

Media Convergence in Technology and Content Aspects in the Digital Communication Era

Bayu Mukti

Universitas Surakarta

Corresponding Author: Bayu Mukti bayu.unsa@gmail.com

ARTICLE INFO

Keywords: Innovation, Media Convergence, Technology, Digital

Received : 21, August

Revised : 23, September

Accepted: 25, October

©2023 Mukti: This is an open-access article distributed under the terms of the [Creative Commons Atribusi 4.0 Internasional](https://creativecommons.org/licenses/by/4.0/).



ABSTRACT

This research is motivated by technological advances resulting in media convergence. This research aims to examine the existence of media convergence in technological and content aspects in the digital communication era. This media convergence is supported by technological developments so that media can be used digitally. This research was conducted using qualitative research methods and data collection using literature study. The results and discussion of this research are that technological developments and media convergence have an impact on people's lives. This innovation towards media convergence shows that there is an increase in the quality of human resources who are the subject of communicating and running communication media. It can be concluded that media convergence in this digital communication era, which is supported by internet technology, can help the development of communication media in today's society.

Konvergensi Media pada Aspek Teknologi dan Konten dalam Era Komunikasi Digital

Bayu Mukti

Universitas Surakarta

Corresponding Author: Bayu Mukti bayu.unsa@gmail.com

ARTICLE INFO

Kata Kunci: Inovasi,
Konvergensi Media,
Teknologi, Digital

Received : 21, August

Revised : 23, September

Accepted: 25, October

©2023 Mukti: This is an open-access article distributed under the terms of the [Creative Commons Atribusi 4.0 Internasional](https://creativecommons.org/licenses/by/4.0/).



ABSTRAK

Penelitian ini dilatar belakangi oleh kemajuan teknologi sehingga terbentuk adanya konvergensi media. Penelitian ini memiliki tujuan untuk mengkaji mengenai adanya konvergensi media dalam aspek teknologi dan konten pada era komunikasi digital. Adanya konvergensi media ini didukung oleh perkembangan teknologi sehingga media dapat digunakan secara digital. Penelitian ini dilakukan dengan menggunakan metode penelitian kualitatif dan pengumpulan datanya menggunakan studi kepustakaan. Hasil dan pembahasan dari penelitian ini adalah perkembangan teknologi dan konvergensi media memberikan dampak dalam kehidupan masyarakat. Inovasi terhadap konvergensi media ini menunjukkan bahwa adanya peningkatan kualitas sumber daya manusia yang merupakan subjek dalam berkomunikasi dan menjalankan media komunikasi. Dapat disimpulkan bahwa konvergensi media pada era komunikasi digital ini yang didukung oleh adanya teknologi internet dapat membantu perkembangan media komunikasi dalam kehidupan masyarakat saat ini.

PENDAHULUAN

Studi mengenai media dan komunikasi sudah dimulai pada awal abad ke-20 yang merupakan disiplin ilmu yang membentuk bidang ilmu sendiri pada tahun 1980-an (Deuze, 2020). Media komunikasi yang saat ini memiliki fokus mengenai media yang mewadahi manusia untuk berkomunikasi dengan pengembangan-pengembangan yang ada. Masyarakat sebagai subjek pelakunya tentu memiliki peran dalam pengembangan media komunikasi ini serta memberikan pengaruh satu sama lain dalam media komunikasi (Deuze, 2020). Sebagaimana saat ini bahwa adanya perkembangan teknologi yang mendukungnya. Adanya perubahan media saat ini dipengaruhi oleh perkembangan teknologi. Salah satunya radio yang dahulunya memiliki pengaruh dalam media Indonesia hingga sekarang masih disukai masyarakat Indonesia untuk mendapatkan hiburan maupun informasi (Dhamayanti, 2020). Sebagaimana yang diketahui bahwa perkembangan zaman saat ini juga mempengaruhi semakin terpinggirkannya media radio. Kemajuan teknologi audio visual seperti adanya televisi dan radio, akan tetapi saat ini media tersebut semakin tergeserkan.

