



KOMUNIKASI MASSA DALAM PROGRAM NTV MORNING: RESPONS STASIUN TV NTV TERHADAP TANTANGAN KONVERGENSI MEDIA

Suardin Ndruru^{1*}, Veronika Setyadji², Dedy Zebua³

^{1,2} Program Studi Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Komunikasi,
Universitas Indonesia Maju, Jl. Harapan No. 50 Lenteng Agung Jakarta Selatan

*Penulis Korespondensi: suardin.ndruru@gmail.com.

Abstract. *The transformation of digital technology has fundamentally changed the pattern of mass communication, from a one-way linear model to a two-way interactive model. This change requires broadcasters not only to convey information through television broadcasts but also to be able to adapt to the behavior of digital audiences who access information through various online platforms. In this context, Nusantara TV, through its NTV Morning program, faces the challenge of media convergence, which requires the integration of technology, content, and distribution strategies across channels. This study aims to analyze how the NTV Morning program responds to the challenges of media convergence through the implementation of a multiplatform production strategy. The study uses a qualitative approach with data collection techniques such as observation, in-depth interviews, documentation, and triangulation. The research informants consist of three key parties directly involved in the production of the NTV Morning program. The study found that the production process of the NTV Morning program takes place in three main stages: pre-production, production, and post-production, which are carried out simultaneously and collaboratively. This program implements the convergence of technology, content, and industry, and develops a distribution strategy based on an analysis of digital trends and audience preferences on television, YouTube, TikTok, Instagram, WhatsApp Channel, Facebook, and X (Twitter). NTV Morning not only upholds the principles of conventional journalism but also integrates one-way and two-way mass communication practices. This makes the program an adaptive news production model relevant to the digital media ecosystem.*

Keywords: *Media Convergence, Digital Communication, Multiplatform, News Production* .

Abstrak. Transformasi teknologi digital telah mengubah secara mendasar pola komunikasi massa, dari model linier satu arah menjadi interaktif dua arah. Perubahan ini menuntut lembaga penyiaran tidak hanya menyampaikan informasi melalui siaran televisi, tetapi juga mampu menyesuaikan diri dengan perilaku audiens digital yang mengakses informasi melalui berbagai platform daring. Dalam konteks ini, Nusantara TV melalui program NTV Morning menghadapi tantangan konvergensi media yang menuntut integrasi teknologi, konten, dan strategi distribusi lintas kanal. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis bagaimana program NTV Morning merespons tantangan konvergensi media melalui penerapan strategi produksi multiplatform. Penelitian menggunakan pendekatan kualitatif dengan teknik pengumpulan data berupa observasi, wawancara mendalam, dokumentasi, dan triangulasi. Informan penelitian terdiri dari tiga pihak kunci yang terlibat langsung dalam produksi program NTV Morning. Penelitian menemukan bahwa proses produksi program NTV Morning berlangsung dalam tiga tahap utama pra-produksi, produksi, dan pascaproduksi yang dilaksanakan secara simultan dan kolaboratif. Program ini menerapkan konvergensi teknologi, konten, dan industri, serta menyusun strategi distribusi berdasarkan analisis tren digital dan preferensi audiens di televisi, YouTube, TikTok, Instagram, WhatsApp Channel, Facebook, dan X (Twitter). NTV Morning tidak hanya mempertahankan prinsip jurnanisme konvensional, tetapi juga mengintegrasikan praktik komunikasi massa satu arah dan dua arah. Hal ini menjadikan program tersebut sebagai model produksi berita adaptif yang relevan dengan ekosistem media digital.

Kata Kunci: Konvergensi Media, Komunikasi Digital, Multiplatform, Produksi Berita

1. LATAR BELAKANG

Transformasi Komunikasi Massa dan Fenomena Digitalisasi Dalam dua dekade terakhir, lanskap komunikasi massa telah mengalami pergeseran paradigma dari model linier menjadi proses interaktif yang kompleks. Tradisionalnya, media massa (surat kabar, radio, dan televisi) berperan sebagai pengirim pesan tunggal kepada audiens pasif (Muhamad Bisri Mustofa et al., 2022).. Namun, kehadiran internet dan perangkat digital telah mengaburkan batas antara komunikator dan komunikan. Fenomena ini melahirkan peran baru audiens sebagai prosumer (produsen sekaligus konsumen) yang tidak hanya menerima informasi, tetapi juga memproduksi dan membagikannya secara real-time (Ilmu et al., 2024).

