

BAB II

KAJIAN PUSTAKA

2.1 Penelitian Terdahulu Yang Relevan

Penelitian ini tidak terlepas dari referensi penelitian-penelitian terdahulu yang pernah dilakukan sebagai bahan perbandingan dan kajian. Riset yang digunakan untuk perbandingan yaitu penelitian mengenai penggunaan dan konvergensi media tradisional ke media baru atau media sosial, khususnya dalam konteks konvergensi media modern dan pemanfaatannya. Penelitian terdahulu juga menjadi salah satu bahan pertimbangan peneliti, sehingga dapat menginformasikan penulisan atau mengkaji penelitian yang akan dilakukan. Penelitian-penelitian yang diambil untuk dijadikan referensi bertujuan untuk memperkuat data dan dijadikan acuan peneliti dalam penjabaran juga dalam melakukan penelitian untuk dapat membantu memecahkan masalah dalam penelitian.

Perbandingan dan kajian yang diambil mayoritas berasal dari jurnal – jurnal penelitian nasional dan penelitian skripsi sebelumnya. Penelitian tersebut dipilih karena menurut peneliti adalah penelitian yang paling relevan untuk dijadikan referensi untuk menyusun penelitian sekaligus membantu menyelesaikan masalah penelitian. Ada beberapa penelitian yang menjadi acuan dan perbandingan utama peneliti dalam melakukan penelitian, Penelitian terdahulu yang digunakan acuan dalam penelitian ini dijelaskan pada table sebagai berikut :

2.1 Tabel Penelitian Terdahulu

No	Judul Penelitian dan Peneliti	Teori Yang Digunakan	Metode Penelitian	Hasil Penelitian
1.	<p>Konvergensi Pada Media Massa (Studi Deskriptif Kualitatif Mengenai Konvergensi Media di Republika)</p> <p>Annissa Derviana ,dan Rana Akbari Fitriawan / Universitas Telkom / tahun 2019</p>	Konstruksi Sosial	Kualitatif Paradigma konstruktivisme	<p>Pada dimensi konvergensi kepemilikan, Republika dinaungi oleh PT Republika Media Mandiri (RMM) dimana setiap platform pada naungan ini saling berintegrasi menghasilkan produk jurnalistik. Platform di RMM ini terdiri dari koran Republika, Republika Online, epaper, majalah digital, media sosial, dan aplikasi digital. Dalam hal fusi taktis, Republika menerapkan sistem ruang redaksi untuk pertukaran informasi. Ruang redaksi berfungsi sebagai pabrik berita yang menampung jurnalis, memiliki ruang redaksi di Republika dan Republika Surat kabar online dapat dikelola dengan</p>

			<p>baik karena jurnalis berdedikasi untuk memproduksi berita di kedua platform tersebut. Selain itu, dalam hal promosi silang, La Repubblica telah melakukan promosi silang antara platform surat kabar dan platform online-nya. Dalam hal konvergensi, Republika mengubah struktur redaksinya, menambahkan Republika Online dan Newsroom. Pada dimensi konvergensi peliputan informasi, wartawan mengalami perubahan cara kerja akibat adanya konvergensi, yaitu mereka dituntut untuk bekerja multitasking pada saat melakukan peliputan. Pada dimensi konvergensi penyajian berita, wartawan di Republika mulai</p>
--	--	---	--

				<p>diarahkan untuk dapat menyajikan informasi tidak hanya dalam bentuk tulisan namun juga dalam bentuk foto dan video yang interaktif.</p> <p>Walaupun belum diwajibkan, namun hal ini sudah berangsurangsur dilakukan dan diimbangi dengan pelatihan, serta dibentuknya tim video dan tim sosial media untuk mewujudkan hal tersebut.</p>
2	<p>Pemanfaatan Media Streaming Youtube Oleh ARS TV Sebagai Media Informasi</p> <p>Rafly Pratama, dan Nela Widiastuti / Universitas Adhirajasa Reswara Sanjaya Bandung / 2021</p>	<p>Teori Analisis SWOT</p>	<p>Kualitatif Studi Kasus</p>	<p>Keunggulan ARS TV sebagai media informasi adalah memiliki konten yang bervariasi serta inovasi dari pengemasan konten di dalam setiap programnya. Kolaborasi eksternal menjadi nilai tambah bagi tanggapan positif pemirsa Ars TV. Tim teknis yang mendukung dan mendukung peralatan teknis standar siaran</p>

			<p>memberikan keuntungan tersendiri bagi ARS TV. Dan komunikasi yang efektif antara ARS TV dan pemirsa. Kelemahan ARS TV sebagai media informasi terkait dengan konsistensi program yang masih dalam tahap pengembangan karena sumber daya manusia yang tidak mencukupi untuk mengembangkan setiap program. Jaringan yang tidak stabil dan audio suara yang tiba-tiba menghilang menjadi gangguan teknis dalam setiap penyiaran live, hal ini menjadi perhatian dari ARS TV untuk memperbaiki dan meminimalisir gangguan untuk siaran kedepannya, sekalipun gangguan teknis diluar dugaan tim ARS TV. Peluang ARS TV sebagai media informasi</p>
--	--	---	--

				<p>akan terus berkembang dengan memperbaiki setiap program yang ada dan terus memperbaiki segala kekurangan konseptual dan teknisnya. Live streaming juga menjadi salah satu cara ARS TV untuk menyebarkan informasi kepada pemirsa. Tak hanya Youtube, ARS TV berencana mengisi seluruh platform digital untuk menyebarkan informasi, sehingga semakin meluas melalui seluruh media sosial yang ada.</p>
3	<p>Pemanfaatan Youtube Sebagai Sarana Transformasi Majalah Highend</p> <p>Yolanda Stellarosa,dkk/ Sekolah Tinggi Ilmu Komunikasi, London</p>	Media Baru	Kualitatif penelitian deskriptif	<p>Merubah bentuk digital majalah, HighEnd memasukan kembali informasi yang terdapat di dalam majalah cetak ke dalam media sosial YouTube yakni berupa video atau gambar bergerak. Meskipun tidak semua yang ada di</p>

	<p>School of Public Relations Jakarta / 2018</p>		<p>majalah cetak dimasukkan ke dalam Majalah HighEnd saya. Memperluas keterlibatan mereka dengan jaringan mereka yang ada, YouTube HighEnd memudahkan akses ke semua media sosial untuk mendapatkan informasi. warna sedih untuk digunakan, yaitu warna abu- abu atau biru yang memiliki saturasi rendah pada setiap video mereka, sebagai ciri khas dari HighEnd untuk membedakan dengan majalah lainnya. Sinergi yang dilakukan dengan melakukan transformasi pada distribusi pemberitaannya ini, tentunya dapat membuat majalah HighEnd terus bertahan dan merangkul konsumen yang aktif dalam mengkonsumsi media khususnya</p>
--	--	---	--

				majalah. Dimana dengan menggunakan jaringan media baru yaitu YouTube pembaca dapat dengan mudah mengakses informasi yang dibutuhkannya.
4	<p>Konvergensi Dari Media Konvensional Ke Digital (Studi pada Harian Ujungpandang Ekspres)</p> <p>Nurrahmah / Universitas Islam Negeri (Uin) Alauddin Makassar / 2017</p>	<p>Teori difusi informasi/inovasi oleh Everet Roger</p>	<p>Deskriptif kualitatif</p>	<p>Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa proses konvergensi dari media konvensional ke digital Harian Ujung pandang Ekspres dilakukan dengan memadatkan ukuran file desain surat kabar menggunakan aplikasi edit adobe photoshop, kemudian menggunggahnya di website dalam bentuk format foto. E-paper sebagai jawaban atas perkembangan teknologi yang semakin maju serta mempertahankan eksistensi surat kabar ditengah maraknya pengguna smartphone, komputer, tablet dan iphone, dan bisa menjadi</p>

				<p>pengganti surat kabar cetak untuk di daerah yang diluar jangkuan cetak, juga sebagai bukti fisik untuk pemasang iklan di luar daerah. Namun, karena internet di Indonesia belum merata dan kurang stabil menyebabkan e-paper sulit diakses. E-paper juga dalam segi bisnis media belum bisa menghasilkan pendapatan maksimal. Harian Ujung pandang Ekspres perlu meningkatkan kualitas gambar e-paper agar bisa dibaca lewat alat elektronik mana pun, serta mengembangkan berbagai strategi agar e-paper tidak hanya dijadikan penunjang keberadaan surat kabar cetak.</p>
5	Pemanfaatan Youtube Tunadejava Sebagai Media Penyebaran Informasi Digital	Teori Uses dan Gratification	Deskriptif Kualitatif	Motif TuneJava dalam menggunakan YouTube sebagai media penyebaran informasi digital meliputi motif informasi, motif identitas pribadi,