Dukungan dari internet membuat kehidupan manusia berubah, dari cara hidup hingga dalam memproduksi dan mengonsumsi berita (Hutomo, 2020). Hal ini karena orang-orang dapat membaca berita dimanapun dan kapan saja tanpa adanya batasan, bahkan secara gratis. Adapun konvergensi media cetak saja misalnya, adanya surat kabar *online* yang dapat diakses oleh siapapun agar mendapatkan berita terkini. Hal ini dimanfaatkan oleh berbagai instansi berita manapun untuk tetap mengekskusi intansinya. Konvergensi media ini menurut Flew (Khumairoh, 2021) adalah hasil dari irisan tiga unsur *new* media yaitu komunikasi, teknologi informasi dan konten media. Hal ini menjadi kekuatan bagi media saat ini sehingga dapat meliput berbagai konten dalam berbagai jenis media yang digemari oleh masyarakat saat ini. Adanya konvergensi media ini dinilai sebagai suatu kemajuan dalam perkembangan teknologi dan sekaligus menjadi tantangan juga dalam dunia permediaan, hal ini karena begitu banyak jenis media yang akan berinovasi kedepannya. Kunci dari konvergensi ini terjadi adalah digitalisasi, sebagaimana yang diketahui bahwa saat ini adalah era digital yang mana seluruh informasi dan data diubah dari format analog ke digital (Agustin, 2021).

Televisi yang dapat menampilkan visualnya yang disertai juga dengan adanya audio. Radio yang ditampilkan secara audio dengan adanya penyiar menambah nuansa informasi yang diberikan melalui audio ini. Perkembangan teknologi yang memberikan berbagai inovasi dalam dunia permediaan (Dhamayanti, 2020). Konvergensi media yang merupakan salah satu perkembangan dari media karena adanya penggabungan media massa dengan teknologi digital sehingga membuat radio kembali eksis. Hal ini karena konvergensi media ini menggabungkan media lama dengan media baru yang didukung oleh computer dan internet (Suminar et al., 2020). Adanya konvergensi media ini memiliki dampak positif dan negatif pada kemajuan industri media massa (Khumairoh, 2021). Hal ini karena konvergensi media menjadikan media

massa semakin kuat dalam berbagai output pada jenis media sosial yang sering digunakan oleh masyarakat saat ini.

Adanya kekuatan dari media massa pada era konvergensi media bisa dimanfaatkan oleh oknum tertentu sehingga bisa mempengaruhi masyarakat untuk mempertahankan kekuasaan (Khumairoh, 2021). Sebagaimana yang diketahui bahwa media bisa memberikan informasi dan orang lain akan menerima informasi tersebut. Setiap orang memiliki kebebasan untuk menggunakan media sebagai wadah untuk memberikan pendapat, oleh karena itu dengan adanya media memudahkan siapapun untuk memberikan pengaruhnya kepada orang lain. Sebagaimana adanya radio *streaming* yang memberikan kemudahan bagi penikmat radio sehingga bisa mendengarkan dimanapun (Dhamayanti, 2020). Hal ini membuat pendengar radio bukan hanya terbatas pada satu golongan saja, akan tetapi semuanya bisa menikmati dan perkembangan radio tidak lagi mati karena adanya inovasi yang seperti ini. Adapun radio yang pengiriman sinyalnya dengan cara modulasi dan radioas elektromagnetik, yang mana gelombang ini melintas dan merambat melalui udara dan juga bisa lewat melalui ruang angkasa yang hampa udara dikarenakan gelombang tersebut tidak memerlukan medium pengangkut (Dhamayanti, 2020).

Konvergensi media yang dilakukan tidak hanya merubah peta dan *platform* dalam industri media, akan tetapi tentunya juga mempengaruhi bagaimana cara orang lain dalam mengakses media tersebut (Suminar et al., 2020). Disamping itu, terjadinya peningkatan konvergensi media bisa menyebabkan semakin meluasnya juga penggunaan media tradisional, seperti media cetak yang ada di Indonesia (Chairunnisa, 2022). Hal ini disebabkan oleh media cetak tidak hanya terbatas dengan wilayah yang berdekatan saja, akan tetapi juga bisa diakses dimanapun. Terutama lagi dengan adanya perkembangan media saat ini yang mendukung akses berita secara *online*. Oleh karena itu, berdasarkan hal-hal yang di atas, peneliti akan membahas mengenai inovasi konvergensi media pada era komunikasi digital. Hal ini akan dibahas melalui berbagai media yang mengalami perkembangan dan perubahan dalam suatu kemajuan dan adaptasi dengan masa digital saat ini.