Eksistensi Media Massa dan Tantangan Konvergensi Sebagai institusi sosial, media massa memegang fungsi informatif, edukatif, rekreatif, dan kontrol sosial (Habibie, 2018). Di era digital, fungsi ini meluas menjadi ruang diskusi publik yang menuntut media konvensional untuk melakukan konvergensi. Konvergensi media bukan sekadar penyatuan teknologi, melainkan integrasi konten, platform, dan audiens dalam satu ekosistem digital (Nugroho, 2020 dalam Mardhiyyah, 2023). Tantangan utama bagi media tradisional, khususnya televisi, adalah perubahan perilaku konsumsi masyarakat dari siaran linier yang terjadwal menuju konten on-demand yang fleksibel melalui platform seperti YouTube, TikTok, dan media sosial lainnya (Nugroho & Simangunsong, 2024).

Adaptasi Strategis: Studi Kasus Nusantara TV (NTV) Implementasi kebijakan Analog Switch Off (ASO) tahun 2022 di Indonesia mempercepat transisi stasiun televisi menuju sistem digital yang lebih jernih dan interaktif (KOMDIGI, 2024). Nusantara TV (NTV), sebagai stasiun televisi yang fokus pada konten aktual dan edukatif, merespons tantangan ini melalui strategi multiplatform. Salah satu manifestasi nyata dari adaptasi ini terlihat pada program unggulan "NTV Morning". Program ini tidak lagi hanya mengandalkan siaran televisi konvensional, tetapi telah bertransformasi dengan mendistribusikan konten secara spesifik (pendek, visual, dan interaktif) ke berbagai kanal digital seperti YouTube, Instagram, dan TikTok untuk menjangkau khalayak yang lebih luas.

Urgensi dan Kebaruan Penelitian (State of the Art) Beberapa penelitian terdahulu telah mengkaji konvergensi media, seperti strategi pada program hiburan Indonesian Idol X (Adib et al., 2020), inovasi pada televisi lokal Gemilang TV (Yuanda, 2022), dan adaptasi format digital pada program talkshow di iNews (Oktavianingtyas & Rusadi, 2021). Namun, penelitian ini memiliki kebaruan dengan memfokuskan kajian pada respons institusional menyeluruh sebuah stasiun TV swasta nasional melalui program berita harian (news magazine) dalam mengelola siklus produksi—dari praproduksi hingga pascaproduksi—di tengah disrupsi digital.

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis: Bagaimana respons Nusantara TV (NTV), khususnya melalui program NTV Morning, terhadap tantangan konvergensi media dalam aspek produksi, distribusi, dan interaksi audiens di era digital? Penelitian ini

diharapkan memberikan kontribusi teoretis bagi kajian ilmu komunikasi massa serta manfaat praktis bagi manajemen media dalam menyusun strategi adaptasi yang kompetitif dan berkelanjutan.

2. KAJIAN TEORITIS

2.1. Dinamika Komunikasi Massa di Era Digital

Komunikasi massa didefinisikan sebagai proses penyampaian pesan kepada khalayak luas, heterogen, dan anonim melalui saluran teknologi (Suhairi et al., 2023). Berbeda dengan komunikasi interpersonal, komunikasi massa dikelola oleh institusi media terstruktur yang memiliki otoritas dalam produksi dan distribusi informasi (Wazis, 2022). Secara tradisional, model ini bersifat satu arah dan terpusat dengan tujuan menimbulkan efek tertentu pada audiens (Lasswell, 2022).

Namun, kehadiran media digital telah mentransformasi audiens dari penerima pasif menjadi "prosumer" yang aktif berpartisipasi dalam distribusi pesan (Oktavianingtyas & Rusadi, 2021). Meski mengalami perluasan fungsi, karakteristik utama seperti keterpisahan antara pengirim dan penerima serta jangkauan yang luas tetap menjadi esensi dari komunikasi massa (McQuail, 2020).

2.2. Media Massa sebagai Agen Realitas Sosial

Media massa bukan sekadar saluran teknis, melainkan institusi sosial yang membentuk persepsi masyarakat melalui pembingkaihan (framing) isu (McQuail & Deuze, 2020). McLuhan (2021) menyebut media sebagai "perpanjangan indera manusia" yang mampu melampaui batasan ruang dan waktu. Dalam menjalankan perannya, media massa memiliki fungsi strategis, antara lain:

1. Informasi dan Sosialisasi: Menyebarkan nilai dan norma sosial (Ibrahim & Samsiah, 2022).
2. Kontrol Sosial: Menjadi lembaga pengawas (watchdog) terhadap kebijakan publik dan ketidakadilan (Nur, 2021).
3. Agenda Setting: Menentukan signifikansi suatu isu dalam opini publik (McQuail, 2020).