<p>Debi Nurhanifah / Institut Agama Islam Negeri (Iain) Ponorogo / 2022</p>		<p>motif integritas pribadi dan integritas sosial, serta motif hiburan. Motif informasi yang timbul adalah pemahaman akan suatu informasi sesuai dengan pemenuhan kebutuhan penggunanya. Motif identitas pribadi yang muncul berkaitan dengan perasaan pengguna saat melihat konten TuneJava. Motif integrasi pribadi yang muncul berhubungan dengan kebutuhan individu. Motif integritas sosial yang dihasilkan berhubungan dengan teman, keluarga dan banyak lainnya. Terakhir, ada motif yang dihasilkan oleh hiburan. Kedua, memenuhi kebutuhan penonton untuk menerima informasi, yaitu Youtube TuneJava Media benar-benar memenuhi kebutuhan informasi penonton, dan TuneJava juga dapat dijadikan</p>
---	---	--

				referensi untuk memenuhi kebutuhan informasi penonton lainnya.. TuneJava dalam menyebarkan informasi melalui YouTube adalah penggunaannya yang praktis, jumlah subscriber yang semakin bertambah, mendapatkan penonton yang luas/global, dan mengikuti perkembangan zaman saat ini. Hal tersebut juga dapat menjadi referensi bagi khalayak luas untuk mencari informasi yang diinginkan.
--	--	--	--	---

Penelitian pertama berjudul “*Konvergensi Pada Media Massa (Studi Deskriptif Kualitatif Mengenai Konvergensi Media di Republika)*” dari Annissa Derviana, dan Rana Akbari Fitriawan Universitas Telkom tahun 2019, memiliki beberapa kesamaan dengan penelitian yang peneliti dilakukan, dimana membahas tentang konvergensi media konvensional kearah digital, dan memakai metode penelitian deskriptif kualitatif. Sedangkan perbedaannya ada media yang diteliti, lalu pada penjabaran hasil, dimana dari penelitian yang pertama ini memakai konsep teori konvergensi media yang disampaikan oleh Jenkins dalam Friedrichsen &

Kamalipour, sedangkan penelitian yang dilakukan peneliti lakukan yaitu berdasarkan teknik analisis data teori Milles dan Huberman dan teori media baru.

Penelitian kedua berjudul “*Pemanfaatan Media Streaming Youtube Oleh ARS TV Sebagai Media Informasi*”, yang diteliti oleh Rafly Pratama, dan Nela Widiastuti, Universitas Adhirajasa Reswara Sanjaya Bandung, tahun 2021 ini memiliki kesamaan yaitu membahas mengenai pemanfaatan Youtube oleh media konvensional berdasarkan teknik analisis data teori Milles dan Huberman, lalu perbedaannya ada pada media yang diteliti dan juga konsep penyajian datanya yaitu pada penelitian kedua ini menggunakan analisis SWOT dalam penjabaran hasil penelitiannya.

Penelitian ketiga berjudul “*Pemanfaatan Youtube Sebagai Sarana Transformasi Majalah Highend*” yang diteliti oleh Yolanda Stellarosa, dkk dari Sekolah Tinggi Ilmu Komunikasi, London School of Public Relations Jakarta pada tahun 2018. Dari penelitian ini terdapat beberapa kesamaan dalam penelitian, yaitu membahas mengenai pemanfaatan platform youtube oleh media, lalu menggunakan teori media baru dan teknik analisis data teori Milles dan Huberman dengan menjabarkan dan menyajikan hasil data secara langsung, yang mana dalam penelitian ini adalah wawancara terhadap narasumber. Sedangkan perbedaannya dalam penelitian ketiga ini tentunya media yang diteliti, lalu konsep media yang diteliti adalah perubahan media cetak ke visual, bukan penyiaran televisi.

Penelitian ke empat yang dilakukan oleh Nurrahmah, Fakultas Dakwah dan Komunikasi jurusan Jurnalistik, Universitas Islam Negeri (UIN) Alauddin Makasar, dengan judul, “*Konvergensi Dari Media Konvensional Ke Digital (Studi Pada*

Harian Ujung Pdang Ekspres)” tahun 2017. Dari penelitian ke empat ini, kesamaan yang dimiliki yaitu membahas mengenai konvergensi media kearah digital, penelitian ini juga menggunakan kualitatif deskriptif dengan teknik analisis data teori Milles dan Huberman yang menyajikan data secara langsung dan memberi kesimpulan serta penjabaran. Perbedaannya yaitu pada media yang diteliti, juga pada penelitian ini, konvergensi yang dilakukan yaitu perubahan media cetak yang berubah ke versi digital, bukan penyiaran televisi konvensional ke media baru.

Penelitian kelima yang dilakukan oleh Debi Nurhanifah, Fakultas Ushluddin, Adab, dan Dakwah, jurusan Komunikasi dan Penyiaran Islam, Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Ponogoro, dengan judul “*Pemanfaatan Youtube Tunejava Sebagai Media Penyebaran Informasi Digital*” tahun 2022. Dari penelitian kelima ini memiliki kesamaan yaitu meneliti tentang pemanfaatan aplikasi Youtube dalam hal penyebaran informasi, sedangkan perbedaan dalam penelitian ini yaitu pada media yang diteliti, dan juga penelitian ini hanya berfokus pada motif dan alasan penyebaran informasi pada media.

2.2 Kerangka Teori dan Konsep

2.2.1 Komunikasi

a. Pengertian komunikasi

Dari segi bahasa, kata "komunikasi" berasal dari kata Latin "*communis*" yang berarti menciptakan atau menumbuhkan rasa kebersamaan di antara dua atau lebih individu. Komunikasi juga berasal dari akar bahasa Latin *Communico* yang berarti membagi. Harold D. Lasswell memberikan definisi singkat, untuk

menjelaskan tindakan komunikasi adalah dengan menjawab pertanyaan menjawab pertanyaan-pertanyaan berikut: "Siapa yang berkomunikasi, apa yang dikomunikasikan, melalui saluran apa, kepada siapa, dan efek apa?"

Semua pihak yang terlibat dalam komunikasi harus berbagi pengetahuan, konsep, dan sudut pandang agar memiliki makna yang sama. Setiap komunikasi yang dilakukan seseorang meningkatkan dampak positif atau efektifitas komunikasi tersebut. Pengaruh komunikasi adalah perubahan-perubahan yang terjadi pada penerima informasi (komunikator atau khalayak), karena penerimaan langsung atau tidak langsung dari informasi atau penggunaan media massa, jika perubahan tersebut sesuai dengan keinginan komunikator, maka komunikasi itu efektif.²

Seorang sosiolog pedesaan di Amerika Serikat bernama Everett M. Rogers sangat tertarik dengan penelitian komunikasi, khususnya penelitian tentang komunikasi inovasi, ia mendefinisikannya sebagai berikut: "Komunikasi adalah proses dimana sebuah gagasan dipindahkan dari suatu sumber ke tempat lain kepada satu atau lebih penerima, dengan maksud untuk mengubah perilakunya." Definisi ini kemudian dikembangkan oleh Rogers dan D. Lawrence Kincaid (1981), memunculkan definisi baru yang menyatakan: "Komunikasi adalah suatu proses di mana dua orang atau lebih membentuk atau melakukan pertukaran informasi dengan satu samalainnya, yang pada gilirannya akan tiba pada saling pengertian yang mendalam."

² Ditha Prasanti, "Strategi Komunikasi Pengembangan Sumber Daya Manusia Pondok Pesantren Salafi," *Jurnal Nomosleca* Volume 3, no. 1, (2017): 491, diakses pada 25 Januari, 2023.

Melalui transmisi informasi (pesan), Rogers berusaha untuk menjelaskan sifat hubungan dalam upaya untuk mengubah sikap dan perilaku serta untuk menumbuhkan solidaritas dan pengertian di antara individu yang terlibat dalam proses komunikasi. Shannon dan Weaver (1949) mengungkapkan bahwa komunikasi adalah suatu bentuk interaksi manusia yang saling mempengaruhi secara sengaja maupun tidak. Tidak terbatas pada bentuk komunikasi menggunakan bahasa lisan, tetapi juga ekspresi wajah, gambar, seni dan Oleh karena itu, komunikasi juga dapat dipahami sebagai suatu proses dimana komunikator menyampaikan informasi kepada komunikan melalui media, dan menghasilkan pengaruh dan umpan balik.