TINJAUAN PUSTAKA

Konvergensi Media

Konvergensi media menurut Pavlik dan McIntosh (Agustin, 2021) adalah menyatunya telekomunikasi, computer dan media dalam lingkungan digital. Konvergensi media, yang mencakup internet, menggabungkan tiga tahap – proses 3C. Proses ini terdiri dari pemrosesan, tahap memasukkan data melalui komputer, tahap komunikasi, tahap di mana proses komunikasi terjadi, dan tahap konten. (Setiawan & Darmastuti, 2021) Perubahan ini sudah banyak mengubah aspek media dan komunikasi. Adapun pendapat lain dari Jenkins (Agustin, 2021) yang menyatakan bahwa konvergensi ini adalah aliran konten ke berbagai media, adanya kerja sama antara berbagai industri media dan perilaku audiensi yang menggunakan berbagai media untuk mengkonsumsi konten. Adanya perpaduan antara teknologi informasi dan komunikasi, media massa dan media komunikasi konvensional. Penggabungan media ini memberikan

hasil inovasi yang semakin canggih dan modern sehingga mendorong masyarakat untuk memenuhi kebutuhan terhadap perkembangan media. Contohnya saja dengan mengkonsumsi dan menggunakan *smartphone* yang bisa mendukung konvergensi media saat ini.

Perubahan dengan konvergensi media ini adalah tantangan tersendiri terhadap media, karena apabila tidak adanya inovasi maka industri media tersebut tidak mengalami kemajuan sehingga berpotensi untuk jatuh. Sebagaimana dalam menjalankan konvergensi media ini, industri media diharuskan mempunyai berbagai media agar bisa dijalankan dalam bentuk *multiplatform* (Agustin, 2021). Apabila sudah dijalankan dalam bentuk *multiplatform* maka akan memberikan keuntungan pada industri media tersebut sekaligus menyesuaikan dengan perkembangan media saat ini. Seperti halnya dalam mengembangkan bisnis saat ini yang mempunyai berbagai macam media sosial agar bisa digunakan sekaligus sebagai media promosi perusahaan. Serta bukan hanya sekedar iklan saja, akan tetapi adanya *update* terus menerus akan membantu dalam peningkatan bisnis yang dijalani.

Era Komunikasi Digital

Masa digitalisasi yang dijalani saat ini sudah mengalami banyak perubahan dan perkembangan dalam kehidupan masyarakat. Penyesuaian dengan adanya perkembangan terhadap teknologi bisa dilakukan dalam bentuk digitalisasi operasional internal suatu perusahaan atau instansi yang tujuannya adalah konsumen (Batoebara, 2021). Pada masa komunikasi digital ini, tidak asing lagi dengan adanya inovasi terhadap komunikasi digital. Adanya inovasi yang memperbanyak hal yang baru, unik, lebih efisien dan lebih baik dari yang sebelumnya. Adanya inovasi dan kolaborasi yang melakukan adaptasi dengan perkembangan pada era komunikasi digital sehingga mengembangkan Sumber Daya Manusia agar lebih unggul lagi.