2.3. Konvergensi Media dan Transformasi Digital

1. Konvergensi media merupakan integrasi antara teknologi komunikasi, informasi, dan konten ke dalam satu sistem yang saling terhubung (Khumairoh, 2021). Fenomena ini mencakup tiga dimensi utama:
2. Konvergensi Teknologi: Penggabungan berbagai fungsi ke dalam satu perangkat, seperti smartphone.
3. Konvergensi Konten: Distribusi narasi tunggal melalui multiplatform (TV, web, media sosial) guna meningkatkan keterlibatan audiens (Pangestu et al., 2022).
4. Konvergensi Industri: Penggabungan perusahaan media untuk efisiensi operasional dan konsistensi konten.

2.4. Media Digital: Karakteristik dan Tantangan Industri Televisi

Media digital menawarkan keunggulan berupa interaktivitas, kecepatan informasi (immediacy), dan personalisasi konten berbasis algoritma (Swani et al., 2024). Berbeda dengan media linier, media digital memungkinkan storage and retrieval tanpa batas fisik serta kemampuan multimedia yang menggabungkan teks, audio, dan video (Gushevinalti et al., 2020).

Bagi industri televisi, pergeseran perilaku audiens menuju konten on-demand merupakan tantangan eksistensial. Lembaga penyiaran harus beradaptasi melalui transformasi digital dan pemanfaatan data analytics untuk mempertahankan relevansi (Swani et al., 2024). Transformasi ini bukan sekadar upaya bertahan, melainkan peluang bagi stasiun televisi untuk memperluas jangkauan geografis dan membangun loyalitas pemirsa melalui komunikasi dua arah di platform digital.

3. METODE PENELITIAN

3.1. Jenis dan Pendekatan Penelitian

Penelitian ini menggunakan metode kualitatif dengan pendekatan studi kasus. Pendekatan ini dipilih untuk mengeksplorasi fenomena komunikasi massa secara mendalam dan kontekstual, khususnya mengenai strategi adaptasi program *NTV Morning* di Nusantara TV dalam menghadapi tantangan konvergensi media (Milyane et al., 2023; Murdiyanto, 2020).

3.2. Subjek dan Informan Penelitian

Subjek penelitian adalah program berita "NTV Morning". Informan ditentukan menggunakan teknik *purposive sampling* dengan kriteria memiliki posisi strategis dan keterlibatan langsung dalam proses produksi serta manajerial digital.

Tabel 3.1 Daftar Informan

No.	Nama	Jabatan	Keterangan
1	Syifa Hamdhani	Eksekutif Produser	<i>Key Informan</i>
2	Abdallah Ardayasah	General Manager Digital dan Kreatif	Informan 1
3	Riyadh Nur Hidayatullah	Produser <i>NTV Morning</i>	Informan 2

3.3. Lokasi dan Waktu Penelitian

Penelitian dilaksanakan di kantor pusat Nusantara TV, Jakarta Timur. Waktu penelitian berlangsung selama tiga bulan, mulai dari Mei hingga Juli 2025, mencakup tahap persiapan, pengumpulan data, hingga penyusunan laporan.

3.4. Teknik Pengumpulan Data

Untuk menjamin validitas data, peneliti menggunakan teknik triangulasi sumber yang terdiri dari:

- **Wawancara Mendalam:** Dilakukan secara semi-terstruktur kepada pihak manajerial dan produksi untuk menggali aspek motivasi dan kebijakan institusional.
- **Observasi Partisipatif:** Pengamatan langsung di ruang produksi untuk melihat koordinasi kru dan penggunaan teknologi konvergen.
- **Studi Dokumentasi:** Analisis terhadap skrip, *rundown*, arsip siaran, dan dokumen internal organisasi.
- **Analisis Konten:** Penelahan visual dan naratif pada episode *NTV Morning* di televisi serta interaksi audiens di media sosial (YouTube/Instagram).

