).

Tujuan radio bisa bermacam-macam tergantung pada jenis dan konteksnya. Secara umum, tujuan utama radio adalah untuk menyampaikan informasi atau pesan kepada pendengar. Hal ini dapat dilakukan melalui berbagai macam program seperti berita, musik, talk show, drama, dan sebagainya. Selain itu, beberapa tujuan khusus dari stasiun radio mungkin termasuk meningkatkan popularitas stasiun tersebut dengan menargetkan audiens tertentu atau mempromosikan produk atau jasa tertentu. Radio juga dapat digunakan sebagai sarana komunikasi darurat dalam situasi bencana alam atau keadaan darurat lainnya.

2.2.2.4 Konsep Media Sosial

Salah satu jenis media instan yang memiliki banyak kegunaan saat ini, tidak hanya membantu orang berkomunikasi, tetapi juga memberi pelanggan kesempatan untuk mempelajari berbagai topik adalah media sosial. Media sosial dirancang sedemikian rupa sehingga dapat terus memenuhi tujuan awalnya dan meningkatkan taraf hidup masyarakat adalah hal yang penting jika media sosial ingin terus memainkan peran dan memberikan pengaruh terhadap kehidupan masyarakat.

Menurut Van Dijk (Nasrullah, 2015) menjelaskan bahwa media sosial merupakan platform media yang berfokus pada kehadiran pengguna yang memfasilitasinya. Oleh karena itu, media sosial dapat dipandang sebagai media

online (fasilitator) yang mempererat hubungan dan ikatan sosial antar penggunanya. Dalam bentuknya yang sekarang, media sosial mempunyai pengaruh yang besar terhadap kebiasaan individu dan cara mereka mendekati berbagai aspek kehidupan. Oleh karena itu, dampak media sosial sangat besar. Berikut adalah beberapa peran media sosial:

- a. Pengetahuan dan informasi lebih mudah untuk diakses oleh banyak orang karena media sosial. Mengubah orang dari penerima teks yang pasif menjadi partisipan aktif dalam pembuatannya.
- b. Media yang dibuat khusus untuk memfasilitasi komunikasi dan kolaborasi antar orang dalam lingkungan online dikenal sebagai “media sosial”.
- c. Praktik komunikasi satu arah yang dilakukan media penyiaran dari satu lembaga media kepada banyak khalayak berhasil ditransformasikan menjadi praktik komunikasi dialogis antar banyak khalayak melalui pemanfaatan media sosial.

Media sosial dapat dibagi menjadi tiga kategori berbeda, seperti yang diuraikan oleh Kotler dan Keller:

1. Forum dan komunitas online, banyak ukuran dan bentuk merupakan hasil peslanggan. Perusahaan dapat menanggung biaya untuk aktivitas ini dalam bentuk postingan, pesan instan, dan diskusi topik khusus dengan aplikasi bisnis.
2. Blogs, dapat mempublikasikan, berbagi, dan berinteraksi dengan berbagai macam orang karena Blogspot adalah penyedia akun website gratis.

3. Social Networks, dalam beberapa tahun terakhir media sosial menjadi alat yang ampuh bagi pemasar di media sosial seperti Facebook, Messenger, atau Twitter. Ada berbagai keuntungan menggunakan masing-masing jaringan ini untuk bisnis.

Selain itu, ada pula bentuk media sosial lainnya, sebagaimana dirinci oleh (Puntoadi, 2011):

- a. Bookmarking

Berbagi bookmark dan tag adalah cara terbaik untuk menemukan situs web dan minat baru. Hal ini dilakukan agar semua orang dapat mengapresiasi selera musik kita.

- b. Wiki

Sebagai situs yang berbagi informasi, Wikitravel misalnya adalah platform berbagi informasi dengan penekanan kuat pada data geografis.

- c. Flickr

Situs web berbagi gambar Yahoo yang mendapat kontribusi dari para profesional di semua genre fotografi. Dengan menggunakan Flickr dapat mempromosikan produk apa pun yang dilengkapi gambar.

- d. Creating opinion

Pendapat dapat dibagikan kepada individu di seluruh dunia berkat media sosial. Siapa pun yang memiliki akses ke platform media sosial ini dapat membuat catatan harian dan memberikan komentar.

- e. Jejaring sosial

Orang-orang mempublikasikan dan mendistribusikan karya mereka di berbagai jenis media menggunakan platform ini.

Berikut adalah beberapa contoh aplikasi media sosial tersebut:

- a. Facebook : Lebih dari satu miliar pengguna Facebook yang aktif setiap bulan, didirikan oleh Mark Zuckerberg pada Februari 2004, masuk melalui perangkat seluler mereka. Buat profil, cari dan tambahkan teman, ngobrol, dan bagikan apa pun yang disukai dengan komunitas.
- b. WhatsApp: Sejak peluncurannya pada tahun 2009, berkembang menjadi alat komunikasi multiplatform yang memungkinkan kita berkomunikasi melalui pesan teks (SMS) tanpa dikenakan biaya apa pun. WhatsApp memungkinkan kita berkomunikasi secara sederhana melalui teks, audio, dan, baru-baru ini, panggilan video, memungkinkan kita terhubung secara tatap muka saat bepergian.
- c. Line : Yang dikembangkan di Jepang pada tahun 2011, adalah aplikasi perpesanan dengan fitur yang sebanding dengan WhatsApp. Line berbeda dari WhatsApp karena memungkinkan pengguna menggunakan emoji dalam pesan teks mereka, membuat komunikasi dengan teman dan keluarga menjadi lebih ringan.
- d. Youtube : Pengguna dapat mengirimkan, melihat, dan berbagi film di situs web yang didirikan pada Februari 2005 oleh mantan karyawan PayPal, yang menyediakan akses mudah ke video apa pun.
- e. Twitter : Situs web mikroblog dan jejaring sosial, mirip dengan Facebook, di mana pengguna dapat mengirim dan membaca pesan masing-masing

hingga 280 karakter. Jack Dorsey memulai perusahaan ini pada bulan Maret 2006.