Era digital yang merupakan kondisi yang mana semua kegiatan mendukung kehidupan dengan adanya teknologi sehingga apapun itu dibantu dan mendapatkan kemudahan (Batoebara, 2021). Begitu juga dengan komunikasi yang mengalami perkembangan pada era digitalisasi. Sebagaimana dalam satu *smartphone* yang dilengkapi dengan berbagai fitur yang canggih ditambah lagi didukung dengan internet sehingga komunikasi juga dapat dilakukan secara maksimal dan dengan mudah terhubung dengan orang lain. Perkembangan pada era digital bisa memperluas lapangan pekerjaan juga karena hal ini tidak lepas dari aspek kehidupan dalam masyarakat. Media digital digunakan untuk menyejahterakan dalam menunjukkan kaitan positif untuk media digital dengan menggunakan fasilitas yang ada (D. Liu et al., 2019). Tujuan dari penciptaan dan pengembangan teknologi untuk memudahkan manusia dalam melakukan aktivitasnya hingga juga bisa mengubah gaya hidup seseorang. Era komunikasi digital ini merubah cara orang lain untuk berkomunikasi satu sama lain. Dikarenakan pada era ini, didukungnya audio dan visual untuk berkomunikasi satu sama lain dengan dukungan internet. Adapun proses suatu aplikasi digunakan untuk mengolah informasi, menyampaikan informasi dan sebagainya didukung oleh perkembangan teknologi ini.

METODOLOGI

Jurnal ini ditulis dengan menggunakan metode penelitian kualitatif dengan teknik pengumpulan data menggunakan studi pustaka. Digunakannya studi pustaka ini menjadi sumber bagi penulis untuk mendapatkan sumber dari berbagai bacaan jurnal agar bisa dilakukannya analisa terhadap tema yang penulis bahas. Adapun jurnal-jurnal yang penulis gunakan ini bertujuan agar lebih menguatkan dan mendapatkan analisis yang tepat terhadap hal yang penulis bahas. Hasil dari bacaan tersebut penulis simpulkan dan sampaikan secara deskriptif pada setiap bagian jurnal ini.

HASIL PENELITIAN

Perkembangan media yang sangat pesat saat ini membuat proses penyampaian sebuah informasi menjadi lebih sangat mudah dan cepat. Secara perkembangan media yang sangat pesat, media semakin dilirik sebagai salah satu cara yang efektif bahkan sebagai media untuk kampanye sehingga dengan demikian sangat mudahnya membagikan informasi kepada masyarakat (Zuhri, 2021). setiap tahun, berbagai media memberikan informasi yang berbeda-beda, baik itu membahas mengenai perekonomian, sosial, politik dan sebagainya. Adanya pemanfaatan media sebagai wadah penyebaran informasi sehingga masyarakat bisa menggunakannya secara maksimal. Informasi yang diberikan melalui media ini menjadi patokan bagi masyarakat terhadap informasi yang didapatkan.

Sebagaimana perkembangannya, media juga mempunyai inovasinya dalam konvergensi media massa dan ini merupakan eksistensi media pada saat ini (Yulianti, 2020). Hal ini dipengaruhi oleh perkembangan internet yang memberikan peluang terhadap media untuk bisa berkembang. Sebagaimana media konvensional yang akan bertahan apabila mampu menyelaraskan diri dan beradaptasi dengan kemajuan pada bidang teknologi (Yulianti, 2020). Semakin adanya perkembangan teknologi, maka media akan semakin berkembang dan menyesuaikan dengan perkembangan saat ini. Hal ini juga adanya pertimbangan terhadap kebutuhan atau hal yang dibutuhkan oleh masyarakat. Ketika adanya penyesuaian dengan kebutuhan masyarakat, maka hal tersebut akan semakin memberikan peluang terhadap media massa dalam konvergensi media massa.

Digitalisasi konten media menyebabkan bertabrakan antara media lama dan baru, yang menyebabkan konvergensi teknologi platform. Konvergensi media tidak hanya perubahan teknologi; itu juga mengubah cara teknologi berinteraksi dengan industri, pasar, genre, dan khalayak. Meskipun konvergensi adalah proses, itu bukan titik akhir. Kami sekarang dapat berkomunikasi dan menggunakan berbagai macam media berkat penyebaran saluran baru dan portabilitas teknologi komputasi dan telekomunikasi. Selain berfungsi sebagai alat telekomunikasi, ponsel juga dapat digunakan untuk bermain game, mengunduh konten dari internet, dan menerima dan mengirim foto atau pesan teks.(Haqqu, 2020).