3.5. Teknik Analisis Data

Data dianalisis menggunakan model interaktif (Qomaruddin & Sa'diyah, 2024) yang meliputi tiga tahapan:

1. **Reduksi Data:** Mentranskripsi hasil wawancara, merangkum catatan lapangan, dan mengklasifikasikan data berdasarkan tema (strategi multiplatform, hambatan, dan adaptasi).
2. **Penyajian Data:** Mengorganisasikan data ke dalam tabel tematik dan narasi deskriptif yang menyertakan kutipan langsung informan.
3. **Penarikan Kesimpulan:** Melakukan interpretasi akhir dengan membandingkan temuan dari berbagai sumber data (triangulasi) untuk memastikan kredibilitas hasil penelitian.

4. HASIL DAN PEMBAHASAN

4.1. Transformasi Digital dan Strategi Konvergensi Nusantara TV

Hasil penelitian menunjukkan bahwa Nusantara TV (NTV) telah melakukan transformasi media yang fundamental untuk menjaga relevansi di era digital. Strategi ini bukan sekadar pemindahan platform distribusi, melainkan perubahan pola pikir dan struktur organisasi secara menyeluruh. NTV mengadopsi model konvergensi yang mengintegrasikan siaran terestrial dengan berbagai platform digital seperti YouTube, Instagram, TikTok, Facebook, dan WhatsApp Channel.

Salah satu temuan kunci adalah pembentukan Satgas 360, sebuah unit kerja kolaboratif lintas fungsi yang terdiri dari tim redaksi, grafis, digital, dan produksi yang bekerja dalam satu ruang koordinasi terpadu. Struktur ini memangkas birokrasi produksi dan memastikan satu konten berita dapat diadaptasi secara efisien ke dalam berbagai format (versi panjang untuk TV, versi pendek untuk media sosial, hingga teaser interaktif).

4.2. Karakteristik Produksi Berita Berbasis Data dan Analitik

Pergeseran signifikan terlihat pada proses pengambilan keputusan editorial yang kini sangat mempertimbangkan analitik digital secara *real-time*. Berbeda dengan model konvensional yang mengandalkan intuisi jurnalis, redaksi NTV kini melibatkan tim

digital dalam rapat harian untuk memberikan masukan berbasis data mengenai topik yang berpotensi viral dan kecenderungan audiens.

Penelitian ini menemukan bahwa NTV menerapkan strategi *side angle* pada isu-isu viral di media sosial untuk memberikan nilai tambah jurnalistik dan memperpanjang masa aktif konten (*long-tail content*). Selain itu, NTV mulai mengintegrasikan teknologi *Artificial Intelligence* (AI) dalam proses produksi untuk memperkuat konten di berbagai platform.

4.3. Analisis Proses Produksi Program "NTV Morning"

Sebagai objek studi kasus, program *NTV Morning* menunjukkan implementasi konvergensi pada tiga tahapan produksi:

- **Pra-Produksi:** Dimulai sejak pukul 03.00 WIB, tahap ini berfungsi menetapkan *Rundown* yang tidak hanya berdasarkan agenda institusional, tetapi juga pantauan *User Generated Content* (UGC) dan tren media sosial. Penentuan topik diprioritaskan pada isu yang memiliki potensi keterlibatan digital (*digital engagement*) yang tinggi.
- **Produksi:** Proses berlangsung secara paralel dan multikanal. Saat siaran langsung TV berjalan, tim digital secara simultan memetakan bagian-bagian konten yang akan dipotong untuk kebutuhan TikTok, Instagram Reels, dan YouTube Shorts.
- **Pascaproduksi:** Tahap ini berfokus pada optimalisasi distribusi dan evaluasi konten berdasarkan analitik waktu aktif pengguna (*peak time*). Satu berita utama dapat didistribusikan menjadi lima versi berbeda sesuai karakteristik platform masing-masing.

4. 4. Pembahasan

Temuan penelitian menunjukkan bahwa Nusantara TV, khususnya melalui program *NTV Morning*, telah menunjukkan respons proaktif terhadap tantangan konvergensi media. Jika dalam teori komunikasi massa klasik sebagaimana dijelaskan oleh Harold Lasswell (2022), proses komunikasi bersifat satu arah, publik, anonim, dan dikendalikan institusi media, maka dalam praktiknya kini pola tersebut telah bergeser.