Professor Joseph A. DeVito menjelaskan komunikasi dibagi empat macam, yakni Komunikasi Diri Sendiri, Komunikasi Antarpribadi, Komunikasi Publik, dan Komunikasi Massa. R. Wayne Pace dan kawan-kawan membagi komunikasi atas tiga tipe, yakni komunikasi dengan diri sendiri, komunikasi antarpribadi serta komunikasi khalayak.

a. Komunikasi Dengan Diri Sendiri (*Intrapersonal Communication*)

Komunikasi dengan diri sendiri merupakan proses komunikasi yang berlangsung dalam diri individu, atau dengan kata lain dengan diri sendiri. Proses komunikasi di sini terjadi karena seseorang memberi makna pada suatu objek yang diamati atau dibentuk dalam pikirannya. Dalam hal ini, objek dapat berupa benda, peristiwa alam, kejadian, pengalaman.

b. Komunikasi Antarpribadi (*Interpersonal Communication*) Komunikasi antarpribadi yang dimaksud di sini ialah komunikasi yang berlangsung antara dua orang atau secara tatap muka. Menurut sifatnya, komunikasi antarpribadi dapat dibedakan atas dua macam, yakni komunikasi diadik dan komunikasi kelompok kecil.

c. Komunikasi Publik (*Public Communication*) Komunikasi publik sering disebut dengan komunikasi verbal, komunikasi kolektif, komunikasi retorik, public speaking. Komunikasi publik mengacu pada proses komunikasi di mana seorang pembicara menyampaikan informasi secara tatap muka di depan audiens yang besar.

d. Komunikasi Massa (*Mass Communication*) Komunikasi massa dapat didefinisikan sebagai proses komunikasi yang berkelanjutan di mana informasi dikirim dari sumber institusional ke khalayak massa melalui perangkat mekanis seperti radio, televisi, surat kabar, dan film.³

b. Unsur-Unsur Komunikasi

Adapun pada proses komunikasi seringkali diperlukan beberapa unsur, yaitu:

- 1) Komunikator, adalah sumber informasi, dan penyebar bisa satu orang, dua orang, atau bahkan lebih dari tiga orang.
- 2) Pesan, bersifat abstrak dan manusia berusaha membuat pesan menjadi konkrit sehingga dapat diterima dengan baik. Oleh karena itu, berbagai simbol komunikasi

³ Cangara, Hafied. *Pengantar Ilmu Komunikasi*. Jakarta: Rajawali Pers, 2010. Hal. 29-37.

telah diciptakan, seperti bahasa lisan, bahasa tulisan, gerak tubuh, suara, dan lain-lain. Bahasa lisan dan tulisan disebut komunikasi lisan, sedangkan bahasa lain termasuk komunikasi nonverbal.

3) Media, dalam komunikasi, alat bantu juga bisa disebut dengan media. Dapat diartikan bahwa media adalah alat penyampaian informasi dari komunikator kepada komunikan (penerima informasi).

4) Komunikan, adalah objek untuk menyampaikan informasi. Sifat komunikan hampir mirip dengan komunikator, tetapi komunikan lebih identik dengan melihat dan mendengar.

5) Pengaruh, hal ini belum tentu berupa tingkah laku, tetapi perubahan atau perbedaan pengetahuan sebelum dan sesudah informasi diketahui atau dikirimkan, dan ini saja sudah dapat dikatakan bahwa orang tersebut telah dipengaruhi.

6) Umpan Balik Lebih khusus, *feedback* mengambil bentuk berikut:

- a. Menurut asalnya, terbagi menjadi dua jenis, yaitu umpan balik eksternal dan umpan balik internal. Umpan balik eksternal berupa umpan balik yang diterima komunikator langsung dari komunikan. Sedangkan umpan balik internal tidak datang dari komunikan, melainkan dari informasi atau umpan balik dari komunikator itu sendiri.
- b. Menurut kecepatannya, dibedakan menjadi dua jenis, yaitu *immediated feedback* dan *delayed feedback*. *Immediated feedback* adalah umpan balik langsung tanpa perantara, *delayed feedback* adalah umpan balik yang tertunda.

- c. Menurut penerima pesan, terbagi menjadi dua jenis, yaitu *positive feedback* dan *negative feedback*.
- d. Menurut korelasinya, dibagi menjadi dua jenis, yaitu *neutral feedback* dan *zero feedback*. *Neutral feedback* adalah umpan balik yang tidak memenuhi harapan komunikator atau sekadar netral. Sedangkan *zero feedback*, adalah feedback yang dikirimkan oleh komunikan kepada komunikator yang tidak dapat dipahami.

7) Lingkungan, proses komunikasi juga dipengaruhi oleh lingkungan. Jenis lingkungan dapat dibagi menjadi dimensi fisik, sosiokultural, psikologis dan temporal.⁴

2.2.2 Komunikasi Massa

a. Pengertian komunikasi massa

Kata “komunikasi massa” (komass) dibuat dari kata “komunikasi” dan “massa”. Definisi atau pengertian komunikasi telah banyak dikemukakan oleh para ahli. Salah satunya adalah pendapat Wilbur Schramm yang menyatakan bahwa komunikasi berasal dari kata latin “*communis*” yang berarti “umum” (sama). Oleh karena itu, jika kita berkomunikasi, maka kita harus dapat mewujudkan kesamaan antara kita dengan orang lainnya.

Dan kata "massa" seperti P.J. Bouman katakan, digunakan untuk merujuk pada populasi yang besar, terkadang juga berarti khalayak yang besar, tidak

⁴ Nurudin. *Ilmu Komunikasi Ilmiah Dan Popular*. Depok: PT Raja Grafindo Persada, 2016. hal.41-57.

terorganisir tetapi terikat dan terhubung. Adapun beberapa pengertian para ahli tentang komunikasi massa adalah sebagai berikut⁵ :

a. Menurut Defleur serta MeQuail, komunikasi massa ialah suatu proses dimana komunikator memakai media untuk menyebar pesan-pesan secara luas, dan secara terus menerus membangun makna-makna yang diperlukan bisa mempengaruhi khalayak yang besar serta tidak sama dengan melalui berbagai cara.

b. Menurut M.O. Palapah, komunikasi massa ialah pernyataan manusia yang ditujukan kepada massa. Bentuk-bentuk dari komunikasi massa adalah seperti : jurnalistik, public relation, penjelasan, propaganda, agitasi, dan komunikasi internasional.

c. Menurut Bittner, komunikasi massa ialah pesan yang dikomunikasikan melalui media massa pada sejumlah besar orang.

Pengertian komunikasi massa dapat dibagi menjadi pengertian luas dan sempit. Komunikasi massa dalam arti luas adalah kegiatan dimana satu orang atau lebih menyampaikan informasi melalui media massa cetak, elektronik, atau digital dengan harapan timbal balik. Komunikasi massa dalam arti sempit adalah komunikasi yang ditujukan kepada banyak orang.

Media massa adalah komponen utama yang membedakan komunikasi massa dengan bentuk komunikasi lainnya. Pihak-pihak dalam komunikasi massa yang menjadi penerima pesan tidak harus selalu berada pada satu lokasi atau

⁵ Dr. I Nyoman Jampel, dkk. Komunikasi Massa. Singaraja: Undiksha Press, 2016. Hal. 1-3

wilayah yang sama. Komunikasi massa semacam ini ditujukan kepada publik, dan disebarluaskan secara luas dan terbuka melalui media massa yang digunakan, sehingga dapat diterima secara cepat dan serentak oleh masyarakat luas.

Dua perspektif digunakan untuk menjelaskan komunikasi massa, di satu sisi, bagaimana orang menghasilkan informasi dan menyebarkan informasi melalui media, dan di sisi lain, bagaimana orang menemukan dan menggunakan informasi tersebut. Secara sederhana, komunikasi massa dapat dipahami sebagai proses berkomunikasi melalui media massa. Faktor media massa mendominasi penelitian komunikasi massa. Kajian komunikasi massa banyak dipengaruhi oleh dinamika media massa dan penggunaannya oleh khalayak. Perkembangan media massa sendiri terkait dengan banyak faktor periferal seperti peningkatan literasi, pesatnya perkembangan bidang ekonomi, kemajuan teknologi informasi dan komunikasi, fenomena urbanisasi, dan faktor periklanan.

Alat utama dalam sistem komunikasi massa adalah media. DeVito (1997) menjelaskan, komunikasi massa dapat didefinisikan dengan berfokus pada unsur-unsur yang terlibat dalam tindakan komunikasi dan menghubungkannya dengan operasi media massa. Unsur-unsur yang dibahas adalah sumber, khalayak, pesan, proses dan konteks. Mengedit dan memproduksi pesan dalam komunikasi massa sangat mahal karena bekerja dalam institusi yang besar dan kompleks serta melibatkan banyak orang.

Media massa biasanya menargetkan produk (pesan) yang mereka hasilkan kepada khalayak tertentu. Khalayak media massa dapat mengonsumsi informasi

media secara serentak dan terbuka. Pesan dalam tindak komunikatif merupakan simbol yang mengandung makna. Dalam simbol-simbol ini terkandung pikiran, pemikiran, perasaan atau beberapa niat dari peserta komunikasi. Pesan dalam bentuk simbolik dikategorikan berdasarkan indeks, ikon, dan simbol. Bahasa adalah tanda dalam kategori tanda. Sebagai sejenis simbol informasi, bahasa paling banyak digunakan dalam komunikasi manusia. Bahasa sebagai tanda bahasa dapat ditulis atau diungkapkan (ucapan).

Bahasa berfungsi sebagai simbol utama dalam sistem komunikasi massa untuk mengemas informasi untuk konsumsi publik. Informasi komunikasi massa bersifat universal dan terbuka. Setiap orang memiliki kesempatan untuk mengonsumsi informasi media massa. Tidak ada batasan atau pengaturan khusus yang diikuti secara ketat untuk pesan komunikasi massa di media massa. Pesan komunikasi massa dihasilkan dalam mekanisme yang kompleks dan bergantung pada kecepatan. Hal ini untuk menjaga nilai sebenarnya dari pesan kepada publik. Karena sifat kecepatan pesan media massa, sering terjadi kesalahan redaksional dan isi pesan yang disampaikan.