PEMBAHASAN

Penyebab Konvergensi Media Komunikasi

Terjadinya perkembangan teknologi menjadi pendorong atau penyebab adanya perubahan serta perkembangan konvergensi media saat ini (Suminar et al., 2020). Adanya konvergensi media ini memberikan kemungkinan bagi para profesional dalam bidang media massa agar menyajikan berita, informasi maupun hiburan dengan menggunakan berbagai media. Hal ini akan membantu konvergensi media komunikasi bisa didukung juga oleh penyediaan alat dan kebutuhan yang dapat membantu. Sebagaimana konvergensi media komunikasi ini juga didukung oleh media baru yang menggabungkan data yang terdigitalisasi dengan komputer yang terhubung dengan internet (Suminar et al., 2020). Munculnya media baru ini menjadi pendorong juga dalam gaya hidup pengguna media komunikasi, karena adanya kemajuan teknologi konvergensi yang saat ini semakin maju dan tidak terbatas lagi oleh waktu dan jarak.

Adapun hal yang mendukung perkembangan industri media ini adalah (Khumairoh, 2021) :

- Investasi atau modal
- Sumber Daya Manusia (SDM)
- Perkembangan teknologi
- Media sebagai entitas ekonomi
- Regulasi media

Semakin berkembangnya teknologi, media juga mengikuti perkembangan tersebut sehingga dapat menyesuaikan dengan perkembangan di tengah-tengah masyarakat. Kemajuan teknologi, inovasi dan komunikasi semakin mendorong industri untuk melakukan inovasi. Konvergensi media yang menggabungkan media konvensional dengan media baru sehingga dapat menyebarkan informasi kepada masyarakat (Tika Yulianti, 2020). Kemudahan yang didapatkan oleh masyarakat karena didukung oleh konvergensi media komunikasi ini. Industri media juga memiliki berbagai media dalam menjalankan konvergensi media sehingga adanya kekuatan juga dalam pengembangannya.

Konvergensi Media Komunikasi

Adanya perkembangan teknologi informasi dan komunikasi memberikan dan arah yang baru terhadap perkembangan media komunikasi yang digunakan oleh masyarakat. Hal ini juga dipengaruhi oleh sejak adanya internet di kehidupan masyarakat yang semakin berkembang. Kedatangan internet menjadi tantangan sekaligus peluang bagi media saat ini, dengan adanya internet berbagai hal dapat disatukan dalam satu perangkat. Oleh karena itu saat ini media massa perlu adanya inovasi sehingga bisa menyesuaikan diri dengan adanya perkembangan teknologi yang semakin berkembang saat ini. Dalam hal pengembangannya, dengan demikian maka didukung dengan adanya konvergensi media.

Konvergensi media memberikan kemudahan-kemudahan, terutama dalam perihal jarak jauh (Sedyaningsih, 2018). Hal ini menunjukkan bahwa dengan adanya konvergensi media, semuanya dapat dilakukan dengan efektif dan juga lebih efisien. Walaupun demikian, kendala dari konvergensi media ini adalah pada bagian teknisnya, apabila adanya gangguan teknis, sistem maupun jaringan. Saat ini, konvergensi media memberikan panggung dalam pemanfaatannya yang dapat digunakan secara positif yang membantu dalam pengembangan media komunikasi (Sančanin, 2018). Hal ini dengan menggunakan analisis terhadap teknologi yang digunakan sehingga membantu struktur informasi media berjalan dengan baik (J. Liu, 2020).

Media massa konvensional pada era konvergensi media ini memiliki beberapa karakteristik, yaitu 1) komunikator terlembagakan, 2) pesan bersifat umum, 3) komunikannya anonim dan heterogen, 4) media massa menimbulkan keserempakan, 5) komunikasi massa mengutamakan isi daripada hubungan, 6) komunikasi massa bersifat satu arah, 7) stimuli alat indra terbatas, dan 8) umpan balik tertunda (Suminar et al., 2020). Hal ini menunjukkan bahwa komunikasi massa tidak sesuai dengan perkembangan media saat ini apabila terhenti dengan karakteristik yang demikian, tidak adanya perkembangan. Apabila adanya perubahan dalam cara menyampaikan pesan maka adanya perubahan media komunikasi yang terjadi.