NTV tidak lagi mengandalkan struktur kerja linier antara produksi dan penyiaran, tetapi membentuk sistem kolaboratif lintas divisi. Tim redaksi, digital, dan portal berita bekerja dalam satu struktur koordinatif. Hal ini mencerminkan adanya konvergensi

industri dan konten, sebagaimana dikemukakan oleh Catur Nugroho (2020) dan Khumairoh (2021), yang menjelaskan bahwa konvergensi tidak hanya terjadi dalam teknologi, tetapi juga dalam organisasi dan strategi kerja media.

Penelitian ini memperluas temuan Oktavianingtyas dan Rusadi (2021) yang sebelumnya menyatakan bahwa strategi konvergensi penting untuk mempertahankan eksistensi televisi, namun terbatas pada *talk show*. Penelitian ini justru menunjukkan bahwa konvergensi dapat diterapkan secara lebih kompleks dalam konteks produksi berita harian.

Pada tahap pra-produksi, tim *NTV Morning* melakukan kurasi isu berdasarkan empat sumber utama: laporan reporter lapangan, agenda institusi, pantauan media sosial, dan data dari mitra newswire seperti Antara, *AFP*, dan *Reuters*. Tim digital juga menambahkan insight dari *platform* seperti *YouTube*, *TikTok*, *Instagram*, *Facebook*, *X* (Twitter) hingga *WhatsApp Channel*, yang kemudian menjadi bahan pertimbangan editorial.

Dalam proses ini, tim tidak hanya merancang konten untuk siaran televisi, tetapi juga merancang strategi distribusi untuk kanal-kanal digital. *Rundown* yang disusun bersifat fleksibel dan dapat berubah sewaktu-waktu mengikuti perkembangan isu viral. Hal ini mendukung gagasan McQuail dan Deuze (2020) yang menyatakan bahwa komunikasi massa kini bersifat adaptif, interaktif, dan terdesentralisasi.

Penelitian ini memperluas cakupan riset Pangestu et al. (2022) tentang strategi 3M (multimedia, multichannel, dan *multiplatform*) dengan menunjukkan bahwa keputusan redaksional saat ini didasarkan pada performa konten sebelumnya, insight tren, dan ekspektasi digital audience.

Pada tahap produksi, seluruh tim bekerja secara simultan. Tim televisi menyiarkan program secara langsung mulai pukul 06.00 WIB, sementara tim digital mulai mengemas konten untuk *YouTube*, *TikTok*, *Instagram*, *Facebook*, *X* (Twitter) hingga *WhatsApp Channel*. Produksi berlangsung dalam sistem koordinasi penuh di bawah arahan Program Director.

Setiap *platform* memiliki gaya dan format yang berbeda. Untuk *YouTube*, tim menyiapkan versi panjang (*full show*) dan versi pendek (per segmen). Untuk *TikTok* dan *Instagram Reels*, tim menyusun konten cepat berdurasi 15-60 detik yang bersifat visual dan ringan. Untuk *X* (Twitter), tim membuat *headline*, kutipan, dan infografik.

Konvergensi ini tidak hanya mencerminkan integrasi teknologi, tetapi juga menunjukkan perubahan dalam logika kerja media. Sejalan dengan konsep prosumer (Swani et al., 2024), audiens kini tidak hanya dikonstruksi sebagai penerima pesan, tetapi sebagai pengarah konten melalui engagement, komentar, dan viralitas.

Penelitian ini memperkuat studi Gushevinalti et al. (2020), yang menyatakan bahwa media digital menuntut sistem kerja berbasis kecepatan, visualitas, dan personalisasi. Dalam konteks *NTV Morning*, prinsip tersebut diterapkan secara konkret dalam penyusunan isi dan distribusi lintas kanal.

Tahap pascaproduksi berfokus pada optimalisasi distribusi dan evaluasi konten. Tim digital memotong siaran menjadi konten pendek yang disesuaikan dengan karakter *platform*. Satu berita utama dapat dijadikan lima versi berbeda: video full di *YouTube*, teaser di *Instagram*, versi ringan di *TikTok*, *polling* di *WhatsApp*, dan caption untuk *X (Twiter)*.

Distribusi dilakukan berdasarkan analitik waktu aktif pengguna (*peak time*). *TikTok* dan *Instagram* diunggah pagi dan malam, *YouTube* pada siang hari, sedangkan *Facebook* dan *X (Twiter)* disesuaikan dengan waktu jeda kerja. Tim juga menganalisis komentar dan engagement sebagai bentuk evaluasi. Hal ini menunjukkan bahwa proses produksi tidak berhenti setelah siaran, tetapi terus berkembang sesuai reaksi audiens.