Karena itu, komunikasi massa diproduksi dan dikonsumsi oleh manusia. Organisasi media massa memiliki produk untuk dijual, dan audiens mereka adalah pelanggan mereka. Fokus kajian komunikasi massa dapat diidentifikasi dalam beberapa isu, seperti sejarah komunikasi massa, praktik jurnalistik, hukum media, dan efek media. Kajian komunikasi massa mencakup institusi dan proses media seperti penyebaran informasi dan efek media seperti persuasi dan manipulasi opini publik.

b. Fungsi Komunikasi Massa

Komunikasi massa atau media massa mempunyai banyak peran yang penting pada perkembangan kehidupan masyarakat. Menurut Wright, komunikasi massa memiliki fungsi bagi masyarakat diantaranya sebagai berikut⁶ :

a) Pengawasan (*Surveillance*), fungsi pengawasan komunikasi massa dibagi menjadi bentuk-bentuk utama sebagai berikut:

- 1) Pengawasan peringatan (*warning surveillance*), yaitu fungsi pengawasan dan peringatan yang terjadi ketika media massa melaporkan adanya ancaman.
- 2) Pengawasan instrumental (*instrumental surveillance*), yaitu menyampaikan atau menyebarluaskan informasi yang berguna dalam kehidupan sehari-hari atau yang dapat membantu khalayak

b) Penafsiran (*Interpretation*), dalam hal ini media massa tidak hanya menyajikan fakta dan angka, tetapi juga memberikan interpretasi atas peristiwa penting. Tujuan interpretasi media adalah mengajak pembaca atau pemirsa untuk memperluas wawasan dan berdiskusi lebih lanjut

c) Pertalian (*Linkage*), dalam hal ini media massa dapat menyatukan anggota masyarakat yang berbeda untuk membentuk koneksi berdasarkan minat dan niat yang sama terhadap sesuatu. Kelompok-kelompok yang memiliki

⁶ Kustiawan, Winda, dkk. "Komunikasi Massa", *Journal Analytica Islamica*, 11 no.1, (Juni 2022): Hal. 4-5. Diakses pada Rabu, 23 Januari 2023 pkl. 16.00 Wib

kepentingan yang sama tetapi terpisah secara geografis dipertemukan atau dipersatukan melalui media.

d) Penyebaran Nilai-Nilai (*Transmission of Values*), fungsi ini juga dikenal sebagai sosialisasi. Sosialisasi mengacu pada cara individu mengadopsi perilaku dan nilai-nilai suatu kelompok. Orang-orang menonton, mendengarkan dan membaca media massa yang mewakili citra masyarakat. Media massa menunjukkan kepada kita bagaimana mereka berperilaku dan apa yang mereka inginkan. Dengan kata lain, media mewakili kita menggunakan panutan yang kita amati dan harapkan untuk ditiru.

e) Hiburan (*Entertainment*), sulit dipungkiri bahwa hampir semua media pada kenyataannya menjalankan fungsi *entertainment*. Fungsi media massa memang bersifat hiburan, namun tujuannya untuk menghilangkan ketegangan psikologis khalayak, karena menonton berita ringan atau menonton acara hiburan di TV dapat menyegarkan pikiran.

c. Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Komunikasi Massa

Dalam sistem komunikasi massa, mempelajari segala sesuatu yang dapat mempengaruhi tanggapan komunikan atau khalayak yang menjadi sasaran komunikasi. Secara umum beberapa faktor yang mempengaruhi respon khalayak terhadap komunikasi massa antara lain sebagai berikut⁷ :

- 1) Gender (jenis kelamin) baik laki-laki ataupun perempuan;

⁷ Kustiawan, Winda, dkk. "Komunikasi Massa", *Journal Analytica Islamica*, 11 no.1, (Juni 2022): Hal. 5. Diakses pada Rabu, 25 Januari 2023 pkl. 17.00 Wib.

- 2) Usia, tingkat muda atau tua seseorang yang membaca pesan;
- 3) Keyakinan individual, apa yang diyakini oleh seseorang individu;
- 4) Kelompok sosial, kelompok mana individu itu berada;
- 5) Kebutuhan individu, hal-hal yang diinginkan oleh individu;
- 6) Kesamaan terhadap konflik, bagaimana individu mengatasi konflik atas keyakinan yang ia miliki;
- 7) Rasionalitas, kemampuan individu dalam memahami nilai-nilai logika pada suatu pesan yang disampaikan;
- 8) Pengetahuan, sejauh apa individu memahami apa yang sedang dibicarakan.

2.2.3 Teori Media Baru (*New Media*)

Menurut Mcquails dari bukunya mengungkapkan, media baru disebut jaringan teknologi komunikasi dan informasi, adalah teknik atau metode untuk menyebarkan informasi kepada khalayak luas dengan memanfaatkan teknologi digital. kategori media baru meliputi Internet, situs web, dan komputer multimedia. Internet sendiri sebenarnya adalah salah satu bentuk media baru. Media cetak mengandalkan percetakan (*press*), media elektronik mengandalkan sinyal transmisi, dan media baru mengandalkan komputer. Terjadi pula pergeseran penting dalam proses penyampaian informasi melalui media. Jika media selalu menjadi pusat informasi, diberikan atau dilepaskan dalam satu arah, kini media menjadi lebih interaktif. Khalayak tidak lagi hanya menjadi objek paparan

informasi, tetapi lebih aktif terlibat karena teknologi memungkinkan terjadinya interaksi dalam medium tersebut.⁸

Teori media baru atau *New Media* merupakan teori yang dikemukakan oleh Pierre Levy. Menurutnya, *New Media* merupakan teori yang membahas mengenai perkembangan media dari konvensional lalu berubah ke arah digital. Terdapat dua pandangan dalam teori media baru, yang pertama interaksi sosial, yang mana membedakan media berdasar kedekatan dan interaksi secara langsung. Dalam pandangan ini Pierre Levy berpendapat bahwa *World Wide Web* (WWW) adalah suatu bentuk lingkungan informasi yang fleksibel, dinamis, terbuka dan juga memungkinkan individu untuk mengembangkan pengetahuan baru, serta melibatkan mereka dalam dunia demokratis tentang pemberian kekuasaan dan mutual secara interaktif. Pandangan yang kedua adalah integrasi sosial dimana media diritualkan dan menjadi kebiasaan, sesuatu yang formal, memiliki nilai yang lebih besar dibandingkan media itu sendiri atau tentang bagaimana manusia menggunakan media sebagai suatu cara untuk menciptakan masyarakat. Dalam hal ini media tidak dipandang sebagai sebuah instrumen informasi saja ataupun sebuah cara untuk mencapai ketertarikan, namun media menyatukan manusia kedalam beberapa bentuk masyarakat yang memberikan rasa saling memiliki.⁹

Meskipun media baru sering menyinggung kemajuan teknologi digital, namun tidak selalu dikaitkan media baru itu media digital. Video, teks, gambar,

⁸ McQuail, D. *Teori Komunikasi Massa McQuail*. Jakarta: Salemba Humanika, 2011. Hal. 3

⁹ Feroza, Cindie, Desy. Penggunaan Media Sosial Instagram Pada Akun @Yhoophii_Official Sebagai Media Komunikasi Dengan Pelanggan. *Jurnal Inovasi*, Vol. 14, no 1, (2020). hal. 34.

grafik, dll diubah menjadi data digital dalam bentuk *byte*, selain karakteristik interaktivitas dan intertekstualitas, itu hanya mengacu pada teknologi multimedia dan merupakan salah satu dari tiga elemen utama media baru.

Transmisi atau pergeseran dari teknologi tradisional ke digital membawa perubahan besar dalam cara manusia berkomunikasi. Jika dulu khalayak dikuasai oleh informasi organisasi media massa, maka ketika terjadi perubahan teknologi ke arah digitalisasi, pola penyebaran konten media juga berubah, dan kini bisa dialihkan ke posisi organisasi media massa. Menjadikan media dominan sebagai penyedia konten media bukan lagi satu-satunya sumber informasi, melainkan khalayak sendiri yang dapat membuat konten media.

Media baru memungkinkan orang untuk membuat, memodifikasi, dan berbagi dengan orang lain menggunakan alat yang relatif sederhana yang seringkali gratis atau tidak mahal. Media baru membutuhkan komputer atau perangkat seluler dengan akses Internet untuk mengakses informasi dan data yang disajikan. Media baru telah mengubah cara hidup dan membuat segala aktivitas, terutama penyebaran informasi, menjadi lebih mudah.

Tabel 2.1 Persamaan dan perbedaan Media Massa (lama) dan Media Baru

Media Lama	Media Baru
Produksi dan distribusi pesan	Selain memproduksi dan mendistribusikan pesan, juga pertukaran dan penyimpanan atas pesan-pesan tersebut.
Bergerak di ruang publik, terikat oleh aturan-aturan.	Selain bergerak dalam ruang public, juga ke ruang privat individu yang menggunakannya.