Adanya perubahan mengenai media massa, seperti media massa konvensional yang mana majalah komunikasinya lebih ke satu arah karena tidak bisa melakukan komunikasi secara langsung dengan pembacanya. Sedangkan dengan adanya kemajuan teknologi saat ini, industri majalah sebagai media komunikasi bisa melakukan komunikasi dua arah dengan pembacanya dengan memanfaatkan *platform* atau media sosial yang dibuat khusus untuk majalah tersebut. Sebagaimana adanya kolom komentar yang dapat dimanfaatkan serta fitur menerima pesan juga bisa digunakan sebagai wadah untuk berkomunikasi. Hal ini menjadi bentuk terwujudnya fungsi sosial yang dilakukan secara *online* (Hutomo, 2020). Adanya hubungan komunikasi yang terjalin dengan adanya variasi peran dan hubungan serta kepedulian sehingga disesuaikan diri dan penempatan komunikasi yang dilakukan.

Adanya media *online* ini bisa dilakukan pada saat adanya waktu luang maupun pada waktu-waktu yang sudah ditentukan. Hal termudahnya adalah media *online* dapat diakses walaupun tidak tepat waktu, sehingga dengan mudahnya semua berita atau informasi bisa diakses secara berulang-ulang dan walaupun tidak sesuai dengan waktu tayang atau terbitnya. Dukungan dari media baru yang didukung sebagai penyedia teknologi yang tidak dipisahkan dari media sosial selaku sarana komunikasi. Sebagaimana media sosial yang digunakan sebagai media komunikasi saat ini yang memberikan ruang interaksi antar penggunanya. Penggunaan media baru dan sosial ini menjadi konsep penting dalam komunikasi.

Berbagai aplikasi yang bisa diakses dengan jaringan, yang bisa melalui media aplikasi tersebut dapat membagikan foto dan video (Defede et al., 2021). Misalnya saja dapat digunakan dalam membangun dan mengembangkan sebuah bisnis. Dengan menggunakan tenaga khusus yang mengatur media sosial sehingga bisa mengurus kepentingan untuk visual konten agar dapat mengembangkan bisnis yang dilakukan. Selain itu, komunikasi juga bisa dilakukan dengan konsumen yang melihat dan juga ingin menggunakan jasanya. Serta secara tidak langsung dengan menggunakan media sosial sebagai komunikasi dapat mendukung dan memperkenalkan bisnis tersebut (Sitanggang, 2022). Secara tidak langsung dengan adanya konvergensi media komunikasi ini juga dapat mempermudah dalam mengembangkan suatu bisnis seseorang.

Media massa yang sudah mengalami perubahan dengan menggunakan internet (Suminar et al., 2020) yaitu 1) adanya jurnalisme *online* yang dapat diakses melalui web nya tersendiri, dengan memanfaatkan internet sebagai media komunikasinya sehingga komunikasi dapat dilakukan secara dua arah dan lebih interaktif lagi. 2) televisi digital, dengan adanya penyebaran internet dan menghubungkan komputer dalam jaringan sehingga seluruh informasi dari berbagai media bisa dilihat dimana dan kapanpun. 3) radio *streaming*, penyajian siaran radio juga bisa dilakukan dalam website. Hal ini menunjukkan bahwa teknologi dalam konvergensi media komunikasi memberikan pengaruh yang luar biasa sehingga bisa digunakan untuk menyimpan, memanipulasi dan memodifikasi segala hal. Secara tidak langsung dapat dipahami bahwa pada era komunikasi digital ini mendorong perubahan dari karakteristik media komunikasi sehingga dapat meningkatkan akses ke wilayah lain juga tanpa perlu memikirkan jangkauan wilayah dan perbedaan waktu.