Penelitian ini mendukung, melengkapi, dan memperluas hasil penelitian sebelumnya di bidang komunikasi dan konvergensi media. Temuan ini memperkuat argumentasi bahwa stasiun televisi mampu bertahan di era digital apabila mampu beradaptasi secara struktural dan strategis. Penelitian ini juga menambahkan dimensi baru dalam studi konvergensi dengan mengkaji produksi berita langsung (*Live news*) yang sebelumnya belum banyak dibahas dalam literatur.

5. KESIMPULAN DAN SARAN

Berdasarkan hasil penelitian dan analisis terhadap proses produksi program *NTV Morning* di Nusantara TV, dapat disimpulkan bahwa lembaga penyiaran lokal ini telah menunjukkan respons yang progresif dan adaptif terhadap tantangan konvergensi media. Transformasi yang terjadi tidak hanya bersifat teknologis, tetapi juga struktural, strategis, dan kultural dalam praktik kerja redaksional.

Pertama, pada tahap pra-produksi, tim tidak hanya mengandalkan laporan institusional dan peliputan lapangan, tetapi juga menjadikan data digital dan tren media

sosial sebagai bahan pertimbangan editorial. *Rundown* disusun secara fleksibel dan responsif terhadap dinamika isu publik.

Kedua, pada tahap produksi, kegiatan siaran tidak lagi dilakukan secara linier, melainkan secara paralel dan terintegrasi antara tim televisi dan digital. Proses produksi konten berjalan simultan untuk berbagai *platform*, seperti televisi, *YouTube*, *TikTok*, *Instagram*, *WhatsApp Channel*, *Facebook*, dan *X (Twitter)*, dengan format dan strategi yang disesuaikan.

Ketiga, pada tahap pascaproduksi, tim melakukan adaptasi konten secara kreatif dan strategis. Satu segmen berita utama dapat dipecah menjadi berbagai format untuk menjangkau audiens yang berbeda. Proses distribusi dilakukan berbasis data algoritma, dan evaluasi performa konten digital digunakan sebagai dasar penyusunan konten selanjutnya.

Secara keseluruhan, penelitian ini menunjukkan bahwa Nusantara TV telah berhasil memenuhi prinsip konvergensi media melalui integrasi teknologi, konten, dan distribusi *multiplatform*. Temuan ini sekaligus memperkuat teori konvergensi media, serta membuktikan bahwa stasiun televisi lokal seperti NTV dapat bertahan dan berkembang apabila mampu membangun sistem kerja *multiplatform*, memanfaatkan partisipasi audiens sebagai prosumer, dan mengadopsi pola komunikasi massa yang bersifat hibrida satu arah dalam siaran, sekaligus dua arah dalam distribusi digital.

Meskipun demikian, proses adaptasi yang dijalankan tidak sepenuhnya bebas dari tantangan. Beberapa kendala yang dihadapi meliputi kebutuhan peningkatan kapasitas sumber daya manusia, kompleksitas teknis distribusi lintas *platform*, persoalan hak cipta, serta perlunya mekanisme evaluasi yang terus diperbarui. Secara lebih luas, hasil penelitian ini menegaskan bahwa NTV mampu menunjukkan kapasitas institusi penyiaran lokal dalam menerapkan konvergensi secara menyeluruh dan substansial, asalkan didukung dengan sistem kerja yang kolaboratif, berbasis data, dan responsif terhadap dinamika konsumsi informasi audiens digital.

6. SARAN

Bagi Manajemen Nusantara TV, disarankan untuk memperkuat pelatihan internal terkait produksi *multiplatform*, khususnya dalam penguasaan algoritma *platform* digital, manajemen hak cipta, dan pengembangan konten berbasis segmentasi audiens. Selain itu,

diperlukan penguatan sistem evaluasi performa konten yang terintegrasi dengan proses perencanaan editorial.

Untuk penelitian selanjutnya, penelitian ini dapat dikembangkan lebih lanjut dengan menelaah bagaimana praktik konvergensi diterapkan dalam jenis program lain seperti hiburan, *talk show*, atau dokumenter. Kajian juga dapat diperluas untuk mengeksplorasi dampak konvergensi terhadap identitas jurnalisme lokal, serta keterlibatan audiens dalam ranah etika dan kebijakan redaksional.