Media massa berada dalam organisasi yang kompleks.	Organisasinya tidak kompleks bahkan satu atau dua orangpun dapat menjalankannya.
Biaya sangat mahal Meliputi media cetak, radio, dan televisi.	Biaya relatif murah Meliputi media <i>online</i> , cetak yang diubah dalam format <i>digital</i> , <i>TV online</i> , dan radio <i>streaming</i> .
Informasi selalu bersifat formal dan dapat dipertanggung jawabkan.	Informasi pada situs tertentu tidak bersifat formal sehingga kredibilitas informasi tidak dapat dipertanggungjawabkan.
Harus menunggu informasi pada jam yang dijadwalkan.	Mudah dalam pencarian informasi yang ingin didapatkandan tidak terbatas pada jadwal tertentu.
Khalayak tidak terhubung media dan sesama pengguna.	Para pengguna dapat terhubung secara langsung.
Umpan balik bersifat tertunda dan tidak langsung.	Umpan balik dapat disampaikan secara langsung, seperti “komentar”. ¹⁰

Jika koran hanya bisa dibaca di media kertas, radio hanya bisa didengar, dan TV hanya bisa dilihat dan didengar, maka segala sesuatu dari media lama jika digabungkan maka menjadi media baru. Melalui Internet, semuanya dapat disatukan, termasuk teks, suara, dan gambar langsung. Pengguna internet kini dapat membaca *blog*, *website*, mendengarkan radio melalui internet, menonton berita atau

¹⁰ Nawiroh, Vera, *Komunikasi Massa*,. Bogor: Ghalia Indonesia, 2016. Hal. 89.

mengunduh (*download*) video melalui radio streaming. Dengan kata lain, ciri khas media lama dapat dimasukkan ke dalam media baru.

Internet telah menjadi sangat populer di kalangan massa, karena tingkat transmisi yang luar biasa cepat dan jangkauan transmisi yang luas. Internet yang sering disebut sebagai media baru juga telah mengubah cara hidup masyarakat internasional. Dengan Facebook, Twitter, YouTube, dan lainnya, dunia maya di Internet telah menjadi tempat perlindungan baru bagi banyak orang.

Menurut Rosengren, sebagaimana dikutip dalam buku Jalaludin Rakhmat, penggunaan media meliputi waktu penggunaan berbagai media, jenis isi media, media secara keseluruhan. Penggunaan media baru dapat diukur dengan frekuensi, durasi dan Perhatian individu. Berikut adalah penjelasan dari langkah-langkah yang diidentifikasi dalam penggunaan media:

- a) Frekuensi, data pemirsa/khalayak tentang keputusan pemirsa untuk menonton suatu media televisi tertentu, baik itu program harian, mingguan, maupun bulanan. Dalam penelitian ini, dimungkinkan untuk mengukur berapa kali audiens menggunakan media baru Facebook dan WhatsApp dalam suatu saluran. langit.
- b) Durasi, hitungan berapa lama audiens bergabung dengan media (berapa jam per hari), atau berapa lama audiens menggunakan media baru (menit). Dalam penelitian ini dimungkinkan untuk mengukur jumlah waktu audiens menggunakan media baru, khususnya media baru Facebook dan Whatsapp.
- c) Perhatian, dalam paparan media, berbagai hubungan individu konsumen

media, pengguna media, atau pengunjung media terhadap media yang mereka konsumsi atau terhadap media secara keseluruhan. Pelajari tentang semua konten media baru dan daya tarik media baru.¹¹

Rice (1999) telah menyebutkan bahwa ada lima kategori utama pada media baru yang memiliki kesamaan saluran tertentu dan kurang lebih dibedakan berdasarkan jenis penggunaan, konten, dan konteks sebagai berikut :¹²

1. Media komunikasi antarpribadi (*interpersonal communication media*). Contohnya seperti telepon dan surat elektronik. Secara umum, konten komunikasi antarpribadi bersifat personal dan mudah dihapus, selain itu hubungan yang dibangun dan diperkuat lebih penting dari pada pesan yang disampaikan.
2. Media permainan interaktif (*interactive play media*). Media berbasis komputer dan juga video game, dan juga peralatan realitas virtual. Inovasi utamanya terletak pada interaktivitas dan kepuasan proses atas penggunaan.
3. Media pencarian informasi (*information search media*). Merupakan kategori yang luas, namun Internet atau WWW adalah contoh utamanya, dianggap sebagai perpustakaan dan sumber data dengan ukuran, realisme, dan aksesibilitas yang belum pernah ada sebelumnya. *Search Engine* menjadi sangat penting, baik sebagai alat bagi pengguna maupun sebagai sumber penghasilan Internet. Internet, telepon (ponsel) semakin menjadi

¹¹ Jalaludin Rakhmat, *Metode Penelitian Komunikasi dilengkapi Contoh Analisis Statistik*. Bandung: Remaja Rosdakarya, 2005. hlm. 66.

¹² McQuail, D. *Teori Komunikasi Massa McQuail*. Jakarta: Salemba Humanika, 2011. Hal. 156

alat terbaik untuk menerima informasi, seperti teleteks siaran dan layanan data radio.

4. Media partisipasi kolektif (*collective participatory media*), adalah media yang dapat digunakan untuk membagikan dan bertukar informasi, ide, dan pengalaman, serta kembangkan hubungan positif (di Internet). Situs jejaring sosial/sosial media termasuk dalam kelompok ini. Penggunaannya berkisar dari murni instrumental hingga afektif dan emosional.
5. Substitusi media penyiaran (*subtitution of broadcasting media*). Dalam media ini, yang menjadi acuan utamanya adalah penggunaan media untuk menerima atau mengunduh konten lama, lalu disiarkan atau disebarluaskan dengan metode serupa. Menonton film dan acara TV atau mendengarkan radio dan musik adalah aktivitas utama.

Media baru yang akan dibahas disini adalah media Youtube karena informan dalam penelitian ini menggunakan media Youtube sebagai media utama mereka dalam menyebarkan informasi kepada khalayak.

2.2.4 Pemanfaatan

Menurut Poerwadarminta, pemanfaatan adalah kegiatan, proses, cara atau perilaku yang menjadikan sesuatu yang ada menjadi berguna. Istilah pemanfaatan berasal dari kata dasar manfaat, yang berarti manfaat, dari imbuhan pe-an, yang berarti proses atau perbuatan menggunakan.¹³

¹³ Poerwadarminta, W. *Kamus Umum Bahasa Indonesia*. Jakarta: PT. Balai Pustaka, 2002. Hal. 125

Pemanfaatan berasal dari kata dasar manfaat, yang berarti guna atau berfaedah yang berarti bermanfaat, hal tersebut merupakan pengertian menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI). Pemanfaatan memiliki arti proses, cara atau perilaku yang berguna. Pemanfaatan adalah kegiatan, proses, cara atau perilaku menjadikan sesuatu yang ada menjadi berguna. Istilah pemanfaatan berasal dari kata dasar manfaat, yang berarti manfaat, dari imbuhan pe-an, yang berarti proses atau perbuatan menggunakan. Pengertian pemanfaatan dalam penelitian ini berasal dari kata “manfaat”, yaitu memperoleh atau menggunakan sesuatu yang berguna yang secara langsung atau tidak langsung digunakan untuk menjadikannya berguna.

2.2.5 YouTube

a. Pengertian Youtube

Salah satu platform media sosial paling populer di seluruh dunia salah satunya adalah Youtube. Youtube adalah situs berbagi. Situs ini memungkinkan pengguna mengunggah, menonton, dan berbagi video. Namun dibalik segala kemudahan dan banyaknya kegunaan yang ditawarkan melalui video berbagai jenis, Youtube juga memiliki kekurangan yang dapat merugikan penggunanya. Sama seperti jumlah informasi yang belum tentu nyata. Menurut Baskoro dalam Hayes, Youtube merupakan situs video yang menyediakan berbagai informasi dalam bentuk “gambar bergerak”. Situs ini benar-benar untuk mereka yang ingin mencari informasi video dan menontonnya secara langsung.¹⁴

¹⁴ Ali A. Efektifitas Youtube Sebagai Media Penyebaran Informasi (Studi Pada Serambi on TV). Fakultas Dakwah dan Komunikasi Universitas Islam Negeri AR-RANIRY Banda Aceh, 2018. diakses pada tanggal 16 oktober 2022.

Dengan kata lain, Youtube adalah alat atau sarana untuk menyebarkan informasi dan materi dalam bentuk audio dan video. Orang pertama yang memasang video di situs YouTube adalah Jawed Karim. Ia mengupload video berdurasi 19 detik yang berjudul "Me at the Zoo". Akses internet yang lebih cepat dan peralatan perekam video yang lebih murah disebut-sebut sebagai salah satu faktor yang membuat YouTube menjadi sangat populer.