- f. Instagram : Instagram adalah perangkat lunak pengedit dan berbagi foto yang mencakup bagian komentar dan sistem pesan pribadi yang disebut Direct Messages (DM) untuk berkomunikasi dengan pengguna aplikasi lainnya.
- g. TikTok : Pengguna aplikasi Tiktok memiliki akses ke beragam efek yang tidak biasa, unik, dan menarik yang memungkinkan mereka dengan cepat dan mudah menghasilkan film pendek yang kreatif dengan musik yang berpotensi menarik banyak penonton. Diluncurkan pada September 2016, Tiktok adalah jejaring sosial dan platform video musik Tiongkok.

2.2.2.5 Konsep Eksistensi

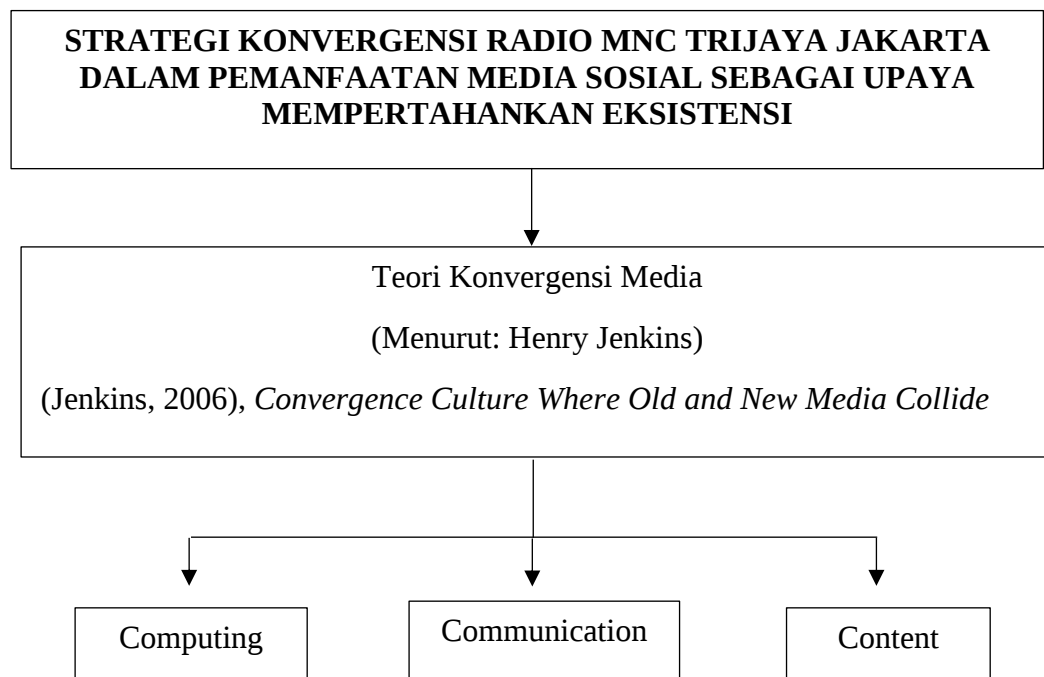
Eksistensi mempunyai kata latin dari “*existere*” yang berarti muncul, ada atau benar-benar ada, dari sinilah istilah keberadaan berasal. Existere berasal bahasa latin “*ex*” berarti “keluar” dan “*sistere*” berarti “muncul”. Keberadaan didefinisikan dalam berbagai cara, yang masing-masing dipecah menjadi empat pengertian. Pertama, yang ada adalah keberadaan. Kedua, realitas adalah apa yang ada. Ketiga, eksistensi menggarisbawahi bahwa ada sesuatu dan mencakup semua yang dirasakan. Keempat, keberadaan itu luar biasa.

Eksistensi adalah definisi dari keberadaan. Keberadaan ini harus “diberikan” kepada kita oleh orang-orang di sekitar kita, karena reaksi dari orang-orang tersebut menunjukkan bahwa kita benar-benar nyata. Persoalan persyaratan

nilai yang ada ini sangat penting karena memberikan bukti pencapaian dalam situasi tertentu (Sjafirah & Prasanti, 2016).

Sedangkan menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI), eksistensi berarti keberadaan. Kata ini mengacu pada kata dasar eksis. Eksis selain memiliki arti ada dan berkembang. Selain itu, eksis juga bisa berarti dikenal, tenar dan populer (KBBI, 2023).

2.2.3 Kerangka Pemikiran



Bagan 2. 1 Kerangka Pemikiran