DAFTAR REFERENSI

- Amelia, S. S., & Iswadi. (2023). Strategi Komunikasi Pemasaran Sebagai Media Promosi Dalam Meningkatkan Penjualan Pada PT Tunas Jaya. *Technomedia Journal*, 8(3), 1–13. <https://doi.org/10.33050/tmj.v8i3.2087>
- Anto, R. P., Nur, N., Yusriani, Ardah, F. K., Ayu, J. D., Nurmahdi, A., Apriyeni, B. A. R., Purwanti, Adrianingsih, arita Y., & Putra, M. F. P. (2024). Metode Penelitian Kualitatif: Teori dan Penerapannya. In *Angewandte Chemie International Edition*, 6(11), 951–952. (Vol. 2).
- Baku Pangestu, H., Yusuf, D., Handayani, A., Yulianita, N., Studi Doktor Ilmu Komunikasi, P., & Islam Bandung, U. (2024). *Konvergensi media radio dalam upaya mempertahankan eksistensi di era digital*. 10(1).
- Bisri Mustofa, M. (2022). Fungsi Komunikasi Massa Dalam Film. *At-Tawasul*, 2(1), 1–8. <https://doi.org/10.51192/ja.v2i1.324>
- Felisia, A., & Wijayani, I. (2022). Eksistensi Tv Lokal Inews Tv Palembang Dan Pal Tv Dalam Pemberitaan Di Era Konvergensi. *Jurnal Pustaka Komunikasi*, 5(2), 382–388. <https://doi.org/10.32509/pustakom.v5i2.2221>
- Gushevinalti, G., Suminar, P., & Sunaryanto, H. (2020). Transformasi Karakteristik Komunikasi Di Era Konvergensi Media. *Bricolage: Jurnal Magister Ilmu Komunikasi*, 6(01), 083. <https://doi.org/10.30813/bricolage.v6i01.2069>
- Habibie, D. K. (2018). Dwi Fungsi Media Massa. *Interaksi: Jurnal Ilmu Komunikasi*, 7(2), 79. <https://doi.org/10.14710/interaksi.7.2.79-86>
- Ibrahim, I., & Samsiah. (2022). Fungsi Media Massa Bagi Masyarakat Di Desa Moibaken (Studi Fungsi Dan Media Massa Di Masyarakat Desa Moibaken). *Kopi Susu: Jurnal Komunikasi, Politik & Sosiologi*, 4(1), 38–49.
- Ichsan, M., Hasnah, R., Faiz, M., & Musi, S. (2024). Analisis Konvergensi Media: Studi Transformasi Dari Media Analog ke Media Digital. *Triwikrama: Jurnal Ilmu Sosial*, 4(4), 19–30. <http://ejournal.warunayama.org/index.php/triwikrama/article/view/4422%0Ahttp://ejournal.warunayama.org/index.php/triwikrama/article/download/4422/4097>
- Ilmu, J., Dan, K., Politik, S., Permanda, N., Murdiati, E., & Hamandia, M. R. (2024). “Strategi Komunikasi Massa Dispora Sumsel Dalam Menginspirasi Anak Muda