Pengguna YouTube perlu berhati-hati dan memilah saat mengonsumsi konten yang akan mereka tonton. Youtube dapat dimanfaatkan dengan mengunggah video yang menampilkan bakat, hobi, atau kegiatan yang dapat memberikan hal dan informasi positif kepada pengguna lain.

b. Sejarah Youtube

Youtube didirikan oleh Chad Hurley, Steve Chen, dan Jawed Karim sejak Februari 2005. Wujud konten di Youtube berupa video yang diproduksi oleh penggunanya sendiri. YouTube memiliki lebih dari 1 miliar pengguna dengan jumlah waktu tonton telah miliaran jam dan menghasilkan miliaran penayangan.¹⁵

Youtube menyediakan layanan terjemahan di lebih dari 88 negara dan mendukung 76 bahasa (95% populasi Internet). Menurut data yang dipublikasikan We are Social Singapore, media sosial yang paling banyak digunakan di Indonesia adalah YouTube sebesar 49%. YouTube merupakan salah satu media yang saat ini sedang berkembang dan banyak diminati oleh masyarakat karena di youtube setiap

¹⁵ Apriadi Tamburaka, *Literasi Media Cerdas bermedia Khalayak Media Massa*. Jakarta: PT Raja Grafindo Persada, 2013. Hal. 84.

orang dapat mengupload video secara gratis dan tanpa batas waktu. Dari segi informasi, media sosial semacam ini memungkinkan audiens mendapatkan banyak informasi di dalamnya. Kantor pusat saat ini berlokasi di San Bruno, California. YouTube menawarkan beberapa fitur yang mereka sediakan, yaitu :¹⁶

- a. Cari video (*search*), situs web ini adalah kumpulan dari berbagai video yang telah diunggah, jelas YouTube memiliki semua jenis video. Pengguna dapat mencari berbagai video dengan mengetikkan kata kunci di bagian pencarian.
- b. Memutar video (*play*), ketika pengguna mendapatkan video yang mereka inginkan, pemirsa dapat segera memutar video dengan satu klik. Tentunya untuk membuat video diputar dengan lancar, koneksi jaringan sangat penting untuk kelancaran menonton.
- c. Mengunggah (*upload*) video, penonton yang telah mendaftar di YouTube dapat mengunggah video ke akun mereka sendiri. Dalam hal registrasi, semakin besar ukuran video akan semakin mempengaruhi durasi video yang diunggah.
- d. Mengunduh (*download*) video, video di YouTube juga dapat diunduh oleh penonton, dan gratis. Terdapat beberapa cara seperti menyalin alamat URL di video, lalu menempelkannya ke situs web konversi video. Berlangganan (*subscribe*), fitur gratis ini berfungsi bagi pengguna untuk bisa berlangganan suatu channel dan mendapat video terbaru dari akun yang sudah kita klik

¹⁶Ali A. Efektifitas Youtube Sebagai Media Penyebaran Informasi (Studi Pada Serambi on TV). Fakultas Dakwah dan Komunikasi Universitas Islam Negeri AR-RANIRY Banda Aceh, 2018. Hal. 29-32. diakses pada tanggal 16 oktober 2022.

tombol subscribenya. Pemberitahuan langsung didapatkan melalui kotak masuk yang ada di email penggunanya.

- e. Siaran langsung (*Live streaming*), adalah fitur yang dapat diakses pemilik konten ataupun pengguna yang sudah memiliki akun YouTube. Jika terhubung dengan koneksi internet ataupun memiliki kuota yang memadai, semua dapat menyiarkan video secara *realtime*.

c. Fungsi Youtube

Dalam penggunaannya, Youtube memiliki beberapa fitur yang dapat dimanfaatkan pengguna. Menurut Abraham A. dalam bukunya *Success as an Artist on YouTube* :¹⁷

- 1) Perluasan interaksi bermula dari fakta bahwa setiap orang memiliki kesamaan nilai, kesamaan karakteristik tertentu, atau telah melakukan kontak dalam jangka waktu tertentu, sehingga menimbulkan nostalgia yang dapat dialami bersama.
- 2) Menambah ilmu atau pengetahuan melalui fasilitas informasi, sharing dan komentar.
- 3) Citra positif atau pemasaran diri sendiri, dalam hal ini juga terkait dengan gengsi dan keinginan untuk update teknologi data.
- 4) Media transaksi dan gagasan dalam perdagangan, politik, budaya, tetapi juga dimungkinkan dalam bidang kajian.

¹⁷ Abraham A. *Sukses menjadi Artis dengan Youtube*. Surabaya : Reform Media, 2011. Hal. 29

- 5) Jika ditingkatkan lebih lanjut, fasilitas tersebut juga dapat berfungsi sebagai media intelijen, pengungkapan berbagai kejahatan hukum, media bantuan, dan fasilitas jurnalisme warga.
- 6) Selain itu juga dapat digunakan sebagai media hiburan, atau untuk cuci mata setelah ditempa oleh beban ideologis yang berat, seperti menonton film lucu, penemuan baru, game, dll.

d. Kebijakan Youtube

Youtube juga memiliki kebijakan dan keamanan dalam penggunaannya, penggabungan komunitas dari seluruh dunia yang mencapai jutaan, tentunya membutuhkan keyakinan dan juga tanggung jawab yang besar dari platform itu sendiri. Konten yang melanggar ketentuan Pedoman Komunitas tidak akan disukai oleh para pengguna. Didalam Youtube, tersedia fitur pelaporan (*report*) untuk pemberitahuan konten yang dianggap tidak pantas, lalu staf YouTube memantau konten yang sudah ditandai selama 24 jam dalam seminggu untuk menindak lanjut terhadap penayangan konten tersebut di dalam platform. Selain itu, Youtube memiliki beberapa aturan umum yang telah diformalkan agar para pengguna tidak melanggar ketentuan dan peraturan. Berikut beberapa ketentuan tersebut¹⁸ :

1. Konten seksual atau ketelanjangan,
2. Konten merugikan atau berbahaya,
3. Konten mengandung kebencian,
4. Konten kekerasan atau vulgar,

¹⁸ <https://www.YouTube.com/intl/id/yt/about/policies/#community-guidelines>, diakses tanggal 25 Januari 2023.

5. Pelecehan dan *cyber bullying*,
6. Spam, metadata yang menyesatkan, dan scam,
7. Ancaman,
8. Hak Cipta (*copyright*),
9. Privasi,
10. Peniruan Identitas,
11. Membahayakan anak,
12. Kebijakan tambahan.

2.2.6 Konvergensi Media

Dari segi bahasa, konvergensi berasal dari bahasa Inggris yaitu *convergence*. Dikutip dari Briggs dan kawan-kawan dalam buku sejarah sosial media, konvergensi media merupakan penggabungan atau integrasi media yang telah ada untuk digunakan dan berorientasi pada suatu tujuan. Istilah konvergensi telah digunakan secara luas sejak tahun 1990-an. Istilah ini sering digunakan dalam perkembangan teknologi digital, perpaduan teks, angka, gambar, video dan suara. Konvergensi mengarah pada perubahan mendasar dalam pemrosesan, penyajian, distribusi, dan penyebaran semua bentuk informasi (baik visual, audio, data, dll.).¹⁹

Konvergensi menurut Burnett dan Marshall adalah kombinasi dari industri telekomunikasi tradisional dan media komunikasi ke bentuk digital. Bersamaan dengan berlanjutnya konvergensi di bidang telematika, akan terjadi peralihan dari

¹⁹ Briggs, Asa, Burke, dan Peter. *Sejarah Sosial Media: dari Gutendeg sampai Internet*. Jakarta:Yayasan Obor Indonesia, 2000. hal. 326.

sistem penyiaran analog ke sistem penyiaran digital. TV Digital (DTV/Televisei Digital) menggunakan modulasi dan kompresi digital untuk mengirimkan sinyal video, audio, dan data ke TV.

Digitalisasi adalah kunci dalam konvergensi, dengan digitalisasi semua bentuk informasi dan data diubah dari format analog ke digital untuk dikirim dalam satuan bit (bilangan biner). Selain itu, menurut Grand dan Wilkinson, digitalisasi dalam konvergensi mengirim informasi melalui format digital, mengarah pada penciptaan produk yang sesuai dan mampu melakukan fungsi audio-visual dan juga komputasi. Maka dari itu, komputer saat ini bisa berfungsi seperti televisi, atau handphone yang bisa menerima suara, teks, data dan gambar tiga dimensi (3D).

Media massa telah mengalami beberapa kali perubahan, transisi bahkan metamorfosis. Sebagai media komunikasi, seringkali muncul dari hubungan timbal balik yang kompleks antara berbagai kebutuhan yang dirasakan, tekanan persaingan politik, dan berbagai inovasi sosial dan teknologi.²⁰

Perkembangan teknologi komunikasi massa dimulai dari percetakan yang memproduksi surat kabar, buku, dan majalah, teknologi fotografi yang memproduksi film, teknologi gelombang elektromagnetik yang memproduksi radio dan televisi, dan terakhir teknologi berbasis internet yang mempopulerkan istilah *new media*. Keberadaannya akhirnya mampu mengubah secara total dan dramatis media tradisional ini dalam proses perkembangan media massa, sehingga dapat dilihat dalam kehidupan sehari-hari bahwa kegiatan manusia tidak akan lepas dari adanya penggunaan teknologi.

²⁰ Iskandar, Dudi. *Konvergensi Media: Pembaruan Ideologi, Politik, Dan Etika Jurnalisme*. Yogyakarta: ANDI, 2018, Hal.59.