Menurut Gustafsson dan Schwarz (Tika Yulianti, 2020) bahwa konvergensi media ini sebagai produk hasil integrasi dari beberapa teknologi. Semakin berkembangnya teknologi, maka pengkonsumsi media juga mendapatkan kemudahan dalam aktivitasnya. Misalnya saja yang mengkonsumsi media secara *online* saat ini juga terbilang cukup tinggi, hal ini menunjukkan bahwa perkembangan teknologi bisa mendorong minat dari masyarakat yang ikut beradaptasi dengan perkembangan teknologi. Sebagaimana data dalam (Tika Yulianti, 2020) yang mana dalam penelitiannya ia menyebutkan bahwa konsumen media di Indonesia menggunakan rata-rata waktunya selama lima jam setiap hari untuk membaca berita baik media konvensional maupun internet. Faktanya adalah, media konvensional masih eksis hingga saat ini.

Konvergensi media yang menggabungkan berbagai teknologi mampu berdampak kepada seluruh aspek kehidupan. Media komunikasi yang didukung oleh internet mendapatkan dampak yang signifikan terhadap adanya media sosial. Walaupun demikian, media penyiaran saja misalnya juga mempertahankan eksistensi media, akan tetapi turut membersamai perkembangan yang ada saat ini. Adanya peningkatan konvergensi media menyebabkan semakin meluasnya penggunaan media tradisional di Indonesia (Chairunnisa, 2022). Sehingga adanya peningkatan dan penyesuaian dengan

perkembangan dan diterapkannya juga konvergensi media yang beradaptasi dengan teknologi.

KESIMPULAN DAN REKOMENDASI

Media komunikasi yang saat ini memiliki fokus mengenai media yang mewadahi manusia untuk berkomunikasi dengan pengembangan-pengembangan yang ada. Adanya konvergensi media ini dinilai sebagai suatu kemajuan dalam perkembangan teknologi dan sekaligus menjadi tantangan juga dalam dunia permediaan, hal ini karena begitu banyak jenis media yang akan berinovasi kedepannya. Kunci dari konvergensi ini terjadi adalah digitalisasi, sebagaimana yang diketahui bahwa saat ini adalah era digital yang mana seluruh konten, informasi dan data diubah dari format analog ke digital. Adanya konvergensi media ini memiliki dampak positif dan negatif pada kemajuan industri media massa. Hal ini karena konvergensi media menjadikan media semakin kuat dalam berbagai output pada jenis teknologi dan platform media sosial yang sering digunakan oleh masyarakat saat ini.

Semakin berkembangnya teknologi, media juga mengikuti perkembangan tersebut sehingga dapat menyesuaikan dengan perkembangan di tengah-tengah masyarakat. Kemajuan teknologi, inovasi konten dan penyatuan platform semakin mendorong industri untuk melakukan inovasi. Konvergensi media yang menggabungkan media konvensional dengan media baru sehingga dapat menyebarkan informasi kepada masyarakat. Adanya media *online* ini bisa dilakukan pada saat adanya waktu luang maupun pada waktu-waktu yang sudah ditentukan. Hal termudahnya adalah media *online* dapat diakses walaupun tidak tepat waktu, sehingga dengan mudahnya semua berita atau informasi bisa diakses secara berulang-ulang dan walaupun tidak sesuai dengan waktu tayang atau terbitnya. Dukungan dari media baru yang didukung sebagai penyedia teknologi yang tidak dipisahkan dari media sosial selaku sarana komunikasi.

PENELITIAN LANJUTAN

konvergensi media sangat dipengaruhi oleh perkembangan teknologi, Peneliti selanjutnya diharapkan mampu mengidentifikasi tren teknologi terkini dan inovasi terbaru dalam media dan teknologi. Ini akan membantu memahami bagaimana media digital terus berubah.

UCAPAN TERIMA KASIH

Peneliti mengucapkan terimakasih banyak terhadap orang terdekat yang membantu memberikan masukan, saran dan kritik terhadap penulis agar penulis mampu menyelesaikan penelitian dengan baik.