- Pada Program Podcast Ngopipora ” Jurnal Ilmu Komunikasi Dan Sosial Politik.* 02(02), 199–214.
- Indainanto, Y. I. (2021). Masa Depan Media Massa Di Era Digital. *Jurnal Ilmiah Muqoddimah: Jurnal Ilmu Sosial, Politik Dan Humaniora*, 5(1), 24. <https://doi.org/10.31604/jim.v5i1.2021.24-37>
- Kriyantono. (2020). Metode Wawancara Dalam Penelitian Kualitatif. *Teknik Pengumpulan Data*, i, 16–28. https://kc.umn.ac.id/14232/5/BAB_III.pdf
- Mardhiyyah, M. (2023). Konvergensi Media (Analisis Transformasi Media Konvensional Dalam Perspektif Ekonomi Kritis). *Jurnal An-Nida*, 15(2).
- Mark Deuze. (2020). The Role Of Media And Mass Communication Theory In The Global Pandemic. *Communication Today*, 11(2), 1–16.
- Milyane, T. M., Darmaningrum, K., Natasari, N., Setiawan, G. A., Sembiring, D., Irwanto, Kraugusteliana, Fitriyah, N., Sutisnawati, A., Sugena, U., Nurhayati, S., Indriana, I. H., & Putri, M. S. (2023). *Literasi Media Digital* (Vol. 01).
- Muhamad Bisri Mustofa, Jeanika Elma Putri, Kristi Sabela, Luthfia Nur Maharani, & Maytufi Az-Zahra Yasha. (2022). Fungsi Komunikasi Massa dalam Pemberitaan Pengamen Badut Cilik Cantik Oleh Akun Instagram @say.viideo Terhadap Perilaku Warganet. *J-KIs: Jurnal Komunikasi Islam*, 3(1), 1–12. <https://doi.org/10.53429/j-kis.v3i1.417>
- Nugroho, A., & Simangunsong, B. A. (2024). Strategi Konvergensi Media Dalam Konten Hiburan ANTV. *Interaksi: Jurnal Ilmu Komunikasi*, 13(1), 94–114. <https://doi.org/10.14710/interaksi.13.1.94-114>
- Nur, E. (2021). Peran Media Massa Dalam Menghadapi Serbuan Media Online the Role of Mass Media in Facing Online Media Attacks. *MAJALAH SEMI ILMIAH POPULER KOMUIKASI MASSA Section*, 2(1), 51–64.
- Oktavianingtyas, I., & Rusadi, U. (2021). Konvergensi Media Dalam Program “After Hours with Helmy Yahya” di Inews. *JISIP : Jurnal Ilmu Sosial Dan Ilmu Politik*, 10(3), 245–252. <https://doi.org/10.33366/jisip.v10i3.2360>
- Prayuda Barsan, O., Alfani, H., & Wuladari, S. (2020). PERUBAHAN PILIHAN DALAM MENGAKSES TAYANGAN MEDIA INFORMASI DARI MEDIA STREAMING KE MEDIA DIGITAL (STUDI KASUS PADA MASYARAKAT DESA LUNGGAIAN KECAMATAN LUBUK BATANG KABUPATEN OGAN KOMERING ULU) Changes in Choices in Accessing Information Shows from Mainst. *Jurnal Komunikasi Dan Budaya*, 01(02), 130–139. <http://journal.unbara.ac.id/index.php/JKB/index>
- Rahmawati, A., Halimah, N., Setiawan, A. A., Islam, P. A., Islam, F. A., Syekh-yusuf, U. I., & Purwokerto, U. M. 2024. (n.d.). *Optimalisasi Teknik Wawancara Dalam Penelitian Field Research Melalui Pelatihan Berbasis Participatory Action Research Pada Mahasiswa Lapas Pemuda Kelas IIA Tangerang*. 135–142.
- Ramadhani, R. R. (2023). *Peran Media Baru Live Streaming Youtube Tvri Stasiun Riau Dalam Transmisi Informasi*. 6104. <https://repository.uin-suska.ac.id/75190/%0Ahttp://repository.uin-suska.ac.id/75190/1/SKRIPSI>

GABUNGAN.pdf

- Sari, A. P., Rhamadani, F. A., Amanah, N. L., & Nugroho, A. (2022). Study of Efficiency and Reaction Rates Dechlorination of Nata De Coco Wastewater Using Sodium Thiosulfate. *Journal of Emerging Supply Chain, Clean Energy, and Process Engineering*, 1(2), 107–116. <https://doi.org/10.57102/jescee.v1i2.17>
- Sitepu, P. N. (2024). *STIGMATISASI ANAK PUNK SKRIPSI OLEH : FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK UNIVERSITAS MEDAN AREA MEDAN SKRIPSI Diajukan sebagai Salah Satu Syarat untuk Memperoleh Gelar Sarjana di Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Medan Area Oleh : PUTRI.*
- Sugoyono. (2020). Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D. In 2 (pp. III–434).
- Suhairi, Siregar, I. S., Nurhadiyah, Leli, N., & Handayani, R. T. (2023). Pemanfaatan Media Sosial sebagai Alat Komunikasi Massa dalam Memperluas Jangkauan dan Meningkatkan Interaksi dengan Konsumen. *Jurnal Mirai Management*, 8(2), 436–444.
- Swani, N. M., Widaswara, R. Y., & Utama, W. (2024). STRATEGI DAN TANTANGAN KONVERGENSI MEDIA DALAM KOMUNIKASI PENYIARAN DIGITAL (Studi Kasus Program Mimbar Agama Hindu di TVRI NTB). *Samvada : Jurnal Riset Komunikasi, Media, Dan Public Relation*, 39–49.
- Wazis, K. (2022). Komunikasi Massa: Kajian Teoritis dan Empiris. In *Jurnal Ilmu Komunikasi*.