Kehadiran konvergensi media mempengaruhi perubahan dalam proses produksi media, yang menciptakan proses kolaboratif untuk mengelola dan menyatukan beberapa platform ini untuk menciptakan sistem yang terintegrasi secara digital. Adanya konvergensi juga mengubah konsumsi media masyarakat, penyebaran informasi dan literasi media. ²¹

Konvergensi media merupakan salah satu perkembangan media massa yang melibatkan banyak faktor teknologi. Adanya internet mendorong media massa menerapkan konsep konvergensi media, seperti media online, e-newspaper, e-book, radio streaming, media sosial, dan lain-lain. Perpindahan dari media cetak ke konvergensi menurut Grant dalam Anton bisa menggunakan tipe konvergensi. Perubahan cara pandang media terhadap berita dan cara pemberitaannya diperlukan untuk konvergensi jurnalistik. Bagaimana media memproduksi berita dan bagaimana media menyampaikan berita kepada khalayak. Namun, pengaplikasian konvergensi saat ini masih sebatas penyebaran berita melalui platform yang berbeda yaitu media cetak, elektronik dan online. Dalam konvergensi jurnalistik dikenal adanya tiga model menurut Grant, yaitu konvergensi newsroom, konvergensi newsgathering, dan konvergensi content. ²²

²¹ Tyas, Widi Wahyuning. Konvergensi Media Di Radio Gajahmada Fm Semarang. Fakultas Bahasa Dan Ilmu Komunikasi Universitas Islam Sultan Agung. 2019. Diakses pada 16 oktober 2022.

²² Anton, Prihartono. Surat Kabar & Konvergensi Media (Studi Deskriptif Kualitatif Model Konvergensi Media Pada Solopos). *Jurnal Channel*, Vol. 4, no. 1, (April 2016): 109.

- 
- a. Konvergensi newsroom, di mana jurnalis dari berbagai platform, seperti dari surat kabar, online, dan televisi, menyatukan diri dalam satu ruang redaksi. Namun mereka melakukan tugas sesuai dengan platform media mereka.
 - b. Konvergensi newsgathering, dalam menerapkan model ini, jurnalis harus mampu menguasai berbagai platform media organisasi. Sebagai contoh, seorang reporter media cetak harus mampu memproduksi berita untuk media cetak, online dan sekaligus untuk televisi. Foto atau video juga perlu diambil oleh para jurnalis.
 - c. Konvergensi content, berita pada akhirnya disajikan dalam bentuk multimedia yang merupakan gabungan dari teks, gambar, audio, video, blog, podcast atau tayangan slide. Editor dan reporter akan menjadi produser konten yang dilatih untuk memilih teknik yang paling efektif dan menghibur dari menu dasar hingga pilihan multimedia.
 - d. Konvergensi operasional, hal ini terjadi ketika media memiliki beberapa properti untuk menggabungkan media dalam satu sistem. Perpaduan jenis ini berpotensi menjadi tren. Keuntungan dari sistem ini jelas, konvergensi operasional akan menghemat banyak uang dengan menggabungkan atributnya.
 - e. Konvergensi perangkat(*device convergence*). Konvergensi ini menggabungkan beberapa alat menjadi satu mekanisme. Misalnya, ponsel memiliki pemutar MP3, kamera, dan koneksi Internet. Sebagian besar media massa, surat kabar dan majalah yang memiliki versi online, acara TV

yang dapat diunggah ke Internet, serta film dan buku yang dapat dilihat secara digital, sebenarnya mempercayai konvergensi ini.

Hadirnya konvergensi media berdampak pada perubahan proses produksi media yang menciptakan proses kolaboratif untuk mengelola dan menyatukan beberapa platform tersebut untuk menciptakan sistem yang terintegrasi secara digital. Adanya konvergensi juga mengubah konsumsi media masyarakat, penyebaran informasi dan literasi media.²³ Grant dan Wilkinso menyebutkan bahwa konvergensi media meliputi lima dimensi dasar, yaitu :

1. Konvergensi teknologi, hal ini yang menjadi alasan utama lahirnya konvergensi media itu sendiri. Perkembangan teknologi memberi manusia ruang untuk inovasi teknologi yang berkelanjutan. Oleh karena itu, konvergensi media selalu berjalan seiring dengan perkembangan teknologi yang dinamis.

Dalam pengertian teknologi, kegiatan konvergensi adalah teknologi yang saling menyatu, umumnya terbatas pada teknologi atau komunikasi, komuter, content atau konten. Konvergensi teknologi informasi dan komunikasi (TIK) meliputi integrasi *hardware* dan *software* teknologi informasi ke dalam sistem telekomunikasi, digitalisasi jaringan dan penambahan jaringan internet.

²³ Tyas, Widi Wahyuning. Konvergensi Media Di Radio Gajahmada Fm Semarang. Fakultas Bahasa Dan Ilmu Komunikasi Universitas Islam Sultan Agung. 2019. Diakses pada 16 Oktober 2022.

2. Konten multimedia, merupakan elemen penting dari konvergensi media, karena media tradisional yang sebelumnya independen akan mencoba mengeksplorasi bentuk digital. Hal ini untuk memperluas cakupan publikasi. Media membutuhkan konten berupa multimedia sebagai bahan publikasi. Alhasil, konten dalam media digital akan tampil lebih kaya dan bervariasi, baik berupa teks, gambar, bahkan video.
3. Kepemilikan media, dimensi ini hanya mengerucut pada satu orang atau milik satu kepemilikan. Hak semacam ini bisa berarti sebuah perusahaan media yang bermodal besar mengakuisisi media lain dan kemudian menjadi bagian dari perusahaan mediana, atau bisa juga berarti sebuah perusahaan media memiliki banyak anak perusahaan, seperti media cetak dan media online.
4. Kolaborasi, yaitu dimensi yang berfokus pada konten di mana konten dari berbagai platform dapat dibagikan dengan platform media lainnya. Kolaborasi ini menguntungkan setiap platform. Pendampingan kerjasama Media yang tidak dapat diproduksi akan dapat menampilkan konten yang sama setelah kerjasama terjadi.
5. Koordinasi, artinya dalam sebuah perusahaan media terdapat koordinasi antar koordinator yang bekerja lintas departemen, terlepas dari syarat bahwa karyawan harus memiliki keterampilan multitasking untuk menyelesaikan semua pekerjaan. Namun koordinasi tetap diperlukan karena masing-masing sektor sebenarnya saling membutuhkan dan tidak dapat berdiri sendiri.

Dikutip menurut Marifah dalam bukunya, ada juga dampak dari konvergensi media yang menimbulkan efek positif dan juga negatif, yang mana dampak positif konvergensi media yaitu²⁴ :

- a. Berkat akses ke Internet, konvergensi media telah memperkaya informasi secara luas tentang seluruh dunia.
- b. Menyediakan berbagai pilihan bagi masyarakat pengguna sehingga dapat memilih informasi yang diinginkan sesuai dengan preferensinya, seperti TV interaktif dan TV multi channel, dimana pengguna dapat memilih program siaran favoritnya. Jadikan penggunaan teknologi terkonvergensi lebih personal.
- c. Lebih simple, lebih praktis dan lebih efisien. Tidak perlu memiliki dua media jika dapat memiliki hanya satu media yang melakukan keduanya.
- d. Dengan munculnya demokratisasi informasi, setiap orang dapat memperoleh informasi secara bebas dan luas dengan berbagai cara dan bentuk.
- e. Dari segi ekonomi, konvergensi akan mempengaruhi perusahaan dan industri teknologi komunikasi karena akan mengubah perilaku bisnis. Keuntungan dari hasil konvergensi media sangat menguntungkan dan mendorong pertumbuhan perusahaan. Selain itu, akses informasi yang mudah membuat industri dan perusahaan lebih mudah dan cepat

²⁴ Nidaul Ma'rifah, *Aktivitas Dakwah Melalui Konvergensi Media Di Suara Muslim Surabaya*, hal 23

mengantisipasi tantangan, tuntutan konsumen baru, dan persaingan yang ketat.

- f. Dalam dunia kerja, terlihat jelas bahwa jenis pekerjaan yang berhubungan dengan teknologi saat ini sangat digandrungi oleh banyak orang dan penghobi, seperti hal yang berkaitan dengan IT atau sistem informasi. Ini adalah bukti kehebatan teknis kemajuan kehidupan manusia.
- g. Orang mendapatkan informasi lebih cepat, misalnya, pembaca berita online hanya perlu mengklik informasi yang diinginkan di komputernya, dan informasi tersebut akan muncul dalam sekejap.
- h. Interaktif, masyarakat dapat langsung memberikan feedback atas informasi yang disampaikan. Fitur baru yang lebih interaktif muncul dari media yang terkonvergensi, di mana pengguna berkomunikasi secara langsung dan mendapatkan hasil pesan secara langsung.
- i. Konvergensi media membuka peluang yang baru untuk pemrosesan, presentasi, distribusi, dan pemrosesan semua bentuk informasi visual, audio, data, dll.

Sedangkan pada dampak negatif dari konvergensi media yakni sebagai berikut :²⁵

- a. Gaya hidup masyarakat yang kecanduan teknologi (*cybermedia dan cybersociety*). Ketergantungan pada teknologi membuat segalanya praktis dan otomatis. Teknologi praktis ini merupakan kemajuan yang baik, karena mempercepat dan mempermudah.