DAFTAR PUSTAKA

- Agustin, D. A. C. (2021). Tantangan Media Konvergensi Dan Digitalisasi. *Jurnal Al-Maquuro'*, 02(1), 1-12.
- Chairunnisa, M. R. (2022). Konvergensi Digital Radio Arbes Fm Padang Dalam Menyiarkan Program Magrib Mengaji. *Jurnal Komunikasi Dan Penyiaran Islam*, 13(1), 27-39.
- Defede, N., Magdaraog, N. M., Thakkar, S. C., & Bizel, G. (2021). Understanding How Social Media Is Influencing the Way People Communicate: Verbally and Written. *International Journal of Marketing Studies*, 13(2), 1. <https://doi.org/10.5539/ijms.v13n2p1>
- Deuze, M. (2020). the Role of Media and Masscommunication Theory in the Global Pandemic. *Communication Today*, 11(2), 3-16.
- Dhamayanti, M. (2020). PEMANFAATAN MEDIA RADIO di ERA DIGITAL. *Jurnal Ranah Komunikasi (JRK)*, 3(2), 82. <https://doi.org/10.25077/rk.3.2.82-89.2019>
- Haqu, R. (2020). ERA BARU TELEVISI DALAM PANDANGAN. 16(1), 15-20.
- Hutomo, M. S. (2020). Bertahan untuk Hidup: Konvergensi Pers Cetak dalam Industri Digital Media. *CARAKA : Indonesian Journal of Communications*, 1(1), 30-37. <https://doi.org/10.25008/caraka.v1i1.40>
- Khumairoh, U. (2021). Dampak Konglomerasi Media Terhadap Industri Media Massa dan Demokrasi Ekonomi Politik di Era Konvergensi Media. *Muqoddima Jurnal Pemikiran Dan Riset Sosiologi*, 2(1), 63-78. <https://doi.org/10.47776/mjprs.002.01.05>
- Liu, D., Baumeister, R. F., Yang, C. C., & Hu, B. (2019). Digital communication media use and psychological well-being: A meta-analysis. *Journal of Computer-Mediated Communication*, 24(5), 259-274. <https://doi.org/10.1093/ccc/zmz013>
- Liu, J. (2020). *Analysis on the Role of Convergent Journalism in Media Community and Press Circles*. 497(Iclahd), 31-35. <https://doi.org/10.2991/assehr.k.201215.387>
- Sančanin, B. (2018). The impact of media convergence on the development of integrated corporate communication in tourism. *Bizinfo Blace*, 9(2), 81-102. <https://doi.org/10.5937/bizinfo1802081s>

- Sedyaningsih, S. (2018). Konvergensi Media Di Era Digital (Eksplorasi Media Komunikasi Dalam Proses Belajar Mengajar Di Era Digital). *Jurnal Pendidikan Terbuka Dan Jarak Jauh*, 19(1), 52–57. <https://doi.org/10.33830/ptjj.v19i1.317.2018>.
- Setiawan, H., & Darmastuti, R. (2021). Strategi Komunikasi Radio Suara Salatiga Dalam Upaya Mendapatkan Loyalitas Pendengar Di Era Digital (Studi Konvergensi Media Dengan Pendekatan Budaya Lokal). *Komuniti : Jurnal Komunikasi Dan Teknologi Informasi*, 13(2), 159–174. <https://doi.org/10.23917/komuniti.v13i2.14089>
- Sitanggang, A. O. (n.d.). *Membangun Brand Trust di Era Konvergensi Media (Brand Trust Wedding organizer di Bandung Raya) Building Brand Trust in the Age of Media Convergence (Brand Trust Wedding organizer in Greater Bandung) bisa diantara kasus penipuan yang dilakukan cara . T. 81.*
- Suminar, P., Sunaryanto, H., & Raya Kandang Limun, J. (2020). TRANSFORMASI KARAKTERISTIK KOMUNIKASI DI ERA KONVERGENSI MEDIA Transformation of Characteristics Communication Media in Convergence Era 1) 2) 3). *Jurnal Magister Ilmu Komunikasi*, 6(1), 83–134.
- Tika Yulianti. (2020). Eksistensi Media Massa Konvensional Di Tengah Terpaan Media Baru (New Media). *Jurnal Kajian Dan Terapan Media*, 1(1), 1–10.