²⁵ Nidaul Ma'rifah, *Aktivitas Dakwah Melalui Konvergensi Media Di Suara Muslim Surabaya*, hal 27

- b. Munculnya masyarakat digital/masyarakat maya. Kemajuan dalam teknologi konvergensi telah membawa jarak dan mempersingkat waktu. Jarak dan waktu tidak lagi menjadi masalah, misalnya jika seseorang berada di Eropa dan yang lain di Asia, maka mereka dapat berkomunikasi langsung melalui Internet atau media lain tanpa harus bertatap muka. Ini menciptakan masyarakat virtual di dan kesenjangan yang mana komunikasi tatap muka langsung tidak lagi diinginkan.
- c. Media cetak, tradisional dan media konvensional mulai kalah dan tidak dapat bersaing dengan media modern, media baru dan media online yang mengakibatkan media lama tersebut tergerus dan menghilang karena tidak dapat bersaing dengan media-media yang memanfaatkan media baru sebagai media mereka.

2.2.7 Televisi

Dikutip menurut Morissan dalam Haris, sebagai salah satu bentuk dari media massa, televisi memiliki empat ciri utama, yaitu :

- a. Bersifat tidak langsung, televisi merupakan salah satu jenis dan bentuk media massa yang paling kompleks dari segi teknologi yang digunakan dan paling mahal dari segi investasi. Televisi sangat bergantung pada kekuatan elektronik yang sangat kompleks. Ini disebut media teknis. Sifat padat teknologi dan padat modal inilah yang menyebabkan televisi mengkompromikan kepentingan pemilik modal dan nilai komersial kapitalisme global. Salah satu eksisnya adalah bahasa televisi kerap tampil

vulgar. Dimensi kekerasan dan sadisme, bahkan bermuara pada eksploitasi seksual yang kasar. Orang-orang yang peduli dengan masa depan negara dikritik satu demi satu. Bagi beberapa orang, kritik demi kritik membuahkan hasil.

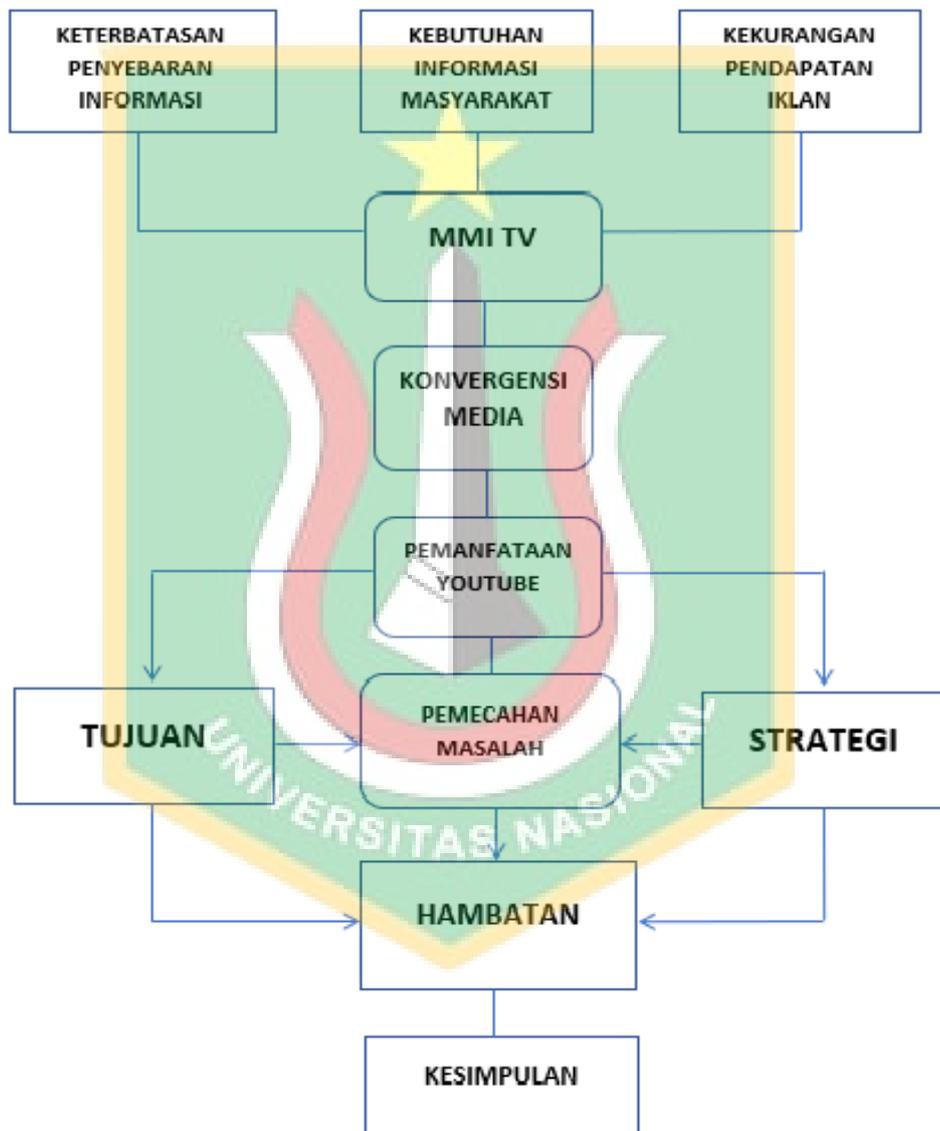
- b. Bersifat satu arah, Sebagai penonton, kita hanya bisa menyaksikan berbagai program yang disiapkan oleh pengelola stasiun TV tersebut. Kita tidak bisa menginterupsi, saat itu interupsi suatu acara disiarkan atau tidak disiarkan. Memang pada saat live event kita bisa melakukan panggilan atau berinteraksi. Tapi itu pun masih belum maksimal. Saat itu, hanya satu atau dua panggilan masuk yang bisa dijawab dan disiarkan langsung. Prinsipnya, feedback dari penonton TV masih tertunda. Menurut teori komunikasi massa, kita sebagai penonton televisi bersifat aktif dan selektif. Jadi walaupun siaran TV satu arah, bukan berarti kita jadi pasif. Kami secara aktif mencari acara yang kami inginkan. Kami selektif tidak menonton semua acara yang tayang. Berkat faktor kenyamanan perangkat pengontrol saluran, kami dapat melakukan apa pun yang kami inginkan setiap saat. Namun keberadaan alat ini pun tidak serta merta menurunkan tingkat kecemasan masyarakat, terutama di kalangan pendidik, budayawan, dan pegiat agama. Kita juga secara pribadi telah mengalami dan menyaksikan bahwa fakta telah membuktikan bahwa semakin hari semakin banyak saja kejadian yang tidak mencerdaskan dan memajukan bangsa.
- c. Bersifat terbuka, televisi menyediakan akses publik ke berbagai tempat dengan kemampuan daya pancar siar yang dimilikinya. Artinya, saat

menayangkan program TV, tidak ada lagi batasan yang disebut lokasi geografis, usia biologis, atau bahkan latar belakang pendidikan penonton. Siapapun bisa mengakses siaran TV. Di sini, penonton TV bersifat anonim dan heterogen. Anonim artinya pemirsa tidak saling mengenal. Heterogenitas berarti bahwa penonton terdiri dari berbagai usia, jenis kelamin, ras, bahasa, agama, budaya dan latar belakang perilaku sosial.

- d. Publik tersebar, penonton televisi tidak terkonsentrasi pada satu wilayah tetapi tersebar dalam skala lokal, regional, nasional bahkan internasional. Sekarang di Indonesia, stasiun TV lokal sedang booming, siarannya hanya mencakup satu kota, dan paling banyak hanya bisa menjangkau beberapa kota dalam radius puluhan kilometer dari pusat kota, ini adalah wilayah kunci untuk penyiaran. Di Bandung sendiri, ada tiga stasiun TV lokal. Dari segi bisnis, komunikasi publik sangat menguntungkan bagi pengiklan. Untuk televisi komersial, iklan adalah sumber kehidupan dan sumber kehidupan.
- e. Bersifat selintas, Informasi TV hanya dapat dilihat dan didengar saat lewat. Pemirsa tidak dapat melihat dan mendengar siaran lagi kecuali dalam keadaan khusus seperti pemutar gerak lambat atau dengan peralatan khusus seperti perekam video (VCR). Sifatnya yang hanya dapat dilihat secara sekilas sangat mempengaruhi cara penyampaian informasi. Selain harus menghibur, bahasa pesan yang disampaikan televisi harus mudah dipahami dan dicerna oleh penonton tanpa membosankan agar informasi tersebut tidak diabaikan oleh khalayak penonton televisi yang akhirnya

tidak tertarik untuk melihat dan mendengarkan informasi yang disampaikan tersebut.²⁶

2.3 Kerangka Pemikiran



Gambar 2.1 Kerangka Pemikiran Penelitian

²⁶ Sumadiria, Haris. *Jurnalistik Indonesia Menulis Berita dan Feature Panduan Praktis Jurnalis Profesional*. Bandung: Simbiosis Rekatama Media, 2016. Hal. 129